

# La Justicia y los Medios de Comunicación. El impacto de la manipulación informativa en los temas judiciales y su influencia en el sistema legal

De Rosa Alabaster, Enrique

 Argentina

Revisión: Revista Argentina de Derecho Común - Número 8 - Junio 2023

14-06-2023

Cita:

IJ-  
MVLD-  
557

[Índice](#)

[Voces](#)

## Sumarios

Este artículo examina la intersección entre dos planos de intervención, acción e influencia centrales en la sociedad: la justicia y los medios de comunicación, centrándose para observar esa intersección, en el tratamiento que se le da en los medios a los temas judiciales. Se exploran las diversas formas en que la manipulación informativa puede influir en la percepción pública de las decisiones, tiempos y sentencias por parte del poder judicial. La despersonalización en la presentación de “la justicia” como concepto abstracto y en la formación de “juicios populares” y decisiones personales, fuera de la norma jurídica. Asimismo, se investiga cómo esta manipulación condiciona a los jueces y transforma el rol profesional y social de los periodistas que opinan sobre cuestiones judiciales. Finalmente, que se debe entender por medios o más apropiadamente, mass media en la actualidad.

## La Justicia y los Medios de Comunicación

### El impacto de la manipulación informativa en los temas judiciales y su influencia en el sistema legal

*La plus belle des ruses du diable est de vous persuader qu'il n'existe pas.  
(El mejor truco del diablo fue convencer al mundo que no existe)*  
Charles Baudelaire

#### Introducción [\[arriba\]](#)

La relación entre la justicia y los medios de comunicación es compleja y crucial en y para una sociedad democrática. Hoy en cualquier área que interesa a la población, al público (considerados así desde lo mediático) de manera directa o indirecta, la comunicación es esencial. Actuamos y estructuramos estrategias y respuestas a los diferentes avatares de nuestra existencia, en base a narrativas que nos creamos respecto a cada uno de los componentes y elementos por los cuales vamos transcurriendo. El viejo aforismo “los magistrados se expresan por sus escritos o por sus sentencias” ya no solo no es actual, sino que inválido teórica y prácticamente. Los medios desempeñan un papel esencial en la formación de la opinión pública de los diferentes componentes de esa narrativa, dentro de la cual se encuentran los sobre asuntos judiciales y así pueden ejercer una influencia significativa en la percepción de la justicia por parte de la población, inclusive por ejemplo dejándola de lado (el clamor de eliminar a la justicia sin proponer una narrativa válida a cambio), dando por ejemplo lugar a verdaderos juicios populares. La manipulación de la información, consiste en usar la realidad o la información como material maleable, en la cual la forma de presentar el discurso, la narrativa, dentro del contexto de una dialéctica erística[1], se sabe ocasionará y se busca que lo haga, una respuesta particular en el receptor. Para los medios plantea desafíos éticos y legales y puede tener consecuencias significativas que afectan tanto a los jueces en su labor como a los periodistas en su función de informar de manera imparcial.

En este artículo, se explorará cómo la manipulación de la información en los medios afecta el tratamiento de los temas judiciales y su impacto en el sistema de justicia, así como la evolución que han tenido los medios, y que debemos entender por medios, y en particular “mass media” hoy.

## **Comunicación y mensaje** [\[arriba\]](#)

La comunicación es, según para la RAE quizás en lo que nos interesa aquí “Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor[2]”. Quizás la etimología obvia para quienes hablamos una lengua latina, sea muy pertinente en lo que vamos a tratar. Su origen sería “communis”, algo compartido por y con los demás, común a todos. Así la comunicación es poner en contexto, poner en el lugar de lo común, del que los demás, el otro, pueda acceder. Es decir la acción de intercambiar información entre dos o más participantes o partes más concretamente, con el fin de transmitirla o recibirla.

La esencia de la comunicación es que se da entre un emisor, un receptor y sus otros componentes son el mensaje mismo y el medio en el que el mismo se representa, se expone. Así los pasos básicos de la comunicación son la formación de un mensaje que se tiene la intención de comunicar, la composición de ese mensaje, la codificación del mismo, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

Esta definición clásica deja sin embargo por fuera las características, que nos son propias como seres humanos, de los diferentes elementos que hacen a la sensopercepción y de la formación del proceso de la información. Por un lado, toda la información que recibimos del exterior, es recibida, y procesada por nuestro sistema nervioso en sus diferentes partes. por ejemplo, en cuanto a las imágenes, percibimos por la retina y luego la corteza visual, que informa a la corteza frontal, así formando finalmente una imagen y una representación que llamamos visión. Esto es de fácil comprensión cuando hablamos de estímulos simples (auditivo, visual etc), sin embargo, lo mismo ocurre con toda la información desde el exterior, en el cual absolutamente toda nuestra percepción del mundo es por definición limitada y extremadamente parcial, ya que nuestro sistema nervioso puede percibir solo una parte, a veces ínfima, de estos estímulos. El ejemplo simple es nuestra audición o nuestra vista u olfato, o inclusive frecuencias magnéticas o eléctricas (de lo cual carecemos, al menos a la luz del conocimiento actual), comparado con el de ciertos animales. Se habla en la etología (estudio del comportamiento comparado con animales) de burbujas perceptivas, e las que cada especie vive. Al mismo tiempo desde el área cognitiva y su interrelación con las emociones la información pasa por diferentes y varios filtros cognitivos, aparte de los sensoriales, que finalmente dan lo que podemos llamar mensaje. Esto si bien es el objeto de las ciencias cognitivas, y del conocimiento, era ni más ni menos lo planteado, entre otras cuestiones, en la famosa alegoría de la caverna que encontramos en la República de Platón[3], que creemos ver y que interpretamos en función de lo que percibimos. Las insistentes preguntas de Sócrates, buscaban finalmente llevar, quizás en el contexto de un cinismo filosófico, a la idea que “solo se podía saber que no se sabía nada”, semejante al de otro cínico Descartes que ante la imposibilidad de probar nada, la única comprobación era la de su propia existencia ya que, al pensar, al plantearse esa duda, debía existir (cogito ergo sum).

## **Los medios** [\[arriba\]](#)

De la misma manera que hablamos de “la justicia”, solemos hablar de “los medios”, o “los periodistas”, en la actualidad usamos frecuentemente “los comunicadores”, sin embargo la realidad concreta y especialmente la actual es mucho más amplia.

De la misma manera en que hablamos de emisor y receptor y lenguaje pero esto luego se extiende de manera arborescente y abarca así varios niveles de representación y también de análisis, en los medios no debemos imaginar que ese periodista que escribe o se comunica en un medio, sea el emisor del mensaje y mucho menos aséptico transmisor de mensajes. Por de pronto la evolución de los medios de comunicación ha sido formidable y

acelerándose. Esta nota en el año 2023 sin duda será obsoleta en relación a la producción y transmisión de contenidos en poco tiempo. La producción de contenidos por programas de Inteligencia Artificial (IA/AI) es el ejemplo actual, con un desarrollo que solo podemos especular como seguirá. Si se toma a la historia como un continuo en ambos sentidos temporales, los plazos para la aparición de nuevos hitos, de alguna manera nuevos paradigmas, eran cuanto más atrás vamos, más prolongados y viceversa. Solo para tomar los últimos 20/30 años, desde el advenimiento masivo de internet, y las posibilidades consecuentes a esta tecnología, como por ejemplo la difusión de un mensaje de manera instantánea y masiva a nivel global, significó un cambio total de paradigma respecto a por ejemplo la prensa escrita, no solo en cuanto a la modalidad de la comunicación sino de la importancia dada a ella. El lugar y en consecuencia el poder de los medios ha ido evolucionando pasando de la imprenta, a la radio, a la televisión, y a internet. Así hoy los medios son en realidad grandes plataformas tecnológicas que en muchos casos más que trasladar información, a la manera de por ejemplo un diario clásico (aun cuando podían, y de hecho lo hacían, modificarla con un fin específico), que en esa posibilidad de la tecnología digital se transforman en “creadores de contenido”, de alguna forma de reescribir, o reconstruir la realidad. Eso se ve hoy en la posibilidad absoluta que en base a las imágenes digitales de altísima calidad se pueden crear escenarios existentes solo en la mente o la inteligencia (humana o artificial) que los cree. Ya no es necesaria la realidad y quizás hasta entorpezca. Vemos acá que el paradigma de recibir lo más fielmente una información y como al trasladarla, pasa a ser más relativo a esa frase en el mundo del periodismo “no dejes que la verdad te estropee un buen reportaje”. La creación de contenido implica que ya el “medio”, no es lo que la palabra indica, es decir un vehículo de, un mensaje, sino el productor/emisor en sí mismo. Entender esto es central al mundo actual donde la idea de medio ha ido evolucionando a la creación de contenido y a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Por otro lado, es de la mayor importancia entender no solo a los medios como grandes plataformas tecnológicas, multimedia de generación de contenido, sino que esto es ya no en respuesta a la necesidad o fin habitual de generar tráfico en su medio o antiguamente la venta de algún producto o servicio, en el cual las ganancias estaban dadas por ejemplo por la venta de publicidad. También hay que considerar que hoy los grupos de medios están centralizados en muy pocas manos, no en nuestra región sino en el mundo, y los conglomerados regionales en casi todos los casos son parte de otros conglomerados mayores. A su vez estos grupos no son solo mediáticos sino que las áreas en las cuales participan son cada vez más amplias. Así la interacción entre industria de medios, con la farmacéutica, e internet, puede parecer una interrelación pero es, en términos empresariales todo parte de la misma estructura. Este número de grupos por otro lado, no es de cientos sino de eventualmente algunas pocas decenas y se van concentrando cada vez más. Esto es evidente en ciertas circunstancias como la reciente pandemia en que el mensaje no solo ha sido y es idéntico en contenido sino hasta en lo discursivo entre cadenas de medios supuestamente opuestas ideológica y políticamente en Estados Unidos. Estos grupos ya en la instalación de contenido lo que buscan es, siguiendo la idea de la propaganda, instalar no solo ideas, sino grandes líneas conceptuales. Por otro lado, la información está cada vez más restringida a esas líneas, que ya no son editoriales sino conceptuales globales. Se trata de una nueva narrativa en la cual ideas totalmente inexistentes hasta hace pocos años, hoy le son presentadas y casi impuestas en la repetición y constancia en un lugar central e impostergable a la sociedad de la cual la justicia es parte. La dialéctica erística de Schopenhauer que mencionara.

### **Mass Media** [\[arriba\]](#)

Otro factor, es entender que los medios de comunicación deben ser entendido como medios de comunicación masivos, es decir el concepto de “masa” es central a la modalidad del mensaje. No se envía un mensaje a un receptor calificado subjetivamente, sino a una masa es decir aun conjunto indiferenciado que se tratará como homogéneo, o principalmente se intentará homogeneizar, así sea en grupos de interés.

Quizás aquí la figura de Edward Bernays y la propaganda deba ser incorporada. Ya aún hace un siglo hacía muchos años que la psicología experimental del comportamiento había

hecho un largo recorrido y seguido el camino de un conductismo, ampliando luego a estudios del comportamiento cada vez más complejos y de la relación pensamiento, emoción, comportamiento, estructurando el paradigma cognitivo-comportamental. Sin embargo, quienes mejor habían entendido el potencial de estos aspectos básicos ligados a respuestas condicionadas y más tarde operantes (Skinner), habían sido quienes deseaban instalar respuestas específicas en la población, en particular los publicistas y los encargados de la propaganda ideológica. El mundo atravesaba épocas complejas (primeras décadas del siglo XX), aun hoy no totalmente comprendidas, y quienes manejaban sus hilos usaron entre otras, esta línea de experimentación. Entre ellos sobresalía como pionero en su utilización Edward Bernays, sobrino de Sigmund Freud y que entendería a partir de este, que el hallazgo de las pulsiones primarias inconscientes representaba un elemento revolucionario para desarrollar nuevas estrategias de propaganda. Nutriéndose de los abordajes de su tío, así como los de la teoría del aprendizaje y comportamiento, publicó dos libros posteriores a la primera guerra mundial: "Cristalizando la opinión pública"[4], en 1923, y, en 1928, "Propaganda"[5]. El primero si bien es recomendable su lectura, es autodescriptivo en su título solamente. El segundo, "Propaganda", sería la piedra fundamental de un movimiento que sigue más vigente que nunca un siglo más tarde y que inspirara desde las corporaciones, los medios, servicios de inteligencia inclusive, a Goebbels, el ministro de Propaganda en la Alemania Nazi, a quien Bernays citó como lector de sus obras en su autobiografía. Bernays describía a las masas como irracionales y con comportamiento e instinto de manada. Bernays a su vez había sido alguien sobre el cual un investigador en sociología de origen francés, había tenido una gran influencia: se trata de Gustave Le Bon, quien había sido pionero en el abordaje de la psicología de masas y los comportamientos de manada.

"Las masas nunca han sentido sed por la verdad. Se alejan de los hechos que nos les gustan y adoran los errores que les enamoran. Quien sepa engañarlas será fácilmente su dueño; quien intente desengañarlas será siempre su víctima"[6].

Esta idea de ir adaptando el mensaje al "receptor", llevó a la línea de pensamiento que impulso luego Bernays y sigue en la actualidad, potenciado por los medios tecnológicos a disposición de ese concepto.

Todos entendieron que la guerra psicológica, la propaganda, era fundamental para generar cambios en la psicología de masas, concepto que se intenta constantemente sacar de la escena en la actualidad, ya que su sola idea resulta perturbadora. La comprobación de la teoría de la investigación académica se daba en un camino en paralelo con prácticas de campo, que era evaluar - en principio - el comportamiento del consumidor (el objetivo de Bernays). Por momentos teoría e investigación confluían intercambiando aportes, con la aplicación a niveles más profundos como la política la justicia y en realidad las grandes líneas conceptuales sociales. Así Goebbels, el admirador y seguidor de Bernays, lo utilizó una década más tarde. Sin sorpresas en la intersección entre ambos, en el libro de Adolf Hitler *Mein Kampf* (Mi lucha) se encuentran conceptos similares.

El concepto primario de Bernays fue comprender que era necesario apelar a emociones, cogniciones y comportamientos básicos, que el individuo no pudiera procesar más que de una manera primaria. Así, por ejemplo, las ideas con fuerte representación visual generaban emociones. Un ejemplo famoso fue la campaña las "antorchas de libertad" (de las mujeres) la imagen que Bernays utilizó para instalar el consumo de cigarrillos en las mujeres como símbolo de libertad, de igualdad. Todos elementos que estaban en marcha en los reclamos feministas de la época y que utilizó convirtiendo el fumar en un emblema de estos reclamos. Hoy vemos que la imagen supera al relato, y el fenómeno es creciente en las vías de comunicación cada vez más usadas por las plataformas que son las "redes sociales".

Siguiendo esta idea Bernays continuaría y empieza a pensar en cómo hacer aceptables ideas que hasta ahora no lo eran en principio tan solo las mujeres fumar (o médicos), para luego llevar a la ideas del consentimiento, es decir que las personas empiecen a considerar

deseables y aceptables ciertas ideas. En 1955 edita un libro con colaboradores “La ingeniería del consentimiento[7].

Años más tarde este línea de pensamiento llevará a un concepto usado muy frecuentemente hoy: la Ventana de Overton.

El concepto de la ventana de Overton es uno de ciencia política, que Lehman y otros denominaron así en honor post-mortem a Joseph Overton, miembro como ellos del Centro Mackinac de Política Pública, quien había delineado la idea que luego se formularía de manera concreta. Simplificando, el concepto se refiere a la adaptación del discurso político (y los autores agregan específicamente, al jurídico) a una ventana, un rango conceptual, para que el mismo sea aceptado por el público en concordancia con sus ideas colectivas. Así, los políticos y juristas irían variando sus conceptos para hacerlos coincidir con la narrativa imperante en un determinado momento y lograr que sea aceptado. Sin embargo, años más tarde, un artículo de Evgueni Gorzhaltsán en RT[8] (RussiaToday) lo modificaba respecto al concepto original, estableciendo que se trataba de una forma de instalar una narrativa de manera progresiva en la población y establecía los pasos en los cuales se llevaba una idea inaceptable hasta hacerla popular e instalarla. Este concepto es el que se ha popularizado y podemos usar y nos permitirá entender el uso de los medios “masivos” de comunicación en la instalación de contenidos. Gorzhaltsán dice en su artículo que una idea pasaba por diferentes etapas de Impensable a aceptable de allí a ser sensata, a popular y finalmente al terreno de la aplicación en el terreno político, para ser una ventana poder volver a realizar el recorrido opuesto.

Un ejemplo de la instalación de ideas y el impacto judicial de las mismas puede verse en el área de los delitos sexuales sobre los menores. Así desde hace varios años padecemos una increíblemente intensa campaña mediático-política, con un interés directo en la actividad judicial, en la cual se busca transformar a los menores de edad en objeto sexual válido. La instalación de la idea va por varios frentes así, por ejemplo, existe una fuerte presión para que en las clasificaciones de patologías mentales la pedofilia ha dejado de ser una parafilia, es decir una perversión, para ser una elección válida. De hecho, y volvemos a los medios, se exponen constantemente no solo comunicadores sino supuestos o reales profesionales (psicólogos, médicos) que sostiene esta línea de presión ideológica. Evidentemente, esa idea totalmente ajena (totalmente inaceptable diría Gorzhaltsán) no puede ser modificada sino por una serie de pasos graduales, escalonados en el tiempo y bajo diferentes formas y divulgadores, sino habría sido rechazada. Las vías son muchas, desde personajes públicos bromeando de manera procaz con referencias directas al abuso sexual infantil (ASI), obviamente negando la idea de abuso, de delito (“es una manteca” en el caso Veira-Candelmo, judicializado, pero aun así mediatizado obscenamente) u horas de exposición mediática de personajes que instalan falsos debates (si el chico no considera abuso no es abuso)

### **La manipulación de la Información en los Medios y su Influencia [\[arriba\]](#)**

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública y en función de eso de manera indirecta, pero también de manera directa pueden moldear la percepción de la justicia en general y de los casos judiciales en particular. La manipulación de la información puede ocurrir a través de la selección sesgada de noticias, la omisión de datos relevantes, la distorsión de los hechos o la creación de narrativas sensacionalistas. Estas prácticas tienen el potencial de condicionar la opinión pública, generando verdaderos juicios populares mediáticos, antes de que se emita una sentencia por parte de los tribunales.

El impacto de la manipulación de la información se extiende a todos los niveles del escalafón judicial. Así por ejemplo los jueces pueden enfrentar presiones externas debido a la cobertura mediática intensa, lo que puede influir en su imparcialidad y toma de decisiones basadas únicamente en la ley y los hechos presentados en el tribunal. A su vez los periodistas, por su parte, pueden verse tentados a emitir juicios personales y opinar sobre los casos antes de que se emita una sentencia definitiva, lo que puede afectar la

objetividad de su cobertura y por ejemplo socavar la presunción de inocencia. A eso no hay que olvidar que las redes sociales y en particular los “*influencers*” que actúan como verdaderos formadores de opinión que a su vez son seguidos o acompañados (Oberton) por los medios. Se establecen así un circuito reverberante en que una vez instalado un tema el mismo se potencia.

Un ejemplo en nuestro medio son los llamados casos mediáticos, que en su mayoría no difieren de otros idénticos pero que no son llevados por los medios de comunicación a primer lugar de la agenda mediática. Así un crimen puede adquirir el carácter de emblemático solo porque ha sido colocado allí por los medios. Los casos Báez Sosa, Darthes, o un femicidio en particular, todos en general por alguna característica particular e interesante a la masa según interpretan los medios, sea de la víctima y/o del victimario. Los abogados han entendido el juego y hoy se han transformado en comentaristas habituales adelantando fallos, o dejando suponer su contacto y hasta a veces influencia con el juzgado o fiscalía que se ocupa del caso. En el caso de los comunicadores han entendido ese poder y dicen abiertamente por ejemplo para demostrarlo, contar con parte del expediente de la causa. Lo que parece aún más complicado por sus consecuencias en este contexto es lo que desprende de esto y es la participación de miembros de poder judicial en este juego, y quizás imaginan que podrá tener una influencia en la parte que representen (fiscales o defensores, por ejemplo). Así no son infrecuentes largas y repetidas participaciones de funcionarios en los medios, adoptando un rol específico, por ejemplo, el de justiciero que responde a las premisas de la sociedad enardecida por un caso del cual no ha dejado de tener información, aun cuando no se dé materialmente en la causa. La idea imperante parece ser instalar en el ágora pública, comprendiendo o quizás no, las reales consecuencias de esta delegación de poder y particularmente de responsabilidades. Esto genera una respuesta que se conoce como *backlash* y es que los medios luego que esa noticia, o parte interesada deja de ser parte del interés mediático o se intenta llevar en otra dirección, no tendrán inconvenientes en dejar esas alianzas circunstanciales y allí el funcionario, o la parte interesada puede pasar al margen opuesto en el que creía estar cómodamente asegurado, o simplemente pasar a la siguiente causa mediática.

Un ejemplo de estas semanas ha sido la muerte de una joven que cae de un edificio en la Capital Federal. La causa con varios ingredientes de interés mediático, no deja de estar presente en los medios, sin embargo, a pocos kilómetros en la ciudad de La Plata, tres casos del mismo tipo ocurren con 5 víctimas dos de ellas fatales, pero esa causa no motiva el mismo interés y difusión.

Desde la filosofía general y la del derecho algunos autores permiten ahondar y entender mejor comprender esta dinámica compleja entre justicia y medios de comunicación mejor

El filósofo Jürgen Habermas en “La transformación estructural de la esfera pública”[9], instala la idea de esfera “esfera pública” para referirse a un espacio en el que confluimos común a todos. Argumenta que una esfera pública libre y abierta es esencial para una sociedad democrática, pero advierte sobre los peligros de una opinión pública manipulada. Por otro lado, el jurista Ronald Dworkin[10] defiende la importancia de una cobertura mediática responsable y precisa para preservar la integridad del sistema judicial.

En cuanto al derecho, la jurisprudencia también ha abordado la relación entre medios de comunicación y justicia. En un caso famoso en los Estados Unidos el caso de Sheppard v. Maxwell[11], la Corte Suprema de Estados Unidos analizó cómo la cobertura mediática influyó en un juicio justo y estableció que los jueces deben tomar medidas para contrarrestar el impacto perjudicial de la prensa sensacionalista. El juicio fue vuelto a realizar debido a la injerencia de cámaras en el recinto y el resultado fue otro

## Conclusiones [\[arriba\]](#)

La manipulación de la información en los medios de comunicación respecto a los temas judiciales puede tener consecuencias significativas en la justicia y en la opinión pública.

Es necesario promover una cobertura responsable y precisa que respete la presunción de inocencia, garantice la imparcialidad de los jueces y evite la formación de juicios populares antes de la emisión de una sentencia. Asimismo, se requiere una mayor conciencia sobre los desafíos éticos y legales que enfrentan los periodistas al informar sobre asuntos judiciales. La reflexión sobre estos temas desde una perspectiva filosófica y jurídica puede contribuir a una discusión más amplia sobre cómo equilibrar adecuadamente la libertad de prensa y el respeto por el debido proceso en un sistema democrático.

Como ponía al inicio en una obra inspirada en el Fausto de Goethe dice Charles Baudelaire "El mejor truco que el diablo inventó fue convencer al mundo de que no existía"[12].

## Bibliografía [\[arriba\]](#)

De Rosa Alabaster, Enrique-Casabellas Alconada, Amparo - Nuevos Paradigmas para la Administración de Justicia en una sociedad cambiante Revista Argentina de Derecho Común - Número 1 - Septiembre 2018

Dworkin, R. (1986). Law's Empire. Harvard University Press.

Gargarella, Roberto. "Entre la novela en cadena, la catedral y la catedral bombardeada". De su blog Seminario de Teoría Constitucional y Filosofía Política. 15/07/2016. <http://seminario.gargarella.blogspot.com/2016/07/interpretacion-del-derecho-entre-la.html>

Habermas, Jürgen (1962 trans 1989) The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society, Polity, Cambridge.

Noam (2016) Who Owns the World's Media?: Media Concentration and Ownership around the World 1st Edition The International Media Concentration Collaboration

Sheppard v. Maxwell, 384 U.S. 333 (1966).

## Notas [\[arriba\]](#)

[1] Arthur Schopenhauer Dialéctica erística o Arte de tener razón en 38 artimañas

[2] RAE <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>

[3] Platón República Edit. EUDEBA 2014

[4] Crystallizing Public Opinion. New York: Boni and Liveright (1923). OCLC 215243834.

[5] Propaganda. New York: Horace Liveright (1928). ISBN 978-0804615112.

[6] "Psicología de las masas" Le Bon, Gustave (2018). Psicología de las masas. Editorial Verbum. ISBN 978-84-9074-686-8.

[7] Bernays The Engineering of Consent 1955 University of Oklahoma Press

[8] «¿Cómo legalizar cualquier fenómeno, desde la eutanasia hasta el canibalismo?». Actualidad.rt. 18 de abril de 2014. <https://actualidad.rt.com/sociedad/view/125437-legalizar-overt-on-eutanasia-incesto>

[9] Habermas, Jürgen (1962 trans 1989) The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society, Polity, Cambridge. ISBN 0-7456-0274-6

[10] Dworkin, R. (1986). Law's Empire. Harvard University Press.

[11] <https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/334/sheppard-v-maxwell#:~:text=The%20case%20Sheppard%20v.,reasonable%20limits%20on%20the%20former.>

[12] Le Joueur généreux <https://promlitt.hypotheses.org/148>

