

CALL FOR PAPERS DÍGITOS núm. 11 (2025)

Monogràfic:

Retòrica de la desinformació

Coordinador:

Dr. Jorge Jiménez-Ramírez (Universidad Europea de Madrid)

Hi ha una paradoxa que caracteritza a la societat contemporània: l'accés múltiple i constant a la informació genera més desinformació que mai. Aquesta sobreabundància d'informació produeix ciutadans "infoxicats" (Cornella, 2009) que renuncien a reconèixer la veritat davant la dificultat de processar les abundants dades i, en conseqüència, són més susceptibles que mai a la desinformació.

Què entenem per desinformació? No és la simple generació d'informació falsa o faules, al contrari: l'objectiu de la desinformació és impedir la percepció de la realitat mitjançant la generació d'informació parcialment veritable o falsa (Rid, 2021), de manera que el receptor no sàpiga a què atènyer-se i acabi creient que "tot és mentida" o que "la veritat és relativa". La desinformació ho és, no perquè sigui involuntàriament errònia o directament mentida, sinó perquè té l'objectiu essencial de confondre i ha estat generada per això (Romero, 2018, p. 328).

La desinformació no és només responsabilitat dels emissors. Els receptors són part activa en l'efecte i impacte de la desinformació (Camps en Castilla del Pino, 1988), perquè els seus prejudicis, marcs mentals i biaixos cognitius (com el de confirmació o el de correlació) són fonamentals en la construcció de metàfores i la propagació de relats (Lakoff, 1986).

Encara que la desinformació és un fenomen tan antic com el poder i la política, la societat digital (Castells, 2006), caracteritzada per l'exposició i consum de continguts en mitjans i aplicacions digitals, ha fet possible desplaçar l'etiqueta idealista de societat

de la informació (Castells, 2006), amb la qual caracteritzava l'albada de la nova era, per la pessimista de societat de la desinformació (Badillo, 2019).

Aquest monogràfic, centrat en la retòrica de la desinformació, convida a contribucions que exploren una àmplia gamma de temàtiques relacionades amb la desinformació en l'àmbit digital i audiovisual, des de perspectives multi i interdisciplinàries (psicologia, lingüística, comunicació, política, dret, història, filologia, filosofia, art, sociologia...). Les temàtiques admeses inclouen, però no es limiten a, les següents:

- Anàlisi de les estratègies retòriques en campanyes de desinformació.
- Estudi de les narratives i marcs mentals promoguts per la desinformació.
- Relació entre la desinformació i la retòrica clàssica (fal·làcies, trops...).
- Impacte de la desinformació en la percepció pública i en la presa de decisions.
- La psicologia de la desinformació (biaixos cognitius i recepció de la desinformació).
- Rol de les xarxes socials i algorismes en la propagació de la desinformació.
- Efectes de la desinformació en la democràcia i la participació ciutadana.
- Casos d'estudi sobre desinformació en contextos específics: crisis sanitàries, conflictes polítics, campanyes electorals, etc.
- Anàlisi de la legislació i polítiques públiques dirigides a combatre la desinformació.

Enviaments

Els enviaments es consignaran mitjançant la plataforma OJS de la revista:

<https://revistadigitos.com/index.php/digitos>

S'acceptaran originals fins el **20 de desembre de 2024**. Per realitzar l'enviament cal disposar d'usuari en la plataforma de la revista.

Dígitos atorga un premi predoctoral d'investigació al millor article publicat en qualsevol secció de la revista. Consulta les bases a la web.

Referències

- Alonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, 45, 29–52.
- Anderson, B. (2021). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Badillo, Á. (2019). *La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información*. Real Instituto Elcano.
<https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/10/dt8->

[2019-badillo-sociedad-de-desinformacion-propaganda-fake-news-y-nueva-geopolitica-de-informacion.pdf](https://www.revistadigitos.com/2019-badillo-sociedad-de-desinformacion-propaganda-fake-news-y-nueva-geopolitica-de-informacion.pdf)

- Booth, W. C. (1983). *The rhetoric of fiction*. University of Chicago Press.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.
- Castilla del Pino, C. (1988). *El discurso de la mentira*. Alianza.
- Cornella, A. (2009-2010). *Cómo sobrevivir a la infoxicación*. Infonomía. http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf
- Crouch, C. (2004). *Post-democracy*. Polity.
- Cusset, F. (2013). *French Theory: Foucault, Derrida, Deleuze et Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux Etats-Unis*. La Découverte.
- Durand, C. (2021). *Tecnofeudalismo. Crítica a la economía digital*. Capitán Swing.
- Facione, P. (2007). Pensamiento Crítico: ¿Qué es y por qué es importante?. *Insight assessment*, 22, 23-56.
- Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., i Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>
- Lakoff, G. i Mark Johnson (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.
- McLuhan, M. (1966). *Understanding media; the extensions of man*. Signet Books.
- Romero, L. (2018). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformación. *Correspondencias & Análisis*, 3, 319–342. <https://zenodo.org/record/1412183>
- Rosanvallon, P. (2020). *El siglo del populismo*. Galaxia Gutenberg.
- Ufarte-Ruiz, M. J., Peralta-García, L., i Murcia-Verdú, F. J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Profesional de la información*, 27(4), 733-741.
- Villanueva, D. (2021). *Morderse la lengua: Corrección política y posverdad*. Espasa.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22. doi: 10.2307/422412.
- Wu, T. (2020). *Comerciantes de atención*. Capitan Swing.