



**Asociación Española
de Ciencia Política y de
la Administración**

El alza de la empresa privada como emisor de socialización política

Autor: Fernando Hurtado Pérez, Universidad Complutense de Madrid,
fernandohurtado091201@gmail.com

Coautor: José Ángel del Pozo Ramírez, investigador independiente,
joseadpr03@gmail.com

Resumen

Revisión sistematizada acerca de la capacidad creciente de socialización política que tienen las empresas privadas tomando el estudio de caso de las grandes tecnológicas y en lo que ello se traduce. Se aborda la sinergia entre la financiarización de la economía, la creación de estas empresas y las transformaciones políticas que las mismas llevan a cabo con especial foco a la producción de hegemonía. Se estudian los nexos entre las élites bancarias, tecnológicas y parlamentarias, descubriendo que las Big Tech no hacen sino retroalimentar y acelerar los procesos que crearon las condiciones necesarias para su aparición. Estas empresas (y quienes las dirigen) están dotadas de unos poderes de filtración ideológica que rivaliza e incluso supera al de algunos Estados, lo que permite un cambio progresivo de las condiciones materiales en pro de sus intereses.

Nota biográfica de los autores

Fernando Hurtado Pérez

Sevilla, 2001.

Graduado en el doble grado en Sociología y Ciencias Políticas y de la Administración de la Universidad Pablo de Olavide. Le gusta Digimon. Ha tenido dos estancias de alumno interno en el Departamento de Sociología. Cursa el máster en Metodologías de la Investigación en CCSS de la UCM.

Socialización política, organizaciones, élites, financiarización, metodología.

José Ángel del Pozo Ramírez

El Viso, Córdoba. 2003.

Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Pablo de Olavide, cursando un máster en Metodología Aplicada a las Políticas Públicas y con experiencia investigadora en el área de Historia Contemporánea de la UPO.

Metodología

En esta comunicación congresual podemos encontrarnos con una revisión sistematizada en proceso, que Codina (2020a) caracteriza como: centradas en el análisis y exploración de áreas de conocimiento y de ámbitos de investigación; con una función orientada hacia la identificación de las tendencias y corrientes principales en un área, así como la detección de huecos y oportunidades de investigación; con capacidad para satisfacer la necesidad de demostrar que los autores han examinado de forma rigurosa y sistemática las investigaciones previas, dado el carácter acumulativo de la ciencia; y no pudiendo limitarse, a priori, a una metodología concreta, sino que cada revisión debe establecer criterios específicos. Esta revisión se ha llevado a cabo en atención a los estándares de la declaración PRISMA y pasando por cuatro fases, que hallan su correspondencia en las propuestas por Codina (2020a) para la realización de revisiones sistematizadas, a decir: una primera fase de búsqueda de información en bases de datos especializadas; a la que sigue una segunda de evaluación de los documentos encontrados a partir de criterios

previamente delimitados de inclusión y exclusión; luego una tercera de análisis temático de los hallazgos más relevantes; y por último una síntesis de los resultados obtenidos.

Desarrollo

Aquí se parte de la hipótesis de que las plataformas digitales tienen una influencia considerable y creciente en la conformación de identidades sociopolíticas. Esto es así por su naturaleza interactiva, de espacio de intercambio y difusión de ideas. Con eso en mente se plantea una revisión sistematizada de la literatura hasta el momento sobre el tema en cuestión, sopesando tanto aquella que trate el objeto de estudio de manera integral como aquella que lo trate de forma parcial o en sus diferentes aspectos relacionados. Se considera esto como la primera fase de una investigación mayor encuadrada en varias partes, siendo este el estadio exploratorio en el que se estudia a fondo el estado de la cuestión y se detecta qué dirección debe tomar la investigación empírica de los informes posteriores.

Siguiendo con los objetivos, este informe tendría dos generales y tres específicos, siendo los generales:

1. Estudiar la literatura existente en torno a las Big Tech en sus capacidades y potencialidades para mediar en la socialización política de la ciudadanía.
2. Estudiar la literatura en torno a ejemplos ocurridos de lo anterior y la dirección ideológica que cada compañía haya tomado.

Y los específicos, no tan interesados en lo que dice la literatura como en el fenómeno en sí del crecimiento de influencia de estas compañías sobre la socialización política ciudadana:

1. Elaborar un retrato sucinto de la élite tecnológica y de sus modos de operar.
2. Examinar la colonización algorítmica de la esfera pública al objeto de ver si esta influencia se extiende a más áreas.
3. Evaluar el efecto de la nueva gobernanza de plataformas en la erosión democrática.

Las empresas privadas llevan siendo un actor político a considerar desde su mismo nacimiento. No obstante, mediante los procesos de acumulación del capital y de sinergia de las mismas con los Estados que posibilitaron las condiciones materiales necesarias para su emerger, están alcanzando cotas de poder hasta ahora no vistas y que pueden, en potencia, seguir creciendo exponencialmente. Uno de los ámbitos más paradigmáticos en que está creciendo la importancia de la empresa como actor es el de la socialización política. La socialización política es el proceso mediante el cual los particulares adoptan conductas y comportamientos para desempeñar su papel de ciudadanos, mediante el que los valores políticos se transmiten de una generación a otra conformando climas de interpretación (Duverger, 1988; Vallès & Puig, 2015; Colomer, 2017). Antes del Estado-nación moderno europeo la hegemonía solía engendrarse a través de la Iglesia y su credo, tras la creación de este, esa actividad que imbrica y enraíza la actividad política, trasladó su origen al propio Estado. Serían los Estados los que, en una zona geográficamente determinada, organizarían la producción intelectual y la construcción de

legitimidad, los que delimitarían la línea de lo normativo y los que perseguirían a quiénes se saliesen de esos carriles trazados con anterioridad. Las empresas actúan como grupos de presión dentro de los cauces estatales y como actor en sí mismo en diferentes lidias, pero en ningún caso tendrían potestad ni capacidad para imponer una noción de lo aceptable por sí mismos, sin la mediación de ningún actor institucional. Esto empieza a cambiar de manera progresiva con el desarrollo de los medios de comunicación de masas primero y de la industria de la publicidad después, si bien los mass media tradicionales aún son clientes de actores políticos oficiales. El verdadero cambio se da con el surgimiento de las redes sociales. Estas plataformas no sólo actúan como meros canales de información vertical unidireccional, sino que crean espacios para la interacción de usuario a usuario. Otrora sólo el Estado tenía esta capacidad mediante el aseguramiento de lugares geográficamente determinados, y, por ende, limitados. Ahora tenemos compañías que crean espacios geográficamente ilimitados, lo que permite una mayor conectividad de usuarios y trasciende las limitaciones fronterizas. Sin embargo, del mismo modo que en los espacios públicos los Estados ejercen cierto control sobre lo que se puede decir y lo que no, también aquí las grandes compañías tienen esa potestad. Más aún: la mera limitación tecnológica condiciona lo que se dice. La manera en que se dice algo no es baladí, como nos indican numerosos estudios desde la filosofía, la sociología, la psicología, la lingüística o la ciencia política. Una simple limitación de caracteres atropella el proceso reflexivo. Un comportamiento algorítmico específico promueve ciertos mensajes sobre otros. La proliferación de imágenes generadas con Inteligencia Artificial al alcance de cualquier usuario genera desconfianza. Aún es pronto para medir las consecuencias reales, pero no para examinar el potencial que tienen estas herramientas y quienes la poseen en la conformación de las identidades sociopolíticas de la ciudadanía, y, por extensión, de la creación de hegemonía, esto es, de la creación de legitimidades para prácticas específicas.

No se entiende el alza de estas empresas sin atender primero al proceso de financiarización de la economía. De manera progresiva a lo largo del siglo XX y en particular a partir de la década de 1970, asistimos a una transformación del tejido productivo, siendo las economías occidentales el epicentro de este proceso. Este cambio se ha dado al compás de una inclusión cada vez mayor del sector financiero sobre la economía, haciéndose la mayor parte de sectores progresivamente más dependientes del crédito para funcionar. Esto, por otro lado, favorece mucho las inversiones y los flujos de capital. Aparece la figura del capital riesgo, definida del siguiente modo por la Ley 22/2014, de 12 de noviembre, por la que se regulan las entidades de capital-riesgo, otras entidades de inversión colectiva de tipo cerrado y las sociedades gestoras de entidades de inversión colectiva de tipo cerrado, y por la que se modifica la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva: “Se entenderá por entidades de capital-riesgo (ECR) aquellas entidades de inversión colectiva de tipo cerrado que obtienen capital de una serie de inversores mediante una actividad comercial cuyo fin mercantil es generar ganancias o rendimientos para los inversores y cuyo objeto principal [...]” (artículo 3); “consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas de naturaleza no inmobiliaria ni financiera que, en el momento de la toma de participación, no coticen en el primer mercado de bolsas de valores o en cualquier otro mercado regulado equivalente” (artículo 9). Este modelo de entidad suele apostar por sectores con un riesgo de inversión demasiado grande para que la mayoría de inversores convencionales apueste por ellos, pero con un régimen de ganancias potenciales desmedido. Sectores con estas características son los que se basan en

tecnologías punteras, como las Tecnologías de la Información y la Comunicación, vanguardia de las cuales son las Big Tech. Sin la proliferación de entidades de capital riesgo no hubiese sido posible la creación de estas empresas, lo que ata de forma irremediable el destino de ambos sectores, y con ello de sus ideas y procedimientos. A su vez estas inversiones no se otorgan en base a méritos de principio y capacidad sino en base a la creación de un clúster virtual entretejido por una élite que actúa en calidad de red densa caracterizada por permitir la movilización de recursos, el intercambio de riesgos y la acción coordinada durante períodos prolongados (Granovetter, 1973; Coleman, 1988; Pitti, 2024). No asistimos a la relación entre dos sectores sino a la creación de una élite por mitosis de otra anterior. De esa anterior se hereda un aparato ideológico que vertebra las relaciones de esta nueva y legítima y orienta la acción entre sus integrantes. Hablamos de fenómenos como la llamada PayPal Mafia, que supone un antes y un después en el tejido económico estadounidense y global pues tras su migración de eBay y su apoyo mutuo han ido diseminándose y apoyando individuos afines, monopolizando los recursos en sus iguales y, por la propia naturaleza ya mencionada de los productos que ofrecen, teniendo un inmenso altavoz concentrado en individuos ideológicamente homogéneos. La ideología de esta élite, heredada del sector financiero y ya propagada con anterioridad por este en sus esferas de influencia, se relaciona mucho con la visión del ideario managerial, según el cual todos los ámbitos de la vida pueden y deben ser gestionados del mismo modo que la vida empresarial, dando lugar a una serie de cambios en las maneras de ser, sentir, pensar y hacer en los ámbitos más diversos. Esto colinda en muchos aspectos con las nuevas ideas de ultraderecha, resultando en que varios de estos empresarios simpatizan sobremanera con estos movimientos sociales (Alonso & Rodríguez, 2018).

Ahora veamos cómo los objetivos se han ido resolviendo caso por caso hasta donde ha llegado la investigación en el momento de la redacción del informe. Comenzando con los objetivos generales, se partían de dos: uno, consistente en estudiar la literatura existente en torno a las Big Tech en sus capacidades y potencialidades para mediar en la socialización política de la ciudadanía; y otro, relativo también a estudiar la literatura, pero en lo referido a ejemplos ocurridos de lo anterior y la dirección ideológica que cada compañía hubiese tomado. El primero ha orillado en la conclusión de que existe un gran tratamiento de las dimensiones particulares y/o sintomáticas del fenómeno, y uno menor del alza de las Big Tech como emisor de socialización política como fenómeno integral en sí mismo. Asimismo, los artículos desde las distintas ópticas confluyen en señalar la acentuación de esta tendencia. La revisión de la literatura indica que falta bibliografía al respecto de las grandes tecnológicas desde la perspectiva del estudio de élites en relación con las ya mencionadas capacidades de socialización política de sus plataformas. Son cuestiones tratadas mayormente por separado, la de las élites tecnológicas y la socialización política. El segundo presenta casos como el de la antigua Twitter con las constricciones que la caracterizaban y la nueva X con la ausencia de estas. Twitter tenía una serie de políticas relativamente estrictas en lo relativo a los discursos de odio y la propagación de información no contrastada, políticas basadas en la asunción de los consensos liberales de su tiempo. Tras su compra por Elon Musk y su posterior reconversión en X, se asumió la libertad máxima como única regla formal. El primer escenario, con su sistema de interacción basado en reglas, promovía la propagación de movimientos sociales bajo el amparo de ese mismo consenso liberal. El segundo escenario, con su paradigma de libertad total, abría la ventana de oportunidad a nuevas formas de comunicación y pensamiento que fueran iliberales, como fue el caso de la alt right. Esto llevó a los antiguos creadores de Twitter a crear la red

BluesKy, copia de la original, para conservar el lugar basado en reglas que habían creado pese a haber hecho la venta previamente. La creación de BluesKy y la transmutación de X en un ecosistema de consenso iliberal llevó a un éxodo de usuarios progresistas que se mudaron de una red a otra. Esto hizo de BluesKy una plataforma de consenso liberal mucho más acentuado de lo que Twitter nunca fue, pues además de haber constricciones técnicas impuestas por los moderadores que propician la aparición o limitación de ciertos discursos, también se fomenta como nunca antes el emerger de espirales de silencio por razón de homogeneidad ideológica relativa en ambas redes, lo que a su vez comporta una polarización política en el mundo extravirtual. Son ejemplos los tres de redes con un sentido ideológico específico fomentado verticalmente con notable éxito desde una élite reducida; así como de lo que cambios técnicos de pequeña envergadura pueden acarrear en los sistemas de pensamiento de la ciudadanía (Magalhães et al., 2026).

Por otro lado, también fue enumerada una serie de objetivos específicos, a decir tres: el esbozo de un retrato de la élite tecnológica y sus modos de operar; indagar sobre la colonización algorítmica de la esfera pública; y el estudio del fenómeno en su relación con la erosión democrática. Respecto del primer objetivo específico, decir que en efecto hay una élite tecnológica como atestigua gran parte de la bibliografía, y que la misma se crea por necesidad debido a la naturaleza específica del sector informático en sus etapas iniciales. Estas empresas en el contexto de su emerger demandaban una inversión enorme por un riesgo desmedido. La biodiversidad empresarial que se encuentra en Silicon Valley sólo ha sido posible por la práctica de los favores personales concedidos bajo la existencia de vínculos estrechos como los que se creaban entre compañeros de facultad en el círculo de Peter Thiel. Además de unas circunstancias económicas favorables, también era necesario cubrir la gran incertidumbre de estas operaciones financieras con la seguridad inherente a las relaciones personales. Por eso la mayoría de empresas de Silicon Valley vienen de grupos de pares previos a la existencia de estas mismas empresas. Estos grupos a su vez tenían una cohesión social fuerte que sólo se lograba mediante una cierta homogeneidad ideológica y de género. Esto lleva a que la mayoría de plataformas digitales tengan por dueños a miembros de un mismo grupo de amigos, con tendencia a la retroalimentación interna y con sentires políticos similares. Con lo que se ha visto en mente de las enormes potencialidades que tienen las plataformas digitales para mediar en la socialización política de los particulares con pequeños cambios técnicos, esto ayuda a entender mejor cómo la ideología libertaria y conservadora que compartían estos empresarios y era residual al momento de la fundación de sus proyectos, ahora está tan en alza tanto en sus expresión más pura como, sobre todo, en distintos sucedáneos.

Respecto del resto de objetivos específicos la investigación quedó inconclusa para la fecha de inscripción en la AECPA.

Bibliografía

Adler-Nissen, R., & Eggeling, K. A. (2024). The Discursive Struggle for Digital Sovereignty: Security, Economy, Rights and the Cloud Project Gaia-X. *JCMS Journal Of Common Market Studies*, 62(4), 993-1011. <https://doi.org/10.1111/jcms.13594>

Alonso, L. E., & Rodríguez, C. J. F. (2018). *Poder y sacrificio: Los nuevos discursos de la empresa*. Siglo XXI.

An, J & Rau, R 2019, 'Finance, technology and disruption', *The European Journal of Finance*. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1703024>

Amoore, L. (2018). Cloud geographies: Computing, data, sovereignty. *Progress in Human Geography* , 42(1) , 4-24 . <https://doi.org/10.1177/0309132516662147>

Atal, M. R., Taggart, J., Schindler, S., Logan, S., Utrata, A., Lockwood, E., & Drezner, D. (2026). Oligarchic sovereignty: Technology and the future of global order. *Review of International Studies*, 52(1), 1–23. doi:10.1017/S0260210525101599

Bassens, D., Knox-Hayes, J., Lai, K., Pan, F., & Wójcik, D. (2024). Finance in the age of geoeconomics: intersections of finance, production, and digital technology. *Finance And Space*, 1(1), 542-555. <https://doi.org/10.1080/2833115x.2024.2433898>

Beekmans, I. (2025). Micro-hegemonic path dependence: How Big Tech power operates through ideological fragmentation and self-reinforcing technologies. *Convergence The International Journal Of Research Into New Media Technologies*, 31(6), 2086-2100. <https://doi.org/10.1177/13548565251336462>

Brito, J. F., Martínez-Ávila, D., & Silva, R. C. (2023). Narrativas de homens trans: uma análise discursiva no Facebook. *Encontros Bibli Revista Eletrônica de Biblioteconomia E Ciência Da Informação*, 28, 1-26. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2023.e84517>

Broudy, D., & Arakaki, M. (2020). Who Wants to Be a Slave? The Technocratic Convergence of Humans and Data. *Frontiers In Communication*, 5. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.00037>

Callejón, F. B. (2020). Redes sociais, companhias tecnológicas e democracia. *Revista Brasileira de Direitos Fundamentais & Justiça*, 14(42), 25-48. <https://doi.org/10.30899/dfj.v14i42.890>

Chapman, T. L., & Li, H. (2023). Can IOs influence attitudes about regulating "Big Tech"? The Review of International Organizations.

<https://doi.org/10.1007/s11558-023-09490-8>

Codina, L. (2020a). Revisiones bibliográficas sistematizadas en Ciencias Humanas y Sociales. 1: Fundamentos. *Methodos Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, 1, 50-60.

Codina, L. (2020b). Revisiones sistematizadas en Ciencias Humanas y Sociales. 2: Búsqueda y Evaluación. En *Universitat Pompeu Fabra eBooks* (pp. 61-72).

<https://doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.06>

Codina, L. (2020c). Revisiones sistematizadas en Ciencias Humanas y Sociales. 3: Análisis y Síntesis de la información cualitativa. En *Universitat Pompeu Fabra eBooks* (pp. 73-87). <https://doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.07>

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), S95-S120.

Colomer, J. M. (2017). *Ciencia de la política*. Madrid: Ariel.

De-La-Garza-Montemayor, D., Peña-Ramos, J., & Recuero-López, F. (2019). Online political participation of young people in Mexico, Spain and Chile. *Comunicar*, 27(61), 83-92. <https://doi.org/10.3916/c61-2019-07>

Dekker, D., Galeano-Duque, V., & Christopoulos, D. (2026). Effects of venture debt on early- and late-stage funding of tech startups in tech ecosystems. *International Review Of Economics & Finance*, 108, 105196.

<https://doi.org/10.1016/j.iref.2026.105196>

Durkheim, É. (1989). *El suicidio*. Ediciones AKAL.

Duverger, M. (1988). *Sociologie de la politique: éléments de science politique*.

FeniXX.

Ehl, D. (2026, 21 abril). «Tecnofascismo»: Palantir causa revuelo con un manifiesto. *dw.com*.

<https://www.dw.com/es/tecnofascismo-por-qu%C3%A9-causa-revuelo-el-manifiesto-de-palantir/a-76888990>

Francisco, B. D., Pinochet, L. H. C., & Pardim, V. I. (2025) . O impacto das grandes corporações do mercado de tecnologia na ordem política mundial: uma análise da ascensão do embate entre as big techs e os estados. *Revista Administração em Diálogo* , 27 [cite: 782. 805](#) , 33-51 .

<https://doi.org/10.23925/2178-0080.2025v27i2.66836>

García-Guerrero, J. E. (2019). Redes Sociales e interés político: frecuencia con la que se comparte información sin confirmar en Quito, *Icono 14*, 17 (2), 231-253. doi: 0.7195/ri14.v17i2.1308

George, A. S. (2023). Silicon Valley Rising: How Big Tech May Eclipse Nation States. *Partners Universal Innovative Research Publication (PUIRP)*, 1(1).

Gerbrandy, A., Morozovaite, V., & Phoa, P. (2025). Unveiling the Discursive Power of Big Tech: Implications for EU Competition Law and Beyond. *Utrecht Law Review*, 21(2), 22-39. <https://doi.org/10.36633/ulr.1134>

Gómez Suárez, Á., & Verdugo Matés, R. M. (2024). Nuevas formas de poder digital en la red: dimensiones de la política sexual de las Big Tech. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (138), 97-120. <https://doi.org/10.24241/rcai.2024.138.3.97>

Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Gupta, S. & Mukherjee, A. (2019). 4. Use of big data in hacking and social engineering. In S. Gupta, I. Banerjee & S. Bhattacharyya (Ed.), *Big Data Security* (pp. 47-74). Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110606058-004>

Hodson, M., & McMeekin, A. (2021). Global technology companies and the politics of urban socio-technical imaginaries in the digital age: Processual proxies, Trojan

horses and global beachheads. *Environment And Planning A Economy And Space*, 53(6), 1391-1411. <https://doi.org/10.1177/0308518x211002194>

Jacobsen, J. T., & Liebetrau, T. (2025). Infrastructuring public-private relations: Big Tech, the Ukraine War and implications to security governance. *European Journal of International Relations*, 32(1), 183-208. <https://doi.org/10.1177/13540661251370265>

Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*, 35(3), 470-493. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1426662>

Kalaitzake, M. (2019). Accounting for success: The Big Four as allies of finance in post crisis regulatory reform. *Business And Politics*, 21(3), 297-326. <https://doi.org/10.1017/bap.2019.6>

Ley 22/2014, de 12 de noviembre, por la que se regulan las entidades de capital-riesgo, otras entidades de inversión colectiva de tipo cerrado y las sociedades gestoras de entidades de inversión colectiva de tipo cerrado, y por la que se modifica la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva. *Boletín Oficial del Estado*, 275, de 13 de noviembre de 2014. <https://www.boe.es/eli/es/l/2014/11/12/22>

Li, L. F., & You, L. L. (2025). Internet Empowerment, Political Socialization, and the Echo Chamber Phenomenon of Taiwan's Youth Generation. *SAGE Open*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/21582440251367138>

Likarchuk, N., Velychko, Z., Andrieieva, O., Lenda, R., & Vusyk, H. (2023). Manipulation as an element of the political process in social networks. *Cuestiones Políticas*, 41(76), 769-779. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4176.45>

James, S., & Quaglia, L. (2025). Banks and the noisy geopolitics of big tech regulation in Europe. *Competition & Change*. <https://doi.org/10.1177/10245294251327729>

Janeway, W. H., Nanda, R., & Rhodes-Kropf, M. (2021). Venture Capital Booms and Start-Up Financing. *Annual Review Of Financial Economics*, 13(1), 111-127. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-010621-115801>

Khanal, S., Zhang, H., & Taeihagh, A. (2024). Why and how is the power of Big Tech increasing in the policy process? The case of generative AI. *Policy And Society*, 44(1), 52-69. <https://doi.org/10.1093/polsoc/puae012>

Khanal, S., Zhang, H., & Taeihagh, A. (2026). The rise of Big Tech as super policy entrepreneurs. *Policy And Society*. <https://doi.org/10.1093/polsoc/puag005>

Magalhães, J. C., Keller, C. I., & Gorwa, R. (2026). The Great Sysop: Elon Musk, X, and the emergence of platform illiberalism. *New Media & Society*.
<https://doi.org/10.1177/14614448261424889>

Maldita.es. (2026, 5 febrero). El mensaje que el dueño de Telegram envió a los usuarios en España es real: opina y alerta de medidas que a 5 de febrero, el Gobierno no ha explicado públicamente cómo ejecutará. *Maldita.es - Periodismo Para Que No Te la Cuelen*.
<https://maldita.es/malditobulo/20260205/el-gobierno-de-pedro-sanchez-esta-impulsando-nuevas-regulaciones-peligrosas-que-amenazan-vuestras-libertades-en-internet/>

Monsees, L., Liebetrau, T., Austin, J. L., Leander, A., & Srivastava, S. (2023). Transversal Politics of Big Tech. *International Political Sociology*, 17(1).
<https://doi.org/10.1093/ips/olac020>

Noelle-Neumann, E. (2010). *La espiral del silencio: Opinión pública, nuestra piel social*. Paidós.

Oliveira Pereira, B., & Silveira Rezende, W. (2026). A esfera pública plataformizada: big techs, desinformação e a erosão democrática. *REVISTA QUAESTIO IURIS*, 18(1), 211–251. <https://doi.org/10.12957/rqi.2025.94040>

Pascal, U., Fang, C., & Bassens, D. (2026). Decentering tech oligarchy. *Science As Culture*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/09505431.2026.2624830>

Prado, T. S., & Bauer, J. M. (2022). Big Tech platform acquisitions of start-ups and venture capital funding for innovation. *Information Economics And Policy*, 59, 100973. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2022.100973>

Pitti, R. (2024). *The "PayPal Mafia": A Diaspora of Disruption and Political Influence in 21st Century America*. Academia.edu.

https://www.academia.edu/143970112/The_PayPal_Mafia_A_Diaspora_of_Disruption_and_Political_Influence_in_21st_Century_America

Saura García, C. (2024). Digital expansionism and big tech companies: consequences in democracies of the European Union. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), Artículo 448.

<https://doi.org/10.1057/s41599-024-02924-7>

Saura García, C., & Calvo, P. (2024). Opinión pública masiva: colonización algorítmica y sintetificación de la esfera pública. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (138), 73–95. <https://doi.org/10.24241/rcai.2024.138.3.73>

Schwinges, A., Lock, I., Van Der Meer, T. G. L. A., & Vliegenthart, R. (2024). Stepping on Toes? Role Dynamics between Journalists and Lobbyists Regarding Big Tech's Accountability Agenda. *The International Journal Of Press/Politics*, 30(3), 705-726. <https://doi.org/10.1177/19401612241242401>

Smolak Lozano E (2025) Digital communication strategies of lobbies in the European Union. *Front. Polit. Sci.* 7:1543123. doi: <https://doi.org/10.3389/fpos.2025.1543123>

Srivastava, S. (2021). Algorithmic Governance and the International Politics of Big Tech. *Perspectives On Politics*, 21(3), 989-1000. <https://doi.org/10.1017/s1537592721003145>

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

Sunstein, C. R. (2019). *Conformity: The power of social influences*. New York University Press.

Taskale, A. R. (2026). Manufacturing the Leviathan: Palantir's 'Technological republic' and the nationalist faction of the tech oligarchy. *Science as Culture*, Latest articles. <https://doi.org/10.1080/09505431.2025.2607360>

Törnberg, P. (2025). Hype, financial narratives, and self-fulfilling prophecies in surveillance capitalism. *Media Culture & Society*, 47(8), 1543-1558.

<https://doi.org/10.1177/01634437251346684>

Utrata, A. (2024a). Engineering territory: Space and colonies in Silicon Valley. *American Political Science Review*, 118(3), 1097-1109.

Utrata, A. (2024b). Silicon Valley and the State: Towards a Political Theory of Technology Corporations [Apollo - University of Cambridge Repository].

<https://doi.org/10.17863/CAM.111064>

Vallès, J. M., & Puig, S. M. (2015). *Ciencia política*. Editorial Ariel.

Vanderborght, R., & Nadibaidze, A. (2025). Military demonstrations as digital spectacles: How virtual presentations of AI decision-support systems shape perceptions of war and security. *European Journal Of International Security*, 1-20.

<https://doi.org/10.1017/eis.2025.10015>

Van Dijck, J. (2019). Governing digital societies: Private platforms, public values. *Computer Law & Security Review*, 36, 105377.

<https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105377>

Xiong, J. (2025). Beyond the Multitude: State–Society Alliances as a Strategy Against Big Tech’s Digital Hegemony. *MGIMO Review of International Relations*, 18(4), 85–109. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2025-4-103-85-109>

Zhang, L. (2025). Market in the Fragmented State: Alibaba and the Chinese Governance Regime of Big Tech. *Social Media + Society*, 11(2).

<https://doi.org/10.1177/20563051251340147>

Zhang, H., Khanal, S., & Taeihagh, A. (2024). Public-Private Powerplays in Generative AI Era: Balancing Big Tech Regulation Amidst Global AI Race. *Digital Government Research And Practice*, 6(2), 1-11. <https://doi.org/10.1145/3664824>