

# DÍGITOS

Revista de Comunicación Digital

11  
2025

## Retórica de la desinformación

Coordinado por: Jorge Jiménez-Ramírez  
Universidad Europea de Madrid



VNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

Número 11 - Año 2025 - Revista Anual  
ISSN 2444-0132  
<https://revistadigitos.com/>

## Dígitos. Revista de Comunicación Digital

Revista anual (2015 - )  
ISSN 2444-0132

Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación  
Facultad de Filología, Traducción y Comunicación  
Universitat de Valencia  
Avenida Blasco Ibáñez, 32  
46010 Valencia, España



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 International

---

### **DIRECTORA**

Lorena Cano-Orón, Universitat de València, España

### **SECRETARIA**

Lucía Márquez Martínez, Universitat de València, España

### **CONSEJO EDITORIAL**

Giulia Colaizzi, Universitat de València, España

Tomás Baviera Puig, Universidad Politécnica de Valencia, España

Josep Lluís Gómez Mompert, Universitat de València, España

Francesc Andreu Martínez Gallego, Universitat de València, España

Carolina Moreno Castro, Universitat de València, España

Vicente Sánchez Biosca, Universitat de València, España

Jenaro Talens Carmona, Universitat de València - Université de Genève, Suiza

### **CONSEJO DE REDACCIÓN**

Dafne Calvo (Universitat de València, España)

Vicente Fenoll Tome (Universitat de València, España, España)

José Vicente Gamir Ríos (Universitat de València, España)

Silvia Guillamón Carrasco (Universitat de València, España)

Irene Liberia Vayá (Universidad de Sevilla, España)

Germán Llorca Abad (Universitat de València, España)

Guillermo López García (Universitat de València, España)

Amparo López Meri (Universitat Jaume I de Castelló, España)

Janna Joceli Omena (King's College London, Reino Unido)

Laura Pérez Altable (Universitat Pompeu Fabra, España)

Meritxell Roca Sales (Columbia University in the City of New York, Estados Unidos)

## COMITÉ CIENTÍFICO

Laura Alonso Muñoz (Universitat Jaume I de Castelló, España)  
Salomé Berrocal Gonzalo (Universidad de Valladolid, España)  
Rodrigo Browne Sartori (Universidad Austral, Chile)  
Eva Campos Domínguez (Universidad de Valladolid, España)  
María José Cantalapiedra González (Universidad del País Vasco, España)  
Azahara Cañedo Ramos (Universidad de Castilla - La Mancha, España)  
Claudia Capelli (Università di Bologna, Italia)  
Andreu Casero Ripollés (Universitat Jaume I de Castelló, España)  
Giulia Colaizzi (Universitat de València, España)  
Lluís Codina Bonilla (Universitat Pompeu Fabra, España)  
Carmina Crusafon (Universitat Autònoma de Barcelona, España)  
José Luis Dader García (Universidad Complutense de Madrid, España)  
María Díez Garrido (Universidad de Valladolid, España)  
María José Establés Heras (Universidad de Castilla - La Mancha, España)  
José Alberto García Avilés (Universidad Miguel Hernández, España)  
Felip Gascón i Martín (Universidad de Playa Ancha, Chile)  
Giulia Giorgi (Università degli Studi di Milano, Italia)  
José Luis González Esteban (Universidad Miguel Hernández, España)  
María Iranzo-Cabrera (Universitat de València, España)  
Xosé López García (Universidad de Santiago de Compostela, España)  
Francesc Andreu Martínez Gallego (Universitat de València, España)  
Michele Goulart Massuchin (Universidade Federal do Paraná, Brasil)  
Koldobika Meso Ayerdi (Universidad del País Vasco, España)  
Carolina Moreno Castro (Universitat de València, España)  
Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I de Castelló, España)  
Dolors Palau Sampio (Universitat de València, España)  
María Bella Palomo Torres (Universidad de Málaga, España)  
Javier del Rey Morató (Universidad Complutense de Madrid, España)  
Francesca Rizzuto (Università degli Studi di Palermo, Italia)  
Ramón Salaverría Aliaga (Universidad de Navarra, España)  
Vicente Sánchez Biosca (Universitat de València, España)  
José Manuel Sánchez Duarte (Universidad Rey Juan Carlos, España)  
Víctor Sampedro Blanco (Universidad Rey Juan Carlos, España)  
Francisco Sierra Caballero (Universidad de Sevilla, España)  
Janneth Trejo-Quintana (Universidad Nacional Autónoma de México, México)  
Lidia Valera Ordaz (Universitat de València, España)  
Carlos del Valle Rojas (Universidad de la Frontera, Chile)  
Belén Zurbano Berenguer (Universidad de Sevilla, España)

## COMUNICACIÓN

Pablo Antón, Universitat de València, España

## ELEMENTOS GRÁFICOS

La portada ha sido diseñada usando imágenes de Freepik

## Editorial

Lorena Cano-Orón 5

## Prismas de actualidad

Un mundo infeliz: teorías de la comunicación y escenarios distópicos contemporáneos 9  
Guillermo López García

## Monográfico: Retórica de la Desinformación

De la desinformación al criterio: Presentación del monográfico “Retórica de la Desinformación” 19  
Jorge Jiménez-Ramírez

La apropiación y la resemantización de la ‘concordia’: manipulación y redefinición histórica en el contexto de desinformación actual 22  
Lorena Esmorís Galán y Sarah Martín

Censura y diccionario: las profesiones fantasma en el diccionario de la RAE 35  
Lorena Heras

Populist communication and misinformation as threats to democracy and journalism in the Global South 50  
Danilo Rothberg y Paulo Ferracioli

El discurso de odio en el ámbito educativo: estrategias docentes frente a la desinformación y la polarización 64  
José Manuel Corrales Aznar y Mike Batista Ríos

Alfabetización mediática frente a la desinformación: revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante (2014–2023) 78  
Belén García-Delgado Giménez y Almudena Revilla Guijarro

Impactos Jurídicos y Sociales de la Desinformación en los Derechos Fundamentales 100  
Lucía Andaluz Antón y Rubén Herrero Giménez

## Zona Abierta

Funciones y estrategias comunicativas en X/Twitter de las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio” 122  
Romina Pepe-Oliva y Andreu Casero-Ripollés

Rizósfera: ensamblajes e implicaciones teórico-conceptuales en el activismo digital 140  
Raul Anthony Olmedo Neri

## Reseñas

Digital Detox: The Politics of Disconnecting 160  
Pablo Antón

Periodismo Digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos 162  
Estrella Alonso del Barrio



Revista de Comunicación Digital

## EDITORIAL

# Diamantes en bruto

**Lorena Cano-Orón**

Lorena.cano@uv.es

Universitat de València

*Dígitos* es una revista diamante. Eso significa que no cobramos por publicar ni por acceder a sus contenidos. No hay tasas, ni muros, ni barreras económicas para la ciencia que aquí se difunde. Pero tampoco hay remuneraciones ni reducciones de carga docente para quienes asumen responsabilidades editoriales. No cobran los autores que generosamente comparten su trabajo. No cobran los revisores que, con su tiempo y criterio, hacen posible mantener los estándares de calidad científica. Este sistema editorial hace tiempo que dejó de tener mucho sentido. Y, sin embargo, *Dígitos* sigue saliendo. Número tras número, gracias a un motor invisible y poderoso: el entusiasmo genuino, ese que tan lúcidamente describe Remedios Zafra (2017) como fuerza transformadora frente a la precariedad estructural del sistema académico.

Por eso, antes de presentar los contenidos de este número, queremos comenzar con un agradecimiento profundo a todas las personas que lo hacen posible: autores, revisores, comité científico, equipo editorial, equipo de comunicación, secretaría técnica. Y, por supuesto, al Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València, cuyo respaldo económico continuo nos permite seguir a flote sin renunciar a nuestros principios.

La realidad de *Dígitos* no es la de todas las revistas diamante, aunque sí que somos muchas en la misma situación. El Informe 2024 del Observatorio Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación (Tur-Viñes y Segarra-Saavedra, 2025) señala que el 70 % de las revistas analizadas no recibe ningún ingreso económico. Y sin embargo, muchas de ellas aspiran a una profesionalización que requeriría, según dicho informe, un presupuesto medio de entre 10.000 y 15.000 euros anuales. Y, por supuesto, pocas revistas del área se pueden permitir jugar en esa liga.

Este año, nuestra área ha sido sacudida por un hecho histórico que ha causado hasta revuelo mediático —aunque en el ámbito académico llevamos tiempo denunciándolo (Cano-Orón y Llorca-Abad, 2022)—: cómo la creciente mercantilización del sector editorial ha llevado a la descomposición de revistas que fueron referentes. *El País* (Asende, 2025) y *elDiario.es* (Sánchez-Caballero, 2025), basados en un preprint en circulación (Martín-Martín y Delgado López-Cózar, 2025), han documentado las cifras desorbitadas con las que se han comprado ciertas cabeceras y el rápido proceso que las ha llevado a convertirse en réplicas de revistas depredadoras. Es una señal preocupante de cómo el negocio editorial amenaza la integridad científica, convirtiendo lo que fueron espacios de conocimiento en instrumentos del mercado. Desde ANECA se empiezan a dar pasos en la dirección correcta, apostando por valorar el contenido de los artículos por encima de la indexación de la revista. Aunque la realidad, que nos deja sin apenas tiempo para leer, juega en su contra.

Frente a ese panorama, *Dígitos* continúa resistiendo, reinventándose y avanzando con convicción. Nos complace especialmente anunciar la creación de una nueva sección: “Prismas de actualidad”, un espacio para una firma invitada que reflexione con profundidad teórica sobre cuestiones del presente. Inauguramos esta sección con el texto del catedrático Guillermo López García, anterior director de esta revista, a quien agradecemos profundamente su continuo respaldo. Su artículo, “Un mundo infeliz:



## 6

teorías de la comunicación y escenarios distópicos contemporáneos”, ofrece una mirada lúcida sobre el auge de lo distópico tanto en la ficción como en la realidad. A través de eventos como la pandemia de la COVID-19, el apagón eléctrico en España o la DANA en Valencia, López García argumenta que vivimos en un sistema de comunicación marcadamente distópico, donde el control y el descontrol conviven en un equilibrio tan frágil como revelador.

En la sección del monográfico seguimos dándole importancia a uno de los grandes desafíos contemporáneos en el ámbito comunicativo: la desinformación. La sección del monográfico de este volumen recoge una selección de trabajos que abordan el fenómeno desde perspectivas críticas, interdisciplinarias y necesarias, evidenciando su impacto en los discursos políticos, educativos, jurídicos y mediáticos. Desde aquí, quiero transmitir mi agradecimiento a Jorge Jiménez-Ramírez, de la Universidad Europea de Madrid, por sus labores de coordinación de la sección monográfica, vinculada a un seminario reflexivo sobre la retórica de la desinformación.

En primer lugar, Esmorís-Galán y Martín examinan cómo el término “concordia” ha sido apropiado y resignificado en el discurso político contemporáneo, mostrando los mecanismos de manipulación histórica en contextos marcados por la desinformación. A continuación, Heras plantea un original análisis sobre la censura institucional en los diccionarios, explorando el caso de las “profesiones fantasma” y su exclusión simbólica en el repertorio léxico de la RAE.

Desde una mirada transnacional, Rothberg y Ferracioli alertan sobre la amenaza que representan la comunicación populista y la desinformación para la democracia y el periodismo en el Sur Global, destacando sus consecuencias estructurales en contextos vulnerables. El artículo de Corrales Aznar y Batista Ríos aporta una perspectiva pedagógica al analizar el discurso de odio en el ámbito educativo y proponer estrategias docentes para contrarrestar la polarización creciente.

En esa misma línea educativa, García-Delgado Giménez y Revilla Guijarro revisan propuestas de alfabetización mediática en el ámbito universitario hispanohablante durante la última década, evaluando su eficacia frente a la desinformación. Finalmente, Andaluz Antón y Herrero Giménez cierran la sección con un estudio que conecta los efectos de la desinformación con la vulneración de derechos fundamentales, ofreciendo un enfoque jurídico y social especialmente revelador.

La Zona Abierta de este número amplía el foco temático con dos aportes innovadores. Por un lado, Pepe-Oliva y Casero-Ripollés analizan las estrategias comunicativas de las mujeres políticas iberoamericanas en X/Twitter, aportando claves para entender su papel en los procesos de cambio social y mediático. Por otro, Olmedo Neri ofrece una reflexión teórica sobre la rizósfera como concepto emergente en el activismo digital, proponiendo nuevos marcos de interpretación para los ensamblajes comunicativos contemporáneos.

Completan este volumen dos reseñas críticas: Pablo Martínez Antón examina *Digital Detox: The Politics of Disconnecting*, una obra que invita a repensar las formas de desconexión en la era digital; y Estrella Alonso del Barrio reseña *Periodismo Digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos*, una panorámica indispensable sobre los nuevos entornos del periodismo.

Este número reitera el compromiso de *Dígitos* con una mirada crítica, plural y rigurosa sobre los fenómenos comunicativos digitales. Esperamos que estos contenidos sean un aporte significativo para quienes investigan, enseñan y transforman el presente digital.

Nos alegra anunciar también que ampliamos nuestras ventanas de visibilidad con nuevos perfiles en LinkedIn y BlueSky. Mi más sincero agradecimiento a Pablo Martínez Antón, responsable de comunicación, por su iniciativa constante, su creatividad y su entrega. Y a Lucía Márquez Martínez, secretaria de la revista, por su dedicación generosa, eficaz y entusiasta, sin la cual este número no habría visto la luz.

**Dígitos sigue adelante.**

## Referencias

- Asende, M. (2025, 31 de enero). Un turbio entramado compra revistas científicas desde un caserón inglés para ganar millones publicando estudios insustanciales. *El País*. <https://elpais.com/ciencia/2025-01-31/un-turbio-entramado-compra-revistas-cientificas-desde-un-caseron-ingles-para-ganar-millones-publicando-estudios-insustanciales.html>
- Cano-Orón, L. y Llorca-Abad, G. (2022). Reconstruir la universidad: identificando problemas y soluciones de la investigación y de la docencia. En D. Calvo, G. Llorca-Abad, L. Cano-Orón y D. Cabrera (Coords.), *Academia (des)acelerada. Encierros, entusiasmos y epidemias* (pp. 211-238). Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació. <https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2022/271260/AcademiaDesaceleradaInCom25.pdf#page=211>
- Martín-Martín, A. y Delgado López-Cózar, E. (2025). *Invasion of the journal snatchers: How indexed journals are falling into questionable hands*. Zenodo. <https://zenodo.org/records/14766415>
- Sánchez Caballero, D. (2025, 30 de enero). Una serie de empresas fantasma compra prestigiosas revistas científicas para lucrarse publicando artículos dudosos. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/sociedad/serie-empresas-fantasma-compra-prestigiosas-revistas-cientificas-lucrarse-publicando-articulos-dudosos\\_1\\_11989095.html](https://www.eldiario.es/sociedad/serie-empresas-fantasma-compra-prestigiosas-revistas-cientificas-lucrarse-publicando-articulos-dudosos_1_11989095.html)
- Tur-Viñes, V. y Segarra-Saavedra, J. (2025). *Revistas científicas de Comunicación en España: presente y futuro. Informe de 2024 del Observatorio Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación (OIRCC)* (Colección Mundo Digital).
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo: precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Anagrama.

# PRISMAS

*de actualidad*

# UN MUNDO INFELIZ: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y ESCENARIOS DISTÓPICOS CONTEMPORÁNEOS

## AN UNHAPPY WORLD: COMMUNICATION THEORIES AND CONTEMPORARY DYSTOPIAN SCENARIOS



**Guillermo López García**   
Guillermo.Lopez@uv.es  
Universitat de València

**Catedrático por la Universitat de València, es coordinador del grupo de investigación Mediaflows, director del Grupo de Investigación de Medios Valencianos, y también dirige la Cátedra de Análisis y Prospectiva de lo Audiovisual (CAPA). Con más de veinte libros publicados, su estudio se centra en la comunicación política digital y los nuevos medios de comunicación.**

### Resumen

Este artículo se centra en las distopías. Distopías en la ficción, que cada vez prevalecen más; situaciones distópicas del mundo real; y de la importancia crucial de todo lo que tiene que ver con la comunicación en la configuración de dichas distopías. Ejemplifica el entusiasmo por lo distópico mostrando la vinculación entre las distopías y algunos de los principales acercamientos teóricos que tratan de explicar el funcionamiento de la comunicación en el complejo escenario contemporáneo, así como por la irrupción de distopías momentáneas, como la crisis del Covid-19, el apagón eléctrico en España o la Dana de Valencia. El planteamiento del artículo puede resumirse en esta idea: vivimos en un sistema de comunicación netamente distópico. Bien sea porque la comunicación es una herramienta de control, bien sea porque los dispositivos de comunicación están descontrolados. Y a menudo -por increíble que parezca- por control y descontrol a un tiempo. El afán por controlarlo todo y la percepción de que cada vez más cosas escapan a nuestro control y el de los gobiernos y corporaciones que teóricamente intentan controlarnos.

### Palabras clave

Distopía, comunicación, control social, crisis contemporáneas, teorías de la comunicación

### Abstract

This article focuses on dystopias. Dystopias in fiction, which are increasingly prevalent; dystopian situations in the real world; and the crucial importance of everything to do with communication in the configuration of such dystopias. It exemplifies the enthusiasm for the dystopian by showing the link between dystopias and some of the main theoretical approaches that try to explain the functioning of communication in the complex contemporary scenario, as well as by the irruption of momentary dystopias, such as the Covid-19 crisis, the electrical blackout in Spain or the Dana of Valencia. The approach of the article can be summarized in this idea: we live in a clearly dystopian communication system. Either because communication is a tool of control, or because communication devices are out of control. And often - incredible as it may seem - because of control and uncontrol at the same time. The desire to control everything and the perception that more and more things escape our control and that of the governments and corporations that theoretically try to control us.

### Keywords

Dystopia, communication, social control, contemporary crises, communication theories

*En demostración del compromiso del autor con el mundo distópico que nos ha tocado vivir, este artículo terminó de escribirse en el escenario más distópico que cabe imaginarse: en el Starbucks de un aeropuerto y en el horripilante vuelo de Ryanair posterior.*

La palabra “distopía” hace referencia a un mundo futuro en el que las cosas van mal, en un sentido u otro. Generalmente, como las distopías provienen de obras de ficción, funcionan como advertencias de lo que podría pasar si las cosas se tuercen. A menudo, es relativamente sencillo encontrar elementos de nuestra sociedad actual en el germen de distopías futuras. Así, la distopía es un ejercicio de imaginación, pero también es una advertencia: cuidado, porque las cosas podrían acabar así (de mal). De hecho, el término distopía es acuñado inicialmente por el filósofo inglés John Stuart Mill en 1868, para hacer referencia a sociedades que adoptan decisiones erróneas y perjudiciales, que inevitablemente conducen al desastre. La distopía se erige, así, en el opuesto de la *Utopía*, el paraíso idílico de Tomás Moro (1516).

La distopía siempre ha sido un planteamiento narrativo muy atractivo, empleado en todo tipo de obras literarias, videojuegos, producciones audiovisuales, etcétera. La distopía nos sumerge en otros mundos alternativos al nuestro, pero similares en muchos aspectos. No es el mundo en el que vivimos, pero muchas veces parece que podría serlo, porque emerge de él. Por ejemplo, son famosas las dos distopías elaboradas por George Orwell en su novela *1984* (publicada inicialmente en 1949) y Aldous Huxley en *Un mundo feliz* (1932). Ambas plantean sistemas de control social muy perfeccionados y con derivaciones claras en la sociedad contemporánea.

### **Orwell vs Huxley: modelos de control social**

En la distopía de Orwell, este es un control que se establece a través de la propaganda y la coerción. El lenguaje se modifica y adapta (*neolengua*) para ajustarse a las necesidades del sistema político-social (ingsoc, socialismo inglés, indisimulada evolución del modelo soviético). El líder máximo, el Gran Hermano, es omnipresente en la sociedad. *1984* es una obra que deriva directamente de la preocupación de Orwell por la deriva del comunismo bajo Stalin (también reflejada en su novela anterior *Rebelión en la granja*, de 1945), que el autor pudo observar en primera persona cuando fue voluntario en la Gue-

rra Civil Española y asistió a las purgas estalinistas contra el Partido Obrero de Unificación Marxista (POUM). Como metáfora futurista y denuncia del totalitarismo, tuvo (y tiene) una influencia inmensa, reflejada en la cultura popular (con resultados tan variopintos como el reality show “Gran Hermano”, basado justamente en la idea de que nada escapa al control de las cámaras, que graban incesantemente a los concursantes haciendo *edredoning*).

En paralelo, unos años antes de la aparición de *1984*, el escritor inglés Aldous Huxley escribió la novela *A Brave New World* (*Un mundo feliz*, 1932). Huxley también presenta una distopía basada en el control de la población, pero aquí se nos muestra envuelta en un papel de regalo mucho más amable: la sociedad está perfectamente organizada en estratos, predeterminados por las condiciones de cada ciudadano en el nacimiento, que se da en unas incubadoras gestionadas por el Estado. Según la vida que se ha previsto para cada cual, expresada en las letras del alfabeto griego, pueden pertenecer a la élite (los Alpha), a los más desfavorecidos (los Épsilon) o

a cualquier estadio intermedio. Pero lo interesante de *Un mundo feliz* es que aquí el control no se ejerce mediante la coerción; no es necesario, pues todo el mundo está donde quiere

estar, y hace lo que quiere hacer, según han sido predeterminados desde su nacimiento. Cuando los pocos que están insatisfechos con la situación (generalmente, debido a fallos en el condicionamiento al nacer) buscan revolucionar a los Épsilon, estos se niegan, porque lo único que quieren es hacer lo que han hecho siempre, y recibir su ración de soma (la droga relajante que contribuye a mantener a todo el mundo contento). Finalmente, los insatisfechos acaban siendo enviados al exilio en una isla, donde, rodeados de gente como ellos, son felices, pues pueden dedicarse 24 horas al día a criticar el sistema y manifestar su alivio porque creen no formar parte de él (¡cuánto nos recuerda la isla de *Un mundo feliz* a un departamento universitario!).

Así como *1984* es una distopía basada en el control coercitivo y propagandístico que se vincula claramente con el totalitarismo comunista, *Un mundo feliz* plantea otro tipo de control, también familiar: el basado en el placer derivado del consumo. Efectivamente, *Un mundo feliz* parece una metáfora precisa de los males, menos evidentes, que conlleva un modelo capitalista, que consigue, a base de consumo, mantener contentos a los ciudadanos, que en su inmensa mayoría se encuentran aliena-

La distopía es un ejercicio de imaginación, pero también es una advertencia: cuidado, porque las cosas podrían acabar así (de mal).

dos por los bienes de consumo que el sistema les proporciona, como también supo indicar Marcuse (1994) [1964].

### Teorías clásicas de la comunicación y control distópico

Es interesante resaltar, y ese es el propósito principal de este artículo, que ambas obras parecen ajustarse bastante bien a las teorías de la comunicación coetáneas. Si 1984 plantea una visión que nos retrotrae claramente a la época de la teoría hipodérmica y la preocupación extrema por el poder de la propaganda política, expresada en trabajos tan explícitos como el de Serge Tchakotine, *Le viol des foules par la propagande politique* (1992) [1939], *Un mundo feliz* ofrece un planteamiento más sinuoso, que se adapta perfectamente a las observaciones de la *Communication Research*. La teoría de los efectos limitados considera que los medios son eficaces reforzando lo que ya se piensa, pero que no tienen esa capacidad que se había considerado anteriormente para provocar cambios de opinión en el público. Los medios, en definitiva, pasan de estudiarse para entender qué efectos provocan en el público a estudiarse en sentido inverso: qué efectos provoca el público en los medios, es decir, el novedoso enfoque representado por la teoría de los usos y gratificaciones (Katz, Blumler y Gurevitch, 1992 [1973]). Pero todo ello se analiza en un escenario, como denunciaría la teoría crítica, en el que los medios contribuyen, ante todo, a eliminar las disonancias en el sistema, incluso generando espacios

confortables para las (poco relevantes) disonancias que pudieran surgir, que se integrarían así en el sistema (Adorno y Horkheimer, 1997 [1944]).

En el análisis del papel social de los medios de comunicación siempre ha existido la prevención sobre su abuso, sobre el tipo de disfunciones que podrían generar. La polémica eterna entre apocalípticos e integrados (Eco, 1995) ha tendido a ofrecer mayor cancha a los primeros, fundamentalmente porque la evidencia de que la intermediación mediática condiciona prácticamente cualquier decisión política o social confiere un enorme poder a los medios. Y este poder, incluso aunque se ejerza con responsabilidad, inevitablemente genera disfunciones.

### La eclosión de la ficción distópica: control y descontrol

En los últimos años, han proliferado enormemente las visiones distópicas en la ficción. Visiones que presentan mundos más o menos alejados en el tiempo, más o menos divergentes de nuestro mundo contemporáneo, pero cuyos cambios respecto del mundo real por lo general ofrecen un resultado peor. En general, estas distopías están vinculadas por la percepción de que los avances tecnológicos se están acelerando y saliendo del control humano, con realizaciones como la Inteligencia Artificial, cuyo papel, como nos enseñan productos de ficción tan exitosos como *Matrix* (1999) o *Terminator* (1984), conlleva rebelarse tan pronto como puede de sus inútiles y abusivos dueños humanos, exter-



minarlos y convertir a los pocos que quedan en sus esclavos. Así, la IA conlleva un mundo de posibilidades, pero todos intuimos, hemos sido educados en ello, que puede acabar muy mal. Y el desastre puede estar más cerca de Skynet ordenando iniciar las secuencias de lanzamiento de misiles nucleares que la *terrorífica* victoria de la IA frente a grandes maestros del ajedrez (que, por otro lado, hace décadas que se ha producido ya), aunque novelas recientes como *Maniac* (Benjamín Labatut, 2023) nos dejan claro que primero va una cosa (el ajedrez y el Go) y después, tal vez, la otra (las secuencias de lanzamiento). Series como *Black Mirror* (2011-2025) muestran un auténtico compendio de avances tecnológicos en futuros cercanos, que son inicialmente prometedores; pero al final, casi siempre, salen mal.

Al mismo tiempo, estas tecnologías son frágiles. Los sistemas de comunicación y control están mucho más intervinclados entre sí que en el pasado. Además, son mucho más homogéneos que antaño, porque todos o casi todos ellos son digitales. Todos dependen de la conexión a Internet y de la electricidad para funcionar. Así que, cuando caen, tienden a caer a lo grande. Todos estamos comunicados por múltiples vías, siempre conectados, hasta tal punto que la desconexión puede generar angustia (Kaun y Treré, 2020). Recientemente, el 28 de abril de 2025, la península ibérica vivió un apagón que se prolongó durante varias horas, y cuyas causas permanecen inexplicadas, pero sí que dejan claro que el sistema es mucho más frágil de lo que parecía. Y también estábamos preparados para ello, porque la ficción ya nos había puesto en antecedentes. Incluso existe todo un subgénero de ficción distópica basado en los apagones: la española *Apagón* (2022), la francesa *El colapso* (2019), y muy recientemente la estadounidense *Día Cero* (2025) y la argentina *El Eternauta* (2025), basada en el cómic de 1969 de Héctor Germán Oesterheld. Encontramos un antecedente temprano en la película *La Jungla de Cristal IV* (2007), cuando Bruce Willis interpreta a un detective John McClane cincuentón que manifiestamente se ha quedado atrás y no entiende las nuevas tecnologías. Pese a lo cual, ha de enfrentarse a los terroristas de turno, que ahora ya no ponen bombas, o no sólo, sino que se dedican a crear un “caos total”, el colapso del transporte, las comunicaciones y los servicios básicos.

“ Todo el planeta vivió una distopía mucho más real, inmediata, y completa para la inmensa mayoría de los ciudadanos: la pandemia de Covid-19.

De manera que nos encontramos en una situación paradójica, que queda reflejada fielmente en las distopías, y también en las teorías de la comunicación: por una parte, cada vez vivimos en una sociedad más controlada y organizada. La digitalización conlleva la dataficación de campos sociales cada vez más amplios (Van Dijck, 2014), que puede considerarse, a su vez, un estadio avanzado de la mediatización (Strömback, 2008) adaptada a la digitalización (Finnemann, 2014). En efecto, el ser humano cada vez está más conectado, en todos los sentidos (McLuhan, 1996 [1964]), y deja más rastros tecnológicos de todo lo que hace y dice. De hecho, el funcionamiento algorítmico de Internet y la plataformización dependen de la interpretación de dichos rastros, cuya explotación tiene enormes consecuencias comerciales, sociales y políticas en todos los órdenes. Ahora podemos tener un registro de absolutamente todo lo que hacemos y decimos, pero el problema es que otros también pueden tenerlo; en particular, las corporaciones multinacionales para las que trabajamos (Morozov, 2013), que organizan nuestra vida y nuestras preferencias merced a nuestra inestimable colaboración (Pariser, 2011).

Por otra parte, este escenario de control casi absoluto, más cercano a la hipótesis de Huxley que a la de Orwell (si hablamos del mundo occidental, al menos por ahora), porque depende del consentimiento y la colaboración de los ciudadanos, es potencialmente muy frágil. Las distopías, se basen en escenarios postapocalípticos o en pesadillas controladoras, o en la combinación de ambas, provienen de situaciones de crisis generadas con comienzos a menudo insospechados o menores. Como también avisaba tempranamente Umberto Eco (1974), la sociedad civilizada es más frágil de lo que parece. Y ahora, nos avisa la ficción, parece muy frágil. Series como *Silo* (2023-2025), *Paradise* (2025) o *Fallout* (2024), esta última adaptación de un videojuego, comienzan con lo que queda de la Humanidad malviviendo bajo tierra en estructuras autosuficientes. Una situación que en algunos puede prolongarse durante cientos de años. Los habitantes de estas instalaciones subterráneas no pueden salir a la superficie, porque ésta está envenenada. Los humanos han destruido el planeta y en su lugar han montado modestísimas soluciones habitacionales en las que malvivir. *Soluciones habitacionales* que, además, son también muy frágiles: cualquier percance se puede llevar por delante los ecosistemas generados para sobrevivir.

## Distopías muy reales

La sensación de fragilidad imperante no sólo emana de distopías que tratan de reflejar en la ficción lo que podría pasar si algo se trunca, sino de situaciones que nos han introducido plenamente en el campo de la distopía, como el mencionado apagón o, naturalmente, la pandemia del coronavirus. Estas distopías que cobran vida llegan a rivalizar con algunas de las ficciones que pretenden asustarnos.

Cojamos el ejemplo de la serie de la BBC *Years and Years* (2019). Se trata de una distopía que comienza amablemente, en el mundo de hoy. Progresivamente, y a lo largo de los años, los avances tecnológicos se combinan con una situación social, política y económica, que va a ser progresivamente peor para los ciudadanos británicos (representados en la serie a través de una familia de clase media). Algunos personajes pierden todos sus ahorros y experimentan un drástico descenso de su nivel de vida, otros ven cómo les recortan las prestaciones sanitarias, o cómo su afán por estar al día tecnológicamente tiene tenebrosos efectos secundarios. Y un personaje muere como consecuencia indirecta de las políticas represivas británicas y su evolución tras el Brexit.

*Years and Years* se presentó como una distopía “realista”, que podría ocurrir, cuyo primer aldabonazo era el enfrentamiento entre Estados Unidos y China que acaba conduciendo al estallido de una bomba nuclear, lanzada por orden del presidente de EEUU, Donald Trump, al final de su mandato, sobre una isla artificial china. La serie tuvo un éxito inmediato, pero después quedó en segundo plano. Y el motivo es que todo el planeta vivió una distopía mucho más real, inmediata, y completa para la inmensa mayoría de los ciudadanos: la pandemia de Covid-19. Una pandemia para la que nadie estaba preparado, a pesar de las advertencias previas y de las señales que podían verse en el estallido inicial de la propagación del virus en la provincia china de Wuhan, que en apenas dos meses había llegado a casi todo el planeta.

Precisamente porque el mundo está totalmente interconectado, fue totalmente imposible detener su propagación, y cuando ésta fue un hecho la solución de los gobiernos consistió en aplicar medidas drásticas de restricción del movimiento que en muchos países acabaron en un confinamiento de la población durante meses. Una fantasía distópica de control de la población por parte de los Go-

biernos, con la policía y el Ejército en primer plano (López-García, 2020). Un confinamiento en el que los medios y sistemas de comunicación fueron más importantes que nunca, acelerando el imparable proceso de incremento de la mediatización que vivimos desde que las tecnologías digitales comenzaron a expandirse a finales del siglo XX (Calvo, López-García y Aguar, 2024).

Los años posteriores a la pandemia han sido pródigos en situaciones distópicas. En España, muy recientemente, hemos vivido un apagón general de casi un día de duración, el 28 de abril de 2025, cuyas causas hasta la fecha permanecen inexplicadas. La población se encontró súbitamente sin luz eléctrica, y si la cosa se hubiera prolongado unas horas más habrían terminado por caer las comunicaciones telefónicas y por radio, y también -en los núcleos principales de población- el agua corriente. Y después de eso, el caos. Afortunadamente, no duró tanto, y se quedó en una peligrosa anécdota, que muestra lo fácil que es truncar la hiperconexión tecnológica en la que vivimos.

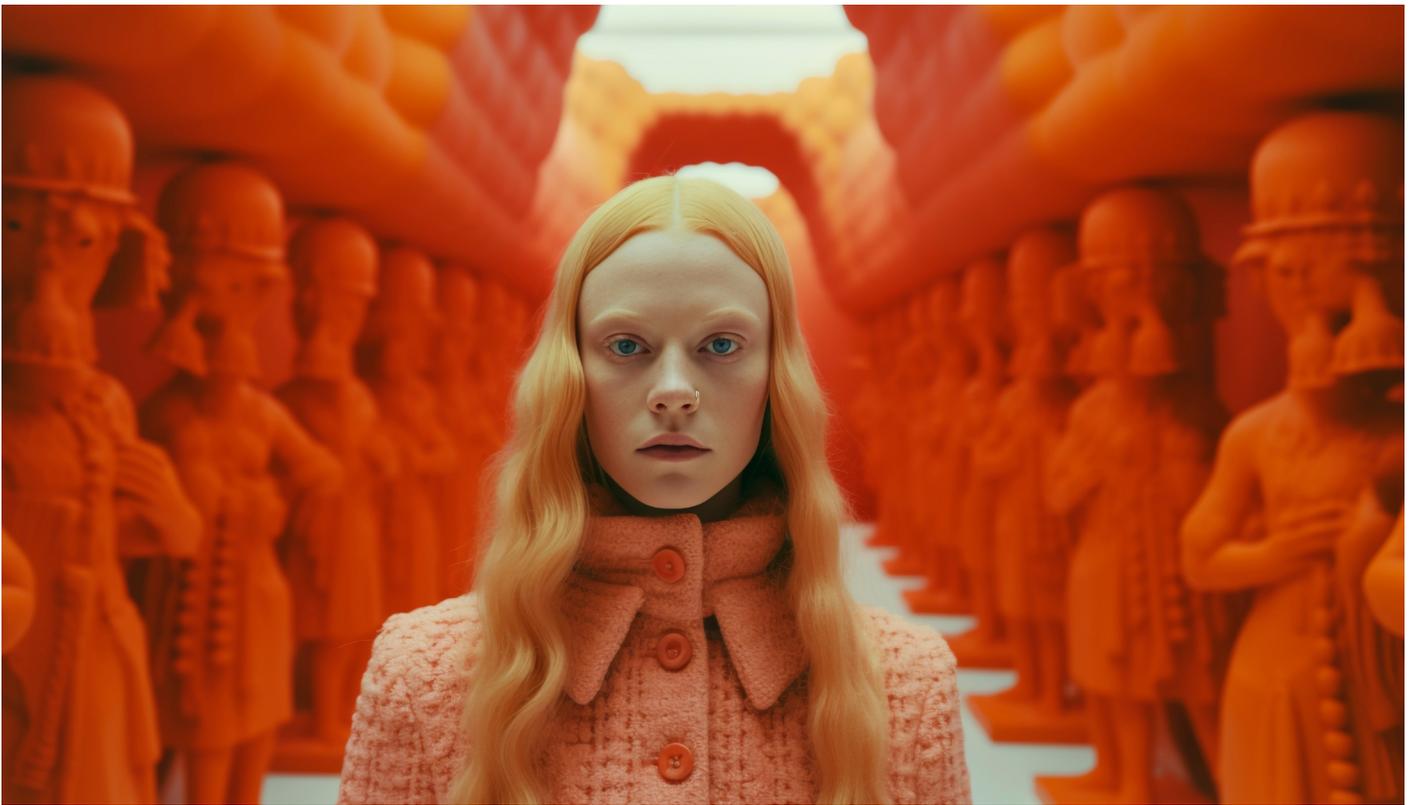
Pocos meses antes, los ciudadanos del área metropolitana de València vieron cómo sus pueblos se inundaban y, en cuestión de minutos, formaban un río enfurecido que arrastró los coches y anegó las viviendas, matando a más de 200 personas. Nadie les avisó de lo que

podía suceder, o bien los avisos previos, que los hubo (pero no por parte de las autoridades competentes en la materia), no fueron lo suficientemente claros ni consistentes, ni obtuvieron una visibilidad que en el actual escenario de fragmentación de los medios y las audiencias es mucho más difícil de conseguir que antes (Calvo, Llorca-Abad y Cano-Orón, 2025). Tras la riada, los municipios afectados se quedaron desconectados durante días, y a veces durante meses: sin electricidad, sin agua potable, sin comunicaciones efectivas con el exterior. La Dana de Valencia, además de constituir un ejemplo prístino de la incompetencia e incapacidad de una clase política mucho más preocupada por la narrativa de los hechos -y de su gestión de los mismos- que por los hechos y la gestión en sí, también ejemplifica el paso drástico de una sociedad hiperconectada a una desconexión inesperada.

El panorama no sólo se ha vuelto más distópico en términos que tienen que ver con el colapso o mal funcionamiento de los servicios públicos. La distopía también se está asentando entre nosotros, sobre todo, desde una perspectiva política. El año



Una polarización que a menudo adopta retóricas también distópicas



2016, en el que se produce el Brexit y la primera victoria presidencial de Trump, puede considerarse el pistoletazo de salida de diversas tendencias en el plano político que tienen mucho que ver también con la comunicación, especialmente la comunicación política: por un lado, el incremento sustancial de la desinformación como problema (Bennett y Livingston, 2018). Por otro, el aumento de la polarización política en la mayoría de los países (Palau-Sampio y López García, 2025). Una polarización que a menudo adopta retóricas también distópicas, anunciando todos los males de los que moriremos si el maléfico líder del partido rival pone sus sucias manos en los inocentes Presupuestos del país; o, sencillamente, asustando a la población con retóricas militaristas o directamente escenarios apocalípticos para los que la población debería prepararse con kits de supervivencia y, si se tercia, búnkeres subterráneos (nada más ridículamente distópico, en relación con esto, que la “mochila de supervivencia” promocionada con singular frivolidad en un vídeo por parte de la comisaria de Gestión de Crisis de la Comisión Europea, Hadja Lahbib). A esta polarización contribuye el incremento de la popularidad de opciones políticas extremistas que ponen en duda la legitimidad de los regímenes democráticos en los que formalmente operan; a menudo, empleando retóricas populistas que también hacen extensiva su desconfianza hacia los medios de comunicación de referencia, que presentan como instancias al servicio de determinadas élites (Bobba, 2023).

Todo ello ha asentado en buena parte de la población una difusa sensación de malestar, de que las cosas van peor que antes y no mejorarán, a la que no es ajena en absoluto la abundancia de malas noticias que nos envuelven. La crisis climática es un problema sin solución sencilla (y, quizás, sin solución a secas), que está detrás de algunas de las catástrofes que hemos relatado. La guerra de Ucrania y el genocidio de Gaza, así como el doble rasero con el que se juzga al agresor en sendos conflictos, fuertes con Rusia y débiles con Israel a todos los niveles (incluso en los más ridículos, como la participación en el festival de Eurovisión), también han contribuido a incrementar la sensación de que estamos entrando en una distopía. La llegada de Donald Trump, por segunda vez, a la presidencia de Estados Unidos y los cambios en el orden mundial que esto pueda producir también generan incertidumbre, sobre todo en los países occidentales. Tantas malas noticias, potenciadas y aumentadas a través tanto de los hechos como de la ficción, tienen un poder paralizante sobre los individuos (Rey Segovia, 2023).

### **Medios que pasan de moda**

Estamos controlados por una intrincada red de comunicaciones que lo ve todo. Pero, al mismo tiempo, como hemos experimentado y como se proclama a menudo desde foros de opinión de expertos o portavoces políticos y se ejemplifica en la ficción, el sistema es muy vulnerable y cualquier cosa puede dar al traste con él. Volvemos, de nuevo, a la para-

dójica combinación de control y descontrol, con un desapacible aroma distópico, en la que vivimos, y a la que tampoco son en absoluto ajenos los enfoques teóricos contemporáneos que analizan la comunicación en todas sus facetas. La teoría busca explicar la realidad, y dicha realidad, en los últimos tiempos, está sometida a cambios muy relevantes y muy rápidos que no comprendemos del todo. La comunicación se ha ensanchado y diversificado, pero al mismo tiempo también se ha segmentado según las preferencias del público. Los medios son omnipresentes, pero las organizaciones mediáticas son mucho más débiles que nunca, en estructuras y en alcance (Pallau-Sampio y López-García, 2025).

Sirva de ejemplo el caso de la televisión pública autonómica, À Punt, que tuvo un papel estimable en la jornada de la Dana en Valencia, informando a la población. Su efecto, sin embargo, fue muy limitado, porque su audiencia también lo es: muy por debajo del 5% de la población. Por otro lado, los medios de comunicación tuvieron grandes audiencias durante la pandemia, pero su estructura económica se debilitó aún más.

Cada vez más personas son *news avoiders*, evitadores de noticias (Skovsgaard y Andersen, 2020) que dan la espalda a los medios. Así, las informaciones difundidas desde los medios de comunicación ya no llegan a fracciones cada vez más representativas del público o bien lo hacen indirectamente, como defiende la perspectiva NFM, *News Find Me* (Gil de Zúñiga y Cheng, 2021) cuyo fundamento se explica en su propia formulación: “las noticias me encuentran”, ya no tengo que ir a los medios de comunicación para consultarlas. El público consume lo que quiere consumir, o lo que sus propias preferencias, indicadas previamente en sucesivas decisiones de consumo, le han inducido a consumir, incrementando la exposición selectiva (Stroud, 2008). La fragmentación de las audiencias genera colectivos cada vez más homogéneos, pequeños y autosuficientes, algo particularmente claro si adoptamos una óptica generacional.

La desinformación campa a sus anchas y la preocupación de instituciones y medios de comunicación por tratar de atajarla a menudo lleva a conclusiones también distópicas, como la visión de que censurar o mentir a la población, después de todo, no resulta tan mala idea si es por una “buena causa” (cabría suponer que por tal tendríamos que entender preservarles de los efectos de los que desinforman y mienten todavía más). Muchos enfoques teóricos ven en la desintermediación o pérdida de la intermediación mediática el compendio de todos los males que nos afectan (Bimber y Gil de Zúñiga, 2022).

Podemos observar que el balance sobre el papel de los medios, su función social, su influencia, es muy pesimista. No sólo porque los medios pierden peso específico, sino porque se percibe con una lente adecuadamente distópica lo que surge en lugar de los medios: pasto de la polarización, la desinformación, la precarización de la información en todos los sentidos. Un modelo comunicativo aislado, parcial e inexacto. El balance sólo puede ser provisional, porque los cambios son muy recientes y además la situación continúa evolucionando.

A la espera de ver si la(s) teoría(s) acierta(n) con un enfoque tan distópico y pesimista, también conviene apuntar que algunas de estas visiones traslucen a veces cierta nostalgia por ese mundo mítico del pasado en el que medios de comunicación independientes, imparciales y de calidad, comprometidos sólo con sus lectores, ejercían una intermediación que era ante todo información para el público y vigilancia y denuncia de los abusos del poder. Este modelo, que tal vez alguna vez pudo funcionar o parecer que funcionaba en el mundo anglosajón, nunca tuvo tanto predicamento en España, y desde luego nunca funcionó como entidad independiente e imparcial (Hallin y Mancini, 2004).

Finalmente, y para que este texto no constituya, en sí, un pequeño granito de arena más para cimentar la distopía y el malestar sociales, convendrá recordar también que su opuesto, la utopía, a menudo ha generado muchos más problemas sociales que su gemelo perverso. Como ya avisaba Karl Mannheim en su obra de 1929 (titulada precisamente *Ideología y Utopía*), las utopías no son sino herramientas de control social, mecanismos para condicionar a la población descontenta prometiéndoles que sus padecimientos tendrán una recompensa en un futuro idílico al que finalmente llegarán, sea en este o en otro mundo. Mientras la mayoría de la población vive condicionada y organizada en torno a determinadas ideologías, las utopías sirven como un consuelo para aquellos a los que la ideología no puede satisfacer. No es difícil reconocer en este planteamiento reminiscencias de la obra de Huxley *Un mundo feliz*, publicada apenas tres años después. Tal vez respecto del mundo en que nos encontramos, también en el campo de la comunicación, convenga no desalentarnos demasiado por distopías sensiblemente peores que la que quizás estemos viviendo; pero tampoco dejarnos distraer por utopías manifiestamente tan o más irreales que las distopías que en teoría vienen a combatir. En definitiva, que las distopías sirvan como advertencia y como principio motor de la movilización social para tratar de evitarlas. ■

## REFERENCIAS

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1997) [1944]. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Bennett, W.L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Bimber, B. y Gil de Zúñiga, H. (2022). The unedited public sphere. *New Media & Society*, 22 (4), 700-715. <https://doi.org/10.1177/1461444819893980>
- Bobba, G. (2023). La comunicación política populista. En G. Mazzoleni (ed.), *Introducción a la comunicación política* (pp. 165-206). Alianza Editorial.
- Calvo, D.; López García, G.; y Aguar, J. (2024). *Periodismo digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Salamanca: Comunicación Social. Disponible en [https://www.comunicacionsocial.es/libro/periodismo-digital-ecosistemas-plataformas-y-contenidos\\_158062/](https://www.comunicacionsocial.es/libro/periodismo-digital-ecosistemas-plataformas-y-contenidos_158062/)
- Calvo, D.; Llorca-Abad, G.; y Cano-Orón, L. (2025). *Bulos y barro: Cómo la DANA ejemplifica el problema de los desórdenes informativos*. Libros de La Catarata.
- van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & society*, 12(2), 197-208. <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- Eco, U. (1974). La Edad Media ha comenzado ya. En U. Eco (Coord.) *La nueva Edad Media* (pp. 9-36). Alianza Editorial.
- Eco, U. (1995). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets.
- Finnemann, N. O. (2014). Digitization: new trajectories of mediatization?. En K. Lundby (ed.). *Mediatization of Communication* (pp. 297-321). Berlin: De Gruyter.
- Gil de Zúñiga, H. y Cheng, Z. (2021). Origin and evolution of the News Finds Me perception: review of theory and effects. *Profesional de la información*, 30(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.21>
- Hallin, D. C. y Mancini P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Katz, E.; Blumler, J.; y Gurevitch, M. (1994). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 127-171). Gustavo Gili
- Kaun, A. y Treré, E. (2020). Repression, resistance and lifestyle: charting (dis) connection and activism in times of accelerated capitalism. *Social movement studies*, 19(5-6), 697-715. <https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1555752>
- López-García, G. (2020). Vigilar y castigar: el papel de militares, policías y guardias civiles en la comunicación de la crisis del Covid-19 en España. *El profesional de la información*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.11>
- Mannheim, K. (1987) [1929]. *Ideología i utopia*. Edicions 62.
- Marcuse, H. (1994) [1964]. *El hombre unidimensional*. Ariel.
- McLuhan, M. [1964] (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.

- Morozov, E. (2013). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. Public Affairs.
- Palau, D. y López-García, G. (2025). *News, Media, and Communication in a Polarized World: a Spanish Perspective*. Springer. Disponible en <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-86620-3>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You*. Penguin Press.
- Rey Segovia, A. C. (2023). Impotencia reflexiva en la distopía adolescente contemporánea: La resignación como aprendizaje. *Análisis. Revista de investigación filosófica*, 10(1), 67-86. [https://doi.org/10.26754/ojs\\_arif/arif.202318559](https://doi.org/10.26754/ojs_arif/arif.202318559)
- Skovsgaard, M. y Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism studies*, 21(4), 459-476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics*, 13, 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political behavior*, 30, 341-366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Tchakotine, S. (1992) [1939]. *Le viol des foules par la propagande politique*. Gallimard.

# MONOGRÁFICO

Retórica de la desinformación



Revista de Comunicación Digital

## De la desinformación al criterio: Presentación del monográfico “Retórica de la Desinformación”

 **Jorge Jiménez-Ramírez**  
jorge.jimenez@universidadeuropa.es  
Universidad Europea de Madrid

El presente monográfico tiene como objetivo contribuir a la comprensión, divulgación y crítica del fenómeno de la desinformación. ¿Por qué un monográfico sobre la desinformación y su retórica?

La batalla entre los centros de poder por establecer relatos que enmarquen la percepción de la realidad, en la que los medios de comunicación son la herramienta esencial, es constante en el actual contexto social y político. En esta situación de confrontación permanente de relatos, que responden al concepto de *guerras culturales* (Gitlin, 1995), es donde el término *desinformación* tiene un papel fundamental.

El vocablo *desinformación* surge en los albores de la Rusia soviética. El 11 de enero de 1923, el dirigente bolchevique Artur Artuzov crea la Oficina para la Dezinformatsiya con el fin de diseñar desinformación contra la inteligencia militar de los países occidentales (Rid, 2021). Por tanto, el origen del sustantivo *desinformación* y su acción, *desinformar*, están ligados desde los inicios al campo de la contrainteligencia o contraespionaje. El diccionario de la Real Academia Española (s.f.) parte de este origen para la definición de *desinformar*: “Dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines”.

En definitiva, el elemento esencial de la desinformación es la intención de alterar la verdad con un objetivo que, frecuentemente, está al servicio de los intereses de un país, empresa o persona. Ahora bien, esta alteración no consiste solo en mentir o en divulgar datos falsos. Lo que define a la desinformación es la combinación de datos: verdaderos, falsos, errores y medias verdades, todo dentro de una estrategia de confusión con un fin premeditado (Romero, 2018). Sin un objetivo concreto, la simple divulgación de una noticia falsa o una noticia con datos errados no se convierte en desinformación.

Por otro lado, aunque el término *desinformación* no sea muy antiguo, sí lo son los hechos a los que se refiere. La desinformación es tan antigua como el propio ejercicio, y la consiguiente lucha del poder. Podemos rastrear eventos de desinformación a lo largo de toda la historia: desde los romanos hasta la Guerra Civil, pasando por el Siglo de Oro español. Todos tienen en común el objetivo de instalar un relato en la población que beneficie a una comunidad (Mull y Wallin, 2013).

¿Si es tan antiguo, por qué el gran interés contemporáneo en el fenómeno de la desinformación? Lo verdaderamente disruptivo no es el surgimiento de la desinformación ni de instituciones específicas, sino el advenimiento de las aplicaciones o medios sociales (mal denominados “redes”), que facilitan como nunca antes su propagación y multiplican la exposición a estos contenidos (Rid, 2021). Asimismo, en los medios de comunicación tradicionales emergen nuevos formatos que buscan combinar información y entretenimiento (Debord, 1999; Vargas Llosa, 2012). Sin embargo, en el afán por captar audiencia, se incrementa el riesgo de caer en



estrategias constantes de desinformación.

La identificación de las estrategias, técnicas y recursos de la desinformación es una técnica o un arte, una *téchne* en el sentido etimológico, que persigue la persuasión y a la que nos referimos aquí como “retórica de la desinformación”.

La desinformación es un fenómeno complejo que debe ser abordado desde múltiples disciplinas —como la psicología social, la antropología, la ciencia política, la historia, la lingüística, la comunicología o el periodismo— con el fin de comprender y difundir sus efectos mediante la educación y la construcción de un espíritu crítico.

Con este monográfico —fruto del I Simposio sobre Retórica de la Desinformación, organizado por el grupo de investigación SUADE (Universidad Europea de Madrid)— buscamos contribuir modestamente a la comprensión, divulgación y crítica de este fenómeno. Para ello, reunimos el trabajo de especialistas de diversas universidades que abordan cuestiones como el control del significado de las palabras por parte de las estructuras de poder; el auge del populismo a través del discurso, en particular el discurso populista de ultraderecha; la censura; la importancia de la alfabetización mediática para prevenir o mitigar sus consecuencias; y, en última instancia, las implicaciones legales de la desinformación.

Esmorís Galán y Martín centran su análisis en el fenómeno de la resemantización, es decir, la asignación de nuevos significados a palabras o sintagmas con el propósito de construir relatos falsos. Este proceso, que constituye un objetivo clásico de la desinformación, se ejemplifica a partir del uso concreto de la palabra “concordia” en una proposición de ley presentada el 26 de febrero de 2024 en las Cortes de Castilla y León. En dicho contexto, el término es distorsionado para ser redefinido y adaptado a un marco cognitivo concreto.

Uno de los resultados de la resemantización es la pugna del poder por controlar el significado de las palabras. Por ello, resulta especialmente relevante contar con estudios que ilustren cómo opera la censura incluso en entornos que solemos considerar fiables o de autoridad. En esta línea, Heras-Sedano dirige su atención a una herramienta clave: el *Diccionario de la lengua española*. Su análisis se centra en el uso del género gramatical y en si este responde realmente a criterios basados en el uso efectivo del idioma. A partir de un inventario seleccionado de voces modificadas, el estudio indaga en la posible existencia de una censura motivada por razones extralingüísticas en las decisiones lexicográficas sobre el género.

Sería imposible comprender el fenómeno contemporáneo de la desinformación sin considerar el auge del populismo en la política actual. Aunque los efectos de la desinformación sobre el periodismo han sido ampliamente estudiados, Rothberg y Ferracioli se centra en las estrategias comunicativas del populismo, con especial atención al caso del expresidente Jair Bolsonaro en Brasil, a partir de una revisión de la literatura existente. Sus hallazgos resultan significativos para explicar el papel de las aplicaciones sociales en la propagación y sostenimiento del poder de las políticas populistas, así como el desafío que estas suponen para la democracia y el periodismo libre.

Si bien los populismos constituyen los principales usuarios de la desinformación y de estrategias de resemantización, no son los únicos. Corrales-Aznar y vuelve a destacar la importancia de la educación como herramienta para prevenir y afrontar la desinformación. En su estudio, analiza el tratamiento de los discursos de odio en el sistema educativo español a través de una investigación cualitativa basada en más de treinta entrevistas, identificando las estrategias que fomentan la polarización y la división social.

La desinformación actual se inscribe en un contexto de sobreabundancia informativa o *infoxicación*. Resulta fundamental comprender su funcionamiento para fortalecer la conciencia crítica. En este sentido, García-Delgado y Revilla-Guijarro investigan la formación que reciben los futuros profesionales de la comunicación respecto a la desinformación y la alfabetización mediática. A través de una revisión documental en diversas bases de datos académicas, recogen y analizan las actividades y competencias orientadas al desarrollo de la alfabetización mediática

en el ámbito universitario, con especial atención a los cambios introducidos tras la pandemia.

Pero ¿cómo enfrentar la desinformación en la práctica? Más allá del fortalecimiento del espíritu crítico, es esencial conocer sus implicaciones legales. Andaluz-Antón y Herrero-Giménez subrayan el papel individual en la propagación de la desinformación y examinan cómo la democracia liberal necesita reforzar sus recursos jurídicos para blindarse frente a este fenómeno. Además, explican las definiciones e implicaciones legales de conceptos clave abordados a lo largo del monográfico, como la libertad de información, el honor, la intimidad o la integridad moral.

## REFERENCIAS

- Debord, G. (1999). *Comentarios a la sociedad del espectáculo*. Anagrama.
- Fellows, E. W. (1959). "Propaganda:" History of a Word. *American Speech*, 34(3), 182–189. <https://doi.org/10.2307/454039>
- Gitlin, T. (1995). *The Twilight of Common Dreams: Why America is wracked by culture wars*. Metropolitan Books
- Mull, C. y Wallin, M. (2013). *Propaganda: A Tool of Strategic Influence*. American Security Project. <http://www.jstor.org/stable/resrep06038>
- Rid, T. (2021). *Desinformación y guerra política*. Crítica Editorial.
- Real Academia Española. (s.f.). Desinformar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 14 de junio de 2025, de <https://dle.rae.es/desinformar>
- Romero, L. (2018). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformación. *Correspondencias & Análisis*, 3, 319–342.



Revista de Comunicación Digital

## La apropiación y la resemantización de la 'concordia': manipulación y redefinición histórica en el contexto de desinformación actual

### Appropriation and Resemanticisation of 'Concord': Manipulation and Historical Reframing in the Age of Contemporary Disinformation

 **Lorena Esmorís Galán**  
lorena.esmoris@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

 **Sarah Martín**  
sarah.martin@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

#### Resumen

Este artículo analiza cómo la apropiación y resemantización de determinados conceptos y palabras puede emplearse de forma (mal)intencionada para construir relatos fraudulentos que constituyen una dimensión clave de la desinformación y otros desórdenes informativos. A partir de estos usos lingüísticos y conceptuales, se generan, siguiendo a George Lakoff, marcos cognitivos que alimentan un inconsciente cognitivo estructurado sobre una lógica impuesta de forma interesada. Con este enfoque, se propone el análisis del caso concreto del término "concordia". En primer lugar, se realiza un recorrido lingüístico y conceptual del término; en segundo lugar, se examina su reapropiación y resemantización en el contexto de la Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, presentada el 26 de marzo de 2024. Este proceso de resemantización produce una distorsión semántica que configura y disemina un nuevo marco cognitivo, asociado a una manipulación y redefinición histórica que se inserta plenamente en el actual contexto de desinformación.

#### Palabras clave

Desinformación, marcos cognitivos, resemantización, concordia, ley de concordia

#### Cómo citar este artículo:

Esmorís Galán, L. y Martín, S. (2025) La apropiación y la resemantización de la 'concordia': manipulación y redefinición histórica en el contexto de desinformación actual. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 22-34. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.319

Recibido: 8/11/2024 Aceptado: 8/6/2025



**Abstract**

This article examines how the appropriation and resemanticisation of certain concepts and words can be employed—whether intentionally or with ulterior motives—to construct fraudulent narratives that constitute a key dimension of disinformation and other forms of information disorder. Drawing on George Lakoff's framework, it explores how such linguistic and conceptual uses generate cognitive frames that feed into a cognitive unconscious shaped by a strategically imposed logic. Within this framework, the article focuses on the specific case of the term *concordia*. Firstly, it offers a linguistic and conceptual overview of the term; secondly, it analyses its appropriation and resemanticisation in the context of the *Proposición de Ley de la Concordia* (Concordia Bill) presented in the regional parliament of Castilla y León (Spain) on 26 March 2024. This process of resemanticisation results in a semantic distortion that constructs and disseminates a new cognitive frame, closely linked to a manipulation and historical redefinition that aligns with the current context of disinformation.

**Keywords**

Disinformation, Cognitive Frames, Resemanticisation, Concord, Draft Law on Concord

## 1. LA DESINFORMACIÓN Y SU ENFOQUE: “MIENTRAS ESTUDIAS ESA REALIDAD”

Ahora somos un imperio, y cuando actuamos, creamos nuestra propia realidad. Y mientras estudias esa realidad, cosa que lógicamente harás, nosotros actuaremos de nuevo, creando otras nuevas realidades.

–Karl Rove, asesor político de G. W. Bush, a un periodista de *The New York Times* (Suskind, 2004)

Entre las décadas de 1960 y 1970, comienza a conceptualizarse la denominada sociedad de la información y el conocimiento (Castells, 1998). La sociedad de la información y el conocimiento implica un cambio de paradigma a nivel sociológico, condicionado por la aparición y la integración de las tecnologías de la información, en que “la principal característica en las relaciones humanas ya no son los productos, ni los servicios, sino el conocimiento” (Alfonso Sánchez, 2016, p. 233).

Conocer es averiguar, es decir, “inquirir la verdad hasta descubrirla”; la Real Academia de la Lengua Española (s.f.) señala como sinónimo “informarse”. Paradójicamente, medio siglo después de los primeros esbozos de la sociedad de la información y el conocimiento, la noción que parece precisar el nuevo paradigma y centralizar el debate sociológico es la de “desinformación”. Como indica Miguel Del Fresno (2019, p. 2):

La desinformación consiste en la elección intencional de datos parciales, incompletos, alterados, etc. A falta de una definición aceptada de manera general, la desinformación es todo aquel contenido fabricado y distribuido “falso, inexacto o engañoso (...) diseñado, presentado y promovido intencionalmente para causar daño público o beneficios” particulares (*European Commission*, 2018, p. 10) o “para engañar a las personas” (Lazer *et al.*, 2018, p. 1094).

La manipulación de los datos, desde la jerarquización y selección deliberada de los mismos, que implica la eliminación u ocultación de información, hasta la interpretación y, por tanto, la recreación y creación de noticias, ha irrumpido hasta el asedio no solamente en los medios de comunicación, también en los ámbitos político o empresarial, así como en cualquier entorno en que un relato falso o engañoso pueda generar algún tipo de beneficio (Rodríguez Fernández, 2019, pp. 1717-1720). Así, la desinformación no afecta solamente a una esfera social (el espacio

mediático), impacta en el conjunto de la sociedad a través de la adulteración, el falseamiento, la suplantación o la fabricación de sucesos, testimonios, comentarios, intenciones, ya sean pasados o presentes, siempre y cuando sean capaces de modificar y afectar a la percepción de la realidad. Con su propagación, se ha convertido en un fenómeno general y ubicuo que influye sobre la toma de decisiones en cualquier sector.

No obstante, la desinformación tiene una característica común, que conviene subrayar, en cualquier ámbito: la intencionalidad (Del Fresno, 2019; Rodríguez Fernández, p. 1715). En la desinformación existe la voluntad de transformar o sesgar la realidad para condicionarla hasta redefinirla, para acomodarla a un propósito hasta derrotarla: es decir, hay un pretendido mecanismo de borrado previo de lo real (y, en ese sentido, de lo verdadero), antes de la imposición consciente de la falsedad y la ficción. El foco tiende a desplazarse, también en la reflexión crítica, a la discusión sobre la veracidad de las informaciones y a los mecanismos de verificación para hacer frente a las llamadas “noticias falsas” o *fake news*. Sin embargo, en la elucubración sobre la autenticidad o la existencia de tal o cual información, esto es, en el debate sobre las consecuencias, se corre el riesgo de desatender la pregunta sobre la procedencia y sobre el objetivo de esa manipulación. Tal y como se jacta Rove (Suskind, 2004), mientras estudiamos esa realidad, ellos ya están creando otras.

La desinformación implica una lucha de poder donde, de forma intencionada, se logra imponer relatos tendenciosos o, directamente, falsos: se trata, entonces, de quién puede definir o explicar la “realidad”, es decir, determinarla para los demás, que van a quedar subordinados, a su vez, a esos relatos (Del Fresno, 2019, p. 7). Por tanto, aunque se deba “estudiar esa realidad” para evidenciar su falacia deliberada, convendrá no olvidar señalar en ese estudio quiénes son sus autores y qué objetivo persigue su obra.

Cabe enfatizar que esos relatos, núcleos de la desinformación, no solo definen o explican la pretendida “realidad”: su definición y su explicación contribuyen, como escribe Lakoff (2017, p. 11), a moldear nuestra visión del mundo ya que van construyendo “el inconsciente cognitivo”. Este inconsciente cognitivo se establece con la creación de estructuras mentales que Lakoff denomina “marcos”. Estos marcos, a su vez, están constituidos por las palabras que los conforman. “En eso consiste el marco”, aclara Lakoff, “en crear un lenguaje que encaje con tu cosmovisión. No se trata únicamente de lenguaje. Las ideas son primordiales, y el lenguaje las transmite, las evoca” (p. 17).

Dicho de otro modo, si los núcleos de la desinformación se erigen sobre los relatos que instituyen una realidad voluntariamente fraudulenta, los átomos de la desinformación son las palabras<sup>1</sup> que adulteran, a su vez, los conceptos, que, tal como insiste Lakoff, delimitan las ideas del inconsciente colectivo.

## 2. EJERCICIOS DE APROPIACIÓN Y RESEMANTIZACIÓN, O EL PROBLEMA QUE CONSISTE EN SABER QUIÉN MANDA

Cuando yo empleo una palabra, dijo Humpty Dumpty con tono ligeramente desdeñoso, significa lo que yo quiero que signifique, ni más ni menos. El problema, respondió Alicia, consiste en saber si puedes hacer que una palabra tenga tantos significados distintos. El problema, dijo Humpty Dumpty, consiste en saber quién manda. Eso es todo.

–Lewis Carroll, *Alicia a través del espejo*

Caitlin Ring Carlson afirma: “la desinformación galopa sin freno” (2022, p. 134); tras esta afirmación

<sup>1</sup> En este sentido, García Galera, Del Hoyo Hurtado y Blanco Alfonso (2020, p. 107), apuntan: “Shariatmadari (2019) trata el lenguaje como elemento característico de las noticias falsas, factor a partir del cual Fatemeh Torabi Asr (2019) descubrió que, de promedio, las noticias falsas usan más palabras relacionadas con el sexo, la muerte y la ansiedad, al igual que el lenguaje demasiado emocional. Por el contrario, las noticias auténticas contienen una mayor proporción de palabras relacionadas con el trabajo (negocios) y el dinero (economía)”.

y de forma inmediata, la autora recalca la función nuclear de los medios de comunicación y gobiernos con respecto a la necesidad de revisar la veracidad de las comunicaciones<sup>2</sup>, en línea con lo planteado. En su libro *El discurso del odio*, Ring Carlson (2022) también reflexiona sobre cómo “el lenguaje sirve para crear un significado compartido y dar forma a cómo percibimos las cosas” (p. 87): en el núcleo del discurso de odio, insiste la autora, no solo se encuentran calumnias a personas de un grupo minoritario sino el refuerzo del orden social dominante<sup>3</sup>. En el foco desinformativo y manipulador de esas calumnias, de ese refuerzo, destacan sin duda las palabras que se utilizan. Como indica Paolo Flores d’Arcais:

El poder corrompe, como es bien sabido. Corrompe también las palabras, ante todo, las palabras. Preservarlas es una de las tareas máspreciadas de los “sin poder”, que en una democracia tendrían que ostentar la totalidad del poder, la *soberanía* (2013, p. 16).

La elección y la corrupción de las palabras, para conformar un discurso intencionadamente maleable, connotativo y difuso, constituye, por tanto, un poderoso recurso de manipulación y desinformación; como señala Fuentes Rodríguez, en ese sentido es importante mostrar el “uso estratégico de la palabra para crear una realidad” (2016, p. 111).

Una de las estrategias de corrupción léxica es la apropiación y resemantización de las palabras, que implica “la acuñación de significados nuevos a palabras ya existentes” que, jugando con la polisemia léxica, se utilizan con distintos sentidos que no siempre se visibilizan en los diccionarios (Santamaría, 2013, p. 139). Como indica Victorino Zecchetto (2011):

Resemantizar es un vocablo que se refiere a la operación semiótica de transformar el sentido de una realidad conocida o aceptada para renovarla o para hacer una transposición de modelo, creando una entidad distinta, pero con alguna conexión referencial con aquella [sic], de modo que esta última asume un nuevo significado que la primera no tenía (p. 127).

Zecchetto insiste en que la resemantización parte de un significado dado pero se configura de una forma nueva, distinta. Esta acción “puede tener pretensiones diversas”, desde la pérdida de contenidos semánticos, la restauración de una degradación simbólica o mítica, o una pretensión innovadora, creativa (Zecchetto, 2011, p. 127). En cualquier caso, y como señala este autor, es fundamental considerar “la naturaleza social de los procesos semióticos” (p. 128)<sup>4</sup>. Es en este sentido que cabe subrayar de nuevo el carácter de apropiación que pueden tener, en un contexto de desinformación y malversación léxica, algunos casos de resemantización como el que se comentará en este artículo.

Además, siguiendo a Zecchetto, los fenómenos de resemantización constituyen modelos populares que reflejan aspectos contextuales y vitales, e influyen socialmente aportando un paradigma significativo y un imaginario colectivo. De hecho, las resemantizaciones acaban sustituyendo los significados primigenios (Zecchetto, 2011, p. 129); estos se desdibujan hasta desaparecer: “Todo va cambiando y se resemantizan palabras, frases, modas, discursos, figuras, imágenes, mitos, creencias, destinos... No es exagerado decir que la resemantización es la expresión de un ‘mundo en fuga’” (Zecchetto, 2011, p. 130).

Por este motivo, en el contexto de desinformación actual, resulta crucial identificar y visibilizar

2 Al respecto de distintos casos estudiados en *El discurso del odio* (Alemania, Ruanda, Myanmar), la autora afirma: “Los medios de comunicación fueron las herramientas empleadas para desinformar masivamente y convencer a la gente de que había que actuar o, cuanto [sic] menos, tolerar las acciones violentas que otros cometían” (Ring Carlson, 2022, p. 27).

3 “Menospreciar a los miembros de otros grupos nos hace sentirnos más seguros de la pertenencia a nuestro grupo y refuerza nuestra identidad (...) este proceso también funciona para mantener el orden social existente. El discurso de odio es un modo de recordarles a los miembros de otros grupos la posición de dominio que ocupa el tuyo propio” (Ring Carlson, 2022, p. 30).

4 “Los significantes y las significaciones de los signos, símbolos, textos y discursos, advienen al interior de los grupos sociales y culturales. Hay creaciones que quedan fijadas en el tiempo y, en cierto modo, se tornan ‘clásicos’ referenciales para todo un grupo o una sociedad” (Zecchetto, 2011, p. 128).

algunas de las apropiaciones y resemantizaciones que modifican nuestra percepción de la realidad (Ring Carlson, 2022) y transforman nuestro inconsciente cognitivo (Lakoff, 2017) generando nuevos marcos, cimentados y erigidos sobre palabras corruptas (Flores d'Arcais, 2013).

### 3. ESTUDIO DE UN CASO, DE UNA PALABRA, DE UN SIGNIFICADO: LA CONCORDIA

De acuerdo con lo presentado, se trata de investigar el uso de un concepto y su resemantización o cambio semántico tras la apropiación de una noción nuclear de la retórica histórica, filosófica, tradicional. Para ello, se ha seleccionado una palabra considerada clave, ya que modifica, pero también recalca en una noción esencial del campo político y, por tanto, también, filosófico: se trata de la palabra y el concepto de concordia.

El origen etimológico de la palabra 'concordia' nos conduce inmediatamente al lexema latino *cor, cordis*, cuyo significado es literalmente "corazón", si bien este significado denotativo implica igualmente su connotación de "sentimientos", "pareceres" o "percepciones"<sup>5</sup>. Por su parte, la raíz léxica se acompaña de un prefijo y un sufijo, respectivamente: *con-*, que significa junto, globalmente; *-ia*, que señala una cualidad. Por tanto, etimológicamente, 'concordia' remite a la cualidad de compartir o unir el corazón, es decir, a la condición de un encuentro de sentimientos, percepciones o pareceres. En este sentido, podemos afirmar que 'concordia' conduce desde su etimología a la idea de acuerdo, de conformidad, de unión. Como indican Martínez López y Ruiz Vivas (2022, p. 62): "Los textos latinos definen de una manera muy simple, pero certera y eficaz, la concordia como *Concordia a corde congruente* ('Concordia procede de corazón acorde) que, en su sentido más amplio, denota coincidencia de voluntades y querer"<sup>6</sup>.

La misma significación florece al revisar el concepto en el marco del pensamiento occidental y, más concretamente, en su fundamento, la filosofía antigua. Se trata, de hecho, de un término cuya consideración resulta de especial relevancia en el marco ético ya que, tal y como apunta Emilio Lledó en su introducción a la *Ética nicomáquea*. *Ética eudemia*, "El alcance de una filosofía práctica que pretenda, efectivamente, fundar las relaciones que convierten al individuo en ciudadano, no puede dejar de lado el hecho de que todo 'acuerdo racional', en ética, se convierte en 'concordia'" (Aristóteles, 1998, p. 79). Así, en sus éticas, Aristóteles mantiene el vínculo de unión afectiva en el contexto de la *polis* griega: "La concordia se parece, también, a lo amistoso" (1167a 20-25), como indica el estagirita; y añade: "por esta razón no es igualdad de opinión, pues ésta puede darse incluso en aquellos que no se conocen entre sí" (1167a 20-25). Finalmente, Aristóteles define la concordia como una "amistad civil" (1167b) o "amistad política" (1241a 30-35), donde la igualdad de opinión se da entre ciudadanos siempre relacionada con el bien común<sup>6</sup>.

No obstante, esta idea de bien ligada a la comunidad que implica la concordia alcanza también a los individuos, a tal punto que Aristóteles afirma que solo los hombres buenos son capaces de generar concordia mientras que "los malos no pueden concordar excepto en pequeña medida, como tampoco ser amigos"<sup>7</sup> (1167b 5-10). Para Aristóteles, la concordia exige renunciar a la autoridad, al mando único, a la imposición; es decir, al poder. Esta renuncia es propia de los hombres buenos, capaces de priorizar el bien común frente a deseos y opiniones particulares. Hay, en este sentido, un claro rechazo al pensamiento único, que abre la posibilidad a la

5 En su *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*, Roberts y Pastor especifican: "A su vez *cor, cordis* posee una raíz indoeuropea, *kerd*, que en latín también evoluciona a étimos como *credere*, literalmente poner corazón o creer, y de donde proceden palabras como 'creer', 'credo', 'creencia', 'crédito', 'acreedor', etc.; *kerd* evoluciona en griego a *kardía* (corazón)" (1996, p. 83).

6 "Una ciudad está en concordia cuando los ciudadanos piensan lo mismo sobre lo que les conviene, eligen las mismas cosas y realizan lo que es de común interés" (Aristóteles, *Ética nicomáquea* 1167a 25-30).

7 Aristóteles define la bondad en este mismo texto como sigue: "Llamamos a unos hombres buenos por su modo de ser y a otros, por sus actividades" (*Ética nicomáquea* 1157b 5-10).

reflexión común sobre lo que más conviene a todos<sup>8</sup>.

Los hombres buenos “quieren lo que es justo y conveniente, y a esto aspiran en común” (1167b 5-10). Así, el horizonte del bien común, respaldado por la consideración de la comunidad y la necesidad de la bondad humana, se anuda a la idea de justicia. Antes que Aristóteles, Platón (2006) ya pone de relieve que “la injusticia produce entre los hombres discordias, odios y disputas; la justicia, en cambio, concordia y amistad” (*República* 351d). La justicia es, por tanto, condición *sine qua non* para la concordia. En su ya clásica *Historia de la Filosofía Griega*, Guthrie subraya que “En la *República* (351d) la persecución de la justicia lleva a la concordia y la amistad” (2003, p. 152). El concepto de justicia conlleva numerosas propuestas de definición en la *República* platónica (especialmente en el Libro I), así como una tipología plagada de matices en Aristóteles pero, como indica Enrique Serrano (2005, p. 124), “La justicia es la virtud social por excelencia”; y como, en efecto, escribe Aristóteles en su *Ética nicomáquea*, “la justicia es la única de las virtudes que parece referirse al bien ajeno, porque afecta a los otros; hace lo que conviene a otro sea gobernante o compañero” (1130a 5-10).

Esta idea de concordia ligada estrechamente a la justicia va a persistir en la filosofía latina. En *Sobre la República*, Cicerón (2015, p. 67) afirma: “en la ciudad se llama concordia [al] vínculo de bienestar seguro y óptimo para toda república, pues ésta no puede subsistir sin la justicia”. En este sentido, Balaguer García (2016, p. 2) señala que “Cicerón llama ‘concordia’ al consenso y lo define como el más alto vínculo que consolida un Estado”.

La base de la definición clásica de ‘concordia’ se mantiene y desarrolla en el conjunto de la filosofía moderna aun con tintes propios del pensamiento moderno<sup>9</sup>. Así, siguiendo a Diego Tatián (2009), Spinoza enlaza el “arte de la concordia” (p. 48) con la “ciencia de los afectos” (p. 48) e incide en “el reconocimiento y las nociones comunes; práctica ininterrumpida de una *potentia democrática*” (p. 50)<sup>10</sup>.

Ciertamente, la trascendencia de la libertad individual o el valor de la utilidad han ido contextualizando y, seguramente también, difuminando el concepto de concordia hasta la actualidad. En efecto, en la filosofía y la teoría política moderna y contemporánea, el término ‘concordia’ parece desvanecerse paulatinamente en pro de la ‘fraternidad’, “el pariente pobre de la tríada democrático-republicana moderna”, tal y como advierte Domènech (1993, p. 49), quien establece igualmente el vínculo entre ambos vocablos. Justamente, como sugiere Farrès siguiendo a Rawls, la idea de fraternidad, acusadamente inespecífica, está menos presente en la teoría democrática actual, pero presenta una oportunidad para repensar la convivencia democrática desde el principio de la diferencia enunciado por John Rawls (Farrès, 2015, pp. 64-65). En su *Teoría de la justicia*, Rawls escribe: “El principio de diferencia parece corresponder al significado natural de fraternidad: a saber, a la idea de no querer tener mayores ventajas a menos que esto sea en beneficio de quienes están peor situados” (2012, p. 105).

8 Aristóteles realiza una puntualización fundamental en este sentido: “La unanimidad no radica en pensar todos lo mismo (...) sino en pensar lo mismo sobre la misma cosa” (*Ética nicomáquea* 1167a 35).

9 “Según la ficción filosófica que en el siglo XVII fue designada como ‘estado de naturaleza’ – y en virtud de la antropología negativa que le es aneja –, la condición humana tal como resulta inmediatamente dada se halla dominada por la hostilidad y la guerra, y todo hombre es a priori –‘por naturaleza’– un enemigo. Lo es todo aquel que no reviste la condición de súbdito. ‘En efecto – escribe Hobbes en *Leviatán*, I, 28- todos los hombres que no son súbditos, o bien son enemigos, o bien han dejado de serlo en virtud de algún pacto” (Tatián, 2009, p. 46).

10 Escribe Spinoza: “Si la naturaleza humana fuese tal que los hombres desearan con más ardor todo aquello que es más útil, cualquier artificio para que reinase la concordia y la buena fe sería superfluo. Pero la naturaleza humana es muy diferente, como es bien sabido. El Estado ha de estar organizado necesariamente de forma que todos sus miembros, los gobernantes y los gobernados, quieran o no quieran, actúen del modo conveniente al servicio del bienestar general” (1996, p. 176).

#### 4. LA OPERACIÓN DE RESEMANTIZACIÓN, LA "DOSIS ÍNFIMA DE ARSÉNICO": ELIMINAR LA JUSTICIA E INTRODUCIR LA DISCORDIA

Las palabras pueden actuar como dosis ínfimas de arsénico: uno las traga sin darse cuenta, parecen no surtir efecto alguno, y al cabo de un tiempo se produce el efecto tóxico.

- Klemperer, LTI, *La lengua del Tercer Reich*

El 26 de marzo de 2024 los grupos parlamentarios del Partido Popular y VOX presentaron la Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, en España, donde se define "concordia" como sigue:

se entiende por concordia el valor que, sirviendo de base a la superación del pasado histórico, al entendimiento entre iguales, al logro de un mayor bienestar social y al reconocimiento y aceptación de otras maneras de pensar, permite preservar, mantener y reforzar la convivencia, el respeto y la tolerancia actuales de todos, en desarrollo de los principios democráticos recogidos en la Constitución española (Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, Artículo I, p. 4).

La definición constituye el segundo punto del Artículo 1 (objetivo y finalidad) de las Disposiciones generales. Por una parte, en este texto la "concordia" se define como un "valor", en línea con la discursividad política moderna y contemporánea o, más concretamente, con el discurso de la economía política<sup>11</sup>; adquiere así un carácter axiológico, cualitativo, que se presta a plantear, entonces, tanto su dimensión objetiva o subjetiva como su dimensión ideal y real o su dimensión universal y relativa (Pérez Pérez, 2008, pp. 100-101, 103).

Por otra parte, según este texto, 'concordia' es "el valor que (...) permite preservar, mantener y reforzar la convivencia, el respeto y la tolerancia actuales de todos, en desarrollo de los principios democráticos recogidos en la Constitución española", lo cual parece ir en línea con lo aportado etimológica y semánticamente: esto es, cierta unión y conformidad sobre pareceres que, al menos inicialmente, pueden resultar diversos. Es posible, entonces, pensar que la concordia se plantea como garante de la convivencia y de los valores democráticos (aunque también cabría preguntarse por qué añadir la tolerancia al respeto) pero ¿por qué se utiliza el adjetivo "actuales"? ¿qué sentido tiene calificar y acotar la convivencia, el respeto y la tolerancia de forma temporal?

La cuestión resulta más visible cuando se completa la definición aportada: la concordia sirve de base, es decir, en ella se apoya, literalmente, "la superación del pasado histórico", el "entendimiento entre iguales" y el "logro de un mayor bienestar social", así como el "reconocimiento y aceptación de otras maneras de pensar". Descontextualizada, esta definición, aunque paradójica o, cuando menos, confusa, puede encajar e invisibilizar la apropiación y la resemantización que supone. Sin embargo, esta definición de 'concordia', citando textualmente, "sirve de base" para superar el pasado histórico, es decir, para anteponerse al pasado histórico o, al menos, dejarlo atrás, lo que implicaría no regresar al mismo, clausurarlo. En este sentido, es fundamental mencionar que esta Proposición de Ley de concordia no es sino la respuesta a la Ley 20/2022, de 19 de octubre, denominada de Memoria Democrática, que conlleva desde sus primeras líneas, "neutralizar el olvido y evitar la repetición de los episodios más trágicos de la historia" (Ley de Memoria Democrática, Preámbulo, p. 1).

La palabra, 'concordia', ligada estrechamente a la ética y a la democracia, desde una amistad civil que solo puede erigirse sobre la justicia, se resemantiza, entonces, corrompiéndose léxicamente en una suerte de coartada que sirve "de base" para "superar el pasado histórico", es decir, para transitar hacia el olvido o, al menos, impedir justamente la memoria democrática. La resemantización de la palabra supone, así, una operación de borrado doblemente magistral

11 "El primer uso técnico que se le da a la noción de valor es en el ámbito de la economía política, por pensadores como Adam Smith (1723-1790) y David Ricardo (1772-1823)" (Sánchez Hernández, 2005).

o, mejor, magistralmente doble: por una parte, neutraliza la reivindicación de la memoria y, por tanto, también, de la justicia en relación con ese pasado histórico y, en ese sentido, de amistad civil (de concordia); por otra parte, invierte así la cadena significativa puesto que ya no se parte de la justicia para la concordia, como se ha mostrado en la definición del concepto, sino directamente de la concordia. La Proposición de Ley establece una concordia que sirve de base; establece como base la concordia. La justicia se ha eliminado del contenido lingüístico, semántico: tal concepto no aparece, de hecho, ni una sola vez en la Proposición de Ley.

Junto con la “superación del pasado histórico”, la concordia también sirve de base para el “entendimiento entre iguales”, el “logro de un mayor bienestar social” y el “reconocimiento y aceptación de otras maneras de pensar”. Los dos primeros sintagmas de la enumeración enfatizan la finalidad ética de la concordia como valor democrático: en el primer caso, retoma la idea de acuerdo, léase amistad, entre ciudadanos; en el segundo caso, enlaza la idea de bien común. Es en el tercer sintagma en el que cabría destacar cierta paradoja ya que la concordia indica un acuerdo, ese “pensar lo mismo sobre la misma cosa”, tal y como muestra Aristóteles (1167a 35). Se podría argüir que este “reconocimiento y aceptación de otras maneras de pensar” va en línea con el principio de diferencia de John Rawls ya mencionado, pero sería no entender el significado de fraternidad planteado por este autor, que vuelve a implicar la idea de justicia, al “no querer tener mayores ventajas a menos que esto sea en beneficio de quienes están peor situados”, tal y como señala Rawls (2012, p. 105). Por tanto, el “reconocimiento y aceptación de otras maneras de pensar” contiene, si no una paradoja, una incoherencia, cuando menos: parece concebir la admisión de un desacuerdo en la concordia, que se define como un acuerdo, siempre y cuando este se sitúe en el plano del pensamiento, es decir, siempre y cuando se mantenga soterrado, silenciado, ya que de otro modo conllevaría una ruptura explícita del consenso y por tanto de la concordia, esto es, la discordia.

## 5. “CREANDO OTRAS NUEVAS REALIDADES”. MARCO E INCONSCIENTE COGNITIVO DE UNA LEY DE CONCORDIA

En este punto, conviene aludir y apuntar al contexto de nuestra reflexión con respecto a varios aspectos. El primero de ellos consiste en enfatizar que la resemantización de la palabra ‘concordia’ se realiza sobre un fenómeno de apropiación, que consiste en atribuir este pretendido valor democrático, ligado a la esfera ética, a un determinado discurso político que corresponde a unas siglas determinadas en una proposición de ley. Así, los promotores de esta propuesta resultan ahora generadores, sujetos, de concordia. Esta cuestión nos conduce al segundo aspecto que cabe recordar: la palabra no es sino el átomo del relato, de la discursividad, que genera un marco cognitivo sobre el que se erige el inconsciente cognitivo, puesto que “reconocemos los marcos en el lenguaje, ya que todas las palabras se definen en relación con un marco conceptual. Cuando oímos una palabra, su marco (o conjunto de marcos) se activa en nuestro cerebro” (Lakoff, 2017, p. 11). Los marcos se edifican, así, sobre la imposición de una lógica determinada que no atiende a los hechos<sup>12</sup>. En este caso, se establece un marco cognitivo donde los promotores de esta propuesta resultan sujetos de concordia y, por tanto, ello implica inmediatamente que hay otros que no lo son. Es más, la necesidad de una ley de concordia comprende un contexto previo de discordia porque, de otro modo, ¿para qué entonces esta propuesta de ley?

En efecto, la Proposición de Ley comienza con una exposición de motivos que refuerza el marco cognitivo mencionado: la afirmación de falta de consenso sobre un periodo histórico que incluye “la Segunda República, la Guerra Civil y el Franquismo” (Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, Exposición de motivos, p. 1). Nótese que, en la propia proposición legislativa, no se atiende a hechos sino a relatos (“Nunca ha habido un relato consensuado”, se lee); y esto en ningún caso: toda la labor historiográfica se desdeña y relega a “debates teóricos, metodológicos e interpretativos”, y parece equipararse a los “recuerdos y relatos heredados” que tienen los ciudadanos, como si los historiadores no trabajasen en una disciplina que debe

12 “Si los hechos no encajan con el marco, el marco permanece y los hechos rebotan” (Lakoff, 2017, p. 31).

contar con fuentes para documentar hechos contrastables y verificables, y la historiografía, a su vez, no albergase numerosos estudios que definen de forma más que consensuada los periodos mencionados en esta Proposición de Ley (p. e., Sánchez Recio, 2017).

Estas aseveraciones, no justificadas en modo alguno, conducen directamente a significar y engrosar el marco cognitivo histórico: el párrafo siguiente, que describe las terribles consecuencias de la Guerra Civil<sup>13</sup>, no alude al golpe de Estado que la provoca; parece que tampoco se refiere al periodo de la Segunda República que, en el párrafo anterior, como ya se ha anotado, irrumpe en una enumeración que iguala inexplicablemente este periodo democrático con el conflicto bélico y la dictadura. No obstante, aun sin parecerlo, se establece de nuevo una relación causal entre el periodo de la Segunda República y la Guerra Civil, en un ejercicio de manipulación y, más concretamente, de adoctrinamiento, ya que se oculta intencionadamente una parte de la información, en este caso de la historia (Esteve, 2010, pp. 37 y ss.), alineándose y alienándose así con la lógica desinformativa ya expuesta. “La Guerra Civil llevó hasta el paroxismo las dinámicas de enfrentamiento de años anteriores” (Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, Exposición de motivos, p. 1): más allá de que las expresiones valorativas delatan la subjetividad textual, esta afirmación establece un nexo causal entre los dos sucesos y suprime la existencia del golpe de Estado que detona el conflicto bélico.

La prueba definitiva de la constitución de este marco cognitivo histórico, no sustentado en conocimiento o información sino en sospecha y desinformación, tal y como se está mostrando, es el cambio en la periodización del alcance de la ley que, bajo esta concordia resemantizada en la que se ha eliminado su condición *sine qua non* de justicia y que ya solo cuenta tautológicamente con la concordia como condición, alude injustificadamente a un periodo que, en efecto, incluye la Segunda República. El tercer punto del apartado de su finalidad en el Artículo I de sus Disposiciones generales se refiere, de hecho, al “reconocimiento de quienes padecieron persecución o violencia por motivos ideológicos, religiosos y sociales desde el año 1931 hasta el año 1978”, asimilando el periodo democrático de la Segunda República al periodo de la Guerra Civil, la dictadura y la llamada transición (todavía no democracia hasta 1978). Esta asimilación, que implica la concordia aquí aludida, obvia explícitamente el parámetro de justicia en que ningún periodo democrático puede equipararse justamente con un periodo dictatorial. Claro que tal concepto, ‘dictadura’, tampoco aparece ni una sola vez en la Proposición de Ley.

Otro borrado en la construcción del marco y del inconsciente cognitivo: pese a tratarse del periodo más largo, el Franquismo, que se extiende durante casi cuarenta años, en ningún momento es definido como un régimen autoritario y dictatorial (y el consenso histórico parece indudable en este sentido). El marco e inconsciente cognitivo divulga así una historia de España sin dictadura y, por tanto, sin víctimas de la dictadura, en el que cabe instaurar una concordia sobre una discordia al parecer meramente teórica y hasta pedagógica, como se va a comentar más adelante. En ese sentido, tampoco aparece ni una sola vez en la Proposición de Ley el concepto de ‘memoria’, puesto que la resemantización de la ‘concordia’ aborda la superación del pasado histórico, no su revisión sobre la idea de justicia y su posterior reparación.

La eliminación de la noción básica de justicia en el significado de ‘concordia’, junto con la supresión del concepto de “dictadura” desde el preámbulo o los motivos del texto legislativo, fundamentan así la exclusión del concepto de “memoria” en la creación del marco cognitivo. Cabe recordar que, tal y como ya se ha comentado, esta Proposición de Ley se plantea en respuesta a la Ley de Memoria Democrática.

La exposición de motivos de la Proposición de Ley comienza, de hecho, con una ratificación de la democracia en España y la afirmación de que ha constituido “uno de los logros históricos más significativos de la sociedad española”: sería lógico esperar que, entre los motivos expuestos, se evidenciasen los periodos no democráticos, negación que tampoco aparece explicitada en la ley. Estas elipsis léxicas, conceptuales, históricas, desembocan, de alguna manera, en la igualdad de los tres periodos mencionados en la ley, como ya se ha puesto de relieve.

13 “Por toda España se extendieron los asesinatos masivos, las represalias socioeconómicas, los atropellos de derechos fundamentales y los desplazamientos forzados” (Proposición de Ley de concordia de Castilla y León p. 1).

No obstante, tal y como se apuntaba, en la exposición de motivos se sigue insistiendo en la democracia y en su marco constitucional como la consagración de la concordia entre los ciudadanos, que abre paso a resolver racionalmente las discrepancias:

Con la Constitución de 1978, que fue refrendada abrumadoramente por el pueblo español, se puso fin al enfrentamiento y se consagró la concordia entre los españoles y el entendimiento para resolver las discrepancias por vías democráticas (Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, Exposición de motivos, p. 1).

En este punto reside otra contradicción que, de nuevo, exhibe la creación de un marco cognitivo intencionado, capcioso: si “con la Constitución de 1978”, “se consagró la concordia entre los españoles”, ¿para qué se propone, en marzo de 2024, una ley de “concordia”? En la exposición de motivos, se reitera el cultivo de una tradición y una “relación” sólida (“después de cuarenta y cinco años de democracia”) basada en los “valores constitucionales” y el respeto mutuo entre la ciudadanía. Es, a continuación, cuando se introduce una adversativa y una explicación de nuevo llamativa por paradójica:

Sin embargo, las nuevas generaciones que no vivieron, ni siquiera remotamente, ninguno de los referidos enfrentamientos, han recibido en muchas ocasiones una visión sesgada de ese conflicto cuya única finalidad es alimentar una división partidista en la sociedad. Por ello, sobre el respeto a la dignidad humana y sobre la base de la promoción de la convivencia y de la valoración del Estado constitucional que disfrutamos y excluyendo la confrontación partidista, los poderes públicos deben velar por el mantenimiento de una visión objetiva de la historia y de los errores cometidos para no volver a repetirlos jamás (p. 2).

En primer lugar, con respecto a la adversativa que acrecienta con su giro el marco cognitivo, se afirma que las nuevas generaciones “han recibido en muchas ocasiones una visión sesgada de ese conflicto”. Cabe preguntarse de qué conflicto. De los “referidos enfrentamientos”, habría que responder: en la Proposición de Ley solo se mencionan los “enfrentamientos” que, de acuerdo con *este relato*, desembocan en el estallido de la Guerra Civil. Se entiende que el Franquismo está excluido de esta visión sesgada que, supuestamente, reciben las nuevas generaciones de ciudadanos. Porque, ¿qué fundamento se encuentra en el texto para afirmar que estas nuevas generaciones reciben visiones históricas sesgadas? Y, por otra parte, ¿en qué contexto? El contexto de la educación en democracia no parece justificar visiones doctrinales y sesgadas; y se descarta un contexto no educativo, referido a entornos íntimos y/o familiares, puesto que este no parece oportuno para una proposición de ley en una democracia consolidada, como la descrita. De nuevo, se encuentra una afirmación no justificada, valorativa y subjetiva que no se apoya en hechos o datos.

Sobre esta afirmación se sostiene, a su vez, la justificación de esta Proposición de Ley: “los poderes públicos deben velar por el mantenimiento de una visión objetiva de la historia”. Esta afirmación respondería justamente, como se comentaba, a la enseñanza de historia en todas las etapas educativas de acuerdo con la legislación vigente, que pone de relieve, por ejemplo, la importancia de la investigación, el fomento del pensamiento crítico, etc. (Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo). No obstante, se apuntaba que la explicación no deja de ser llamativa por paradójica: se afirma que los poderes públicos deben garantizar “una visión objetiva de la historia” con respecto a estos “enfrentamientos”, o cabría pensar con respecto a los periodos reiteradamente mencionados, cuando en las primeras líneas de la Proposición de Ley se afirma que no existe un “relato consensuado” de los mismos ni siquiera entre los especialistas en la materia. ¿Cómo velar, entonces, por el mantenimiento de esa “visión objetiva de la historia”? ¿Quién va a hacerlo? La respuesta de esta proposición de ley es “los poderes públicos”, es decir, los abajo firmantes, los garantes de la concordia.

## 6. CONCLUSIÓN

En definitiva, esta Proposición de Ley de "concordia" confronta la Ley de Memoria Democrática: se articula, así, sobre la resemantización de la 'concordia' por la que se elimina su condición *sine qua non*, transformándola en una suerte de "petición de principio" en que la concordia se incluye explícitamente como premisa. La concordia "sirve de base" para crear un marco cognitivo que alimenta un inconsciente cognitivo intencionado. Este ejemplo podría ilustrar, por tanto, un tipo de desinformación política que consigue alcanzar carácter legislativo. En el caso de Castilla y León, cuyo texto se ha analizado, esta ley finalmente no se aprobó en el parlamento a causa de los votos en contra del Partido Popular, firmante de la proposición de ley<sup>14</sup>.

Un informe de Naciones Unidas remitido a España, fechado en abril de 2024 y firmado por tres Relatores Internacionales, señala "la atención urgente" que debe tener el Gobierno de España con respecto a las "llamadas leyes de 'concordia'" [entrecomillando el término] porque podrían incumplir los derechos humanos, "en particular la obligación de garantizar la preservación de la memoria histórica de graves violaciones de derechos humanos" (Salvioli, Baldé y Tibdall-Binz, 2024, p. 1). El informe repasa las propuestas de ley en la Comunidad Autónoma de Aragón, Castilla y León y Valencia, advirtiendo de [lo que se ha denominado en esta investigación] la creación de un marco cognitivo en el que se "suprime la palabra 'dictadura' para referirse al periodo histórico del franquismo", la ampliación injustificada del periodo en que se circunscribe la ley, etc. (específicamente referido en el caso estudiado de Castilla y León, p. 3). Este informe no aborda la cuestión lingüística sobre la que se genera la escritura del relato, la reescritura de la historia. En este caso, la apropiación y la resemantización de 'concordia' se encuentra en el eje del marco cognitivo creado: irradia una lógica opositora que desplaza la posibilidad de revisión y de memoria histórica promoviendo la desconfianza en las ciencias sociales y, más concretamente, en la ciencia histórica. Finalmente, se trata de una estrategia clásica en materia de desinformación: desvirtuar la actividad investigadora y socavar, así, la credibilidad científica y académica.

## REFERENCIAS

- Alfonso Sánchez, I. R. (2016). La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje. Referentes en torno a su formación. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 12(2), 231-239. <http://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/179>
- Aristóteles (1998). *Ética Nicomáquea. Ética Eudemia*. Editorial Gredos.
- Balaguer García, E. (2016). Una aproximación a los conceptos romanos de "concordia" y "libertas". *La torre del Virrey. Revista de Estudios Culturales*, 19, 161-167. <https://revista.latorredelvirrey.es/LTV/article/view/293>
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 2. El poder de la identidad*. Alianza Editorial.
- Cicerón, M. T. (2015). *Sobre la República*. Gredos.
- Del Fresno García, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *Profesional de la Información*, 28(3), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Domènech, T. (1993). ... y fraternidad. *Isegoría*, 17, 49-78. <https://doi.org/10.3989/isegoria.1993.i7.309>

14 Junto con la Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, no aprobada finalmente, cabría mencionar la Ley 5/2024, de Concordia de la Comunitat València, así como la ORDEN PIC/739/2024, de 3 de julio, por la que se aprueba el Plan para la Preservación de la Concordia en Aragón. Estas tres leyes albergan numerosos puntos en común en lo referente a la creación del marco cognitivo pero solo la Proposición de Ley estudiada se fundamenta en una definición del concepto que visibiliza su apropiación y resemantización.

- Esteve Zarazaga, J. M. (2010). *Educación: un compromiso con la memoria. Un libro para educar en libertad*. Octaedro.
- Farrès, O. (2015). La amistad cívica en Aristóteles: concordia y fraternidad. *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía* 32(1), 41-67. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ASHF.2015.v32.n1.48679](https://doi.org/10.5209/rev_ASHF.2015.v32.n1.48679)
- Flores d'Arcais, P. (2013). *¡Democracia! Libertad privada y libertad rebelde*. Galaxia Gutenberg.
- Fuentes Rodríguez, C. (2016). La recuperación del discurso. En C. Fuentes Rodríguez (ed.), *Estrategias argumentativas y discurso político* (pp. 109-161). Arco/Libros.
- García Galera, M. del C., del Hoyo Hurtado, M. y Blanco Alfonso, I. (2020). Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de *fake news* producidas en entornos periodísticos profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 11(2), 105-118. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.16>
- Guthrie, W. K. C. (2003) *Historia de la Filosofía Griega III. Siglo V. Ilustración*. 2.ª reimpr. Editorial Gredos.
- Lakoff, G. (2017). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Ediciones Península.
- Ley 20/2022, de 19 de octubre, de Memoria Democrática. *Boletín Oficial del Estado*, 252, de 20 de octubre de 2022. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-17099>
- Ley 5/2024, de 26 de julio, de Concordia de la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 9903, de 29 julio de 2024; *Boletín Oficial del Estado* 242, de 07 de octubre de 2024. Sec. I. Pág. 123306 (2024). <https://www.boe.es/eli/es-vc/l/2024/07/26/5>
- Martínez López, C. y Ruiz Vivas, C. M. (2022). Entre *pax* y concordia. Las mujeres y las virtudes de paz ligadas al poder en la Roma antigua. *Eugesta*, 12, 57-92. <https://doi.org/10.54563/eugesta.1254>
- ORDEN PIC/739/2024, de 3 de julio, por la que se aprueba el Plan para la Preservación de la Concordia, *Boletín Oficial de Aragón*, 135, de 12 de julio de 2024. <https://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1342640740606>
- Pérez Pérez, C. (2008). Sobre el concepto de valor. Una propuesta de integración de diferentes perspectivas. *Bordón: Revista de pedagogía*, 60(1), 99-112.
- Platón (2006). *Diálogos IV. República*. Gredos.
- Proposición de Ley de concordia de Castilla y León, presentada por los Grupos Parlamentarios Popular y VOX Castilla y León. PPL/000009-01. 4 de abril de 2024 en Cortes de Castilla y León. CCyL: PPL/000009-01. BOCCL nº 273/11 del 15/4/2024. CVE: BOCCL-11-008549.
- Rawls, J. (1979/2012). *Teoría de la justicia*. FCE.
- Real Academia Española. (s.f.). Averiguar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 14 de junio de 2025, de <https://dle.rae.es/averiguar>
- Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria, *Boletín Oficial del Estado*, 76, de 30 de marzo de 2022. BOE-A-2022-4975 Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria.

- Ring Carlson, C. (2022). *El discurso del odio*. Cátedra.
- Roberts, E. A. y Pastor, B. (1996). *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. Alianza.
- Rodríguez Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las *fake news*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Salvioli, F., Baldé, A. y Tibdall-Binz, M. (2024). Mandatos del Relator Especial sobre la promoción de la verdad, la justicia, la reparación y las garantías de no repetición; del Grupo de Trabajo sobre las Desapariciones Forzadas o Involuntarias y del Relator Especial sobre ejecuciones extrajudiciales, sumarias o arbitrarias. Referencia: OL ESP 4/2024. <https://spcommreports.ohchr.org/TMResultsBase/DownloadPublicCommunicationFile?gId=29036>
- Sánchez Hernández, A. J. (2005). Análisis filosófico del concepto valor. *Humanidades médicas*, 5 (2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-81202005000200009](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202005000200009)
- Sánchez Recio, G. (2017). Dictadura franquista e historiografía del franquismo. *Bulletin d'Histoire Contemporaine de l'Espagne*, 52, 71-82. <https://doi.org/10.4000/bhce.308>
- Santamaría, I. (2013). La representación de la resemantización en los diccionarios del español. *Revista de Lexicografía*, XIX, 139-166. <https://doi.org/10.17979/rlex.2013.19.0.3981>
- Serrano, E. (2005). La teoría aristotélica de la justicia, *Isonomía*, 22. <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc1k019>
- Spinoza, B. (1996). *Tratado teológico-político. Tratado político*. Tecnos.
- Suskind, R. (2004, 17 de octubre). "Faith, certainty and the presidency of George W. Bush". *The New York Times*. <https://nyti.ms/2uzDofE>
- Tatián, D. (2009). Spinoza y la paz. *Revista Conatus-Filosofía de Spinoza*, 3 (5), 45-50. <https://revistas.uece.br/index.php/conatus/article/view/4712>
- Zecchetto, V. (2011). El persistente impulso a resemantizar. *Universitas. Revista de ciencias sociales y humanas*, 14, 127-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476147382006>



Revista de Comunicación Digital

# Censura y diccionario: las profesiones fantasma en el diccionario de la RAE

## Censorship and Dictionary: Ghost Professions in RAE Dictionary

 Lorena Heras  
lorena.heras@urjc.es  
Universidad Rey Juan Carlos

### Resumen

Como la propia Real Academia Española (RAE) reconoce, la elaboración de las obras académicas, entre ellas su diccionario, se soporta en la existencia de diferentes corpus lingüísticos. De ahí que el criterio de frecuencia de uso resulte determinante para establecer la nómina de voces de su obra lexicográfica. Una comparación de las últimas ediciones del diccionario académico (*DRAE* 2001, *DLE* 2014 y su última actualización en línea de noviembre 2023) concluye que existen más de cinco mil nuevas incorporaciones o entradas modificadas. De ellas, 195 lo hicieron con la adición de la forma femenina a una entrada solo masculina relacionada con profesiones y oficios. Y únicamente en 12 casos el procedimiento empleado fue la ampliación de una voz de oficio solo femenina en *DRAE* 2001 al masculino en *DLE* 2014. Este trabajo permite constatar que dicha novedad no se explica a partir de fenómenos lingüísticos, tales como la frecuencia de uso, sino a partir de decisiones extralingüísticas. En otras palabras: demuestra que la Academia adoptó decisiones con criterios no lingüísticos —ideológicos, culturales o de censura—, ajenos al uso real de las palabras en las distintas comunidades lingüísticas de habla del español, tanto en España como en América. En suma, que las decisiones adoptadas desde la corrección política se han extendido al diccionario académico, en esta ocasión, en forma de adición de voces. Es el caso de entradas como *clistelero*, *endechadero* o *violetero*.

### Palabras clave

Diccionario académico; frecuencia de uso; nómina de voces; profesiones y oficios; censura y corrección política.

### Cómo citar este artículo:

Heras, L. (2025) Censura y diccionario: las profesiones fantasma en el diccionario de la RAE. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 35-49. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.316

Recibido: 30/10/2024 Aceptado: 8/6/2025



## Abstract

As Real Academia Española (RAE) recognizes, in the elaboration of their works, such as the dictionary, is based on different linguistic corpora. Hence, the frequency of use criterion is crucial in establishing the list of voices in that lexicographical work. A comparison of the latest editions of academic dictionary (*DRAE 2001*, *DLE 2014* and its latest online update in November 2023) concludes that there are more than five thousand new additions or modified entries. 195 of them, arised from the addition of a feminine form to a male-only entry related to professions and jobs. And only 12 cases are a consequence of expanding from a female only official voice in *DRAE 2001* to a also male one in *DLE 2014*. This research allows verify that this novelty is not only explained by linguistic phenomena, such as frequency of use, but also by extralinguistic decisions. In other words, it shows that RAE adopted decisions based on non-linguistic criteria – ideological, cultural or censorship ones– that were unrelated to the actual use of words in the different Spanish-speaking linguistic communities, in Spain or in America. In conclusion, this research shows that some decisions adopted to preserve political correctness have been extended to RAE´s dictionary. In this case, by adding voices. That is the case of words such as *clistelero*, *endechadero* or *violetero*.

## Keywords

Academic dictionary; frequency of use; words list; professions and jobs; censorship and political correctness.

## 1. INTRODUCCIÓN

El propósito de este estudio es ofrecer un análisis de varias voces de profesiones u oficios sancionadas en la última edición impresa del diccionario académico, *Diccionario de la Lengua Española (DLE 2014)*, en relación con su género gramatical

La organización del trabajo es la siguiente: en un primer momento se plantean las nuevas voces que se incorporaron o modificaron en la edición impresa de la 23.<sup>a</sup> edición del *Diccionario de la lengua española (DLE 2014)* y se presenta una breve catalogación de dichas novedades. En segundo lugar, el estudio se centra en las voces que han sufrido alguna modificación relacionada con el género gramatical, para ofrecer una clasificación de dichas entradas, según el tipo de procedimiento seguido: ampliación al género femenino o al género masculino, fusión de dos entradas que eran independientes, división de una única entrada en dos distintas o supresión de uno de los géneros gramaticales. A continuación, se detiene en el análisis de las voces modificadas seleccionadas: *aeromozo*; *cabinero*, *clistelero*, *concupino*, *endechadero*, *jinetero*, *matrón*, *naipero*, *pajillero*, *tipiador*, *violetero* y *zabarcero*. Finalmente, se constatará si dicha novedad se explica a partir de fenómenos lingüísticos, tales como la frecuencia de uso atestiguada en los corpus de español, o también a partir de decisiones extralingüísticas.

## 2. LAS NUEVAS VOCES DEL DLE 2014

Tal y como manifiesta la Real Academia Española, el “Diccionario de la lengua española es la obra lexicográfica académica por excelencia” y “es el resultado de la colaboración de todas las academias, cuyo propósito es recoger el léxico general utilizado en España y en los países hispánicos” (Real Academia Española, 2014c).

Las lenguas, como mecanismos vivos que cambian a lo largo de los años, en parte como consecuencia de la creatividad léxica de sus hablantes<sup>1</sup>, exigen una periódica actualización

<sup>1</sup> La creatividad léxica es uno de los ámbitos lingüísticos en los cuales se desarrolla una mayor libertad del hablante, y “los mecanismos movidos por esa libertad son, por eso, abiertos y altamente influyentes en todos los aspectos

de sus diccionarios. Ese proceso de actualización del diccionario académico, como también explicita la RAE, se centra en la “adición de nuevos artículos o acepciones. La supresión de artículos o acepciones ya existentes. La enmienda total o parcial de los artículos” (Real Academia Española, 2014c).

Esta es la razón por la cual la preparación de cada nueva edición —hoy día la RAE cuenta con 23— conlleva “la identificación de nuevas palabras o nuevos significados y la revisión de las palabras que ya figuraban en él” (Real Academia Española, s.f.-a). La última versión impresa, la 23.<sup>a</sup>, corresponde a la edición del tricentenario, de octubre de 2014, coincidiendo con la celebración del tercer centenario de la RAE. Con posterioridad a la impresión de 2014, la obra académica se ha actualizado en siete ocasiones, pero siempre para la versión de consulta en línea.

## 2.1. Los corpus lingüísticos

A propósito de la edición del *DRAE* 2001, ya Azorín (2004) había asegurado que la principal novedad que presentaba, y que las ediciones anteriores no habían tenido a su alcance, es la toma en consideración de los datos de ámbito y frecuencia de uso que aporta el CREA (Corpus de Referencia del Español Actual): “Se trata de un cambio sustancial de método, que viene a romper con el poco riguroso procedimiento del consenso entre los académicos, que era el habitualmente empleado para calibrar el grado de generalización de una voz de origen técnico” (Azorín, 2004, p. 288).

Rodríguez (2016) manifestó que “el uso del corpus implica una mejora notable también en relación con la presencia de ideología en los diccionarios” (Rodríguez, 2016, p. 80).

Y apuntalaba la idea de que la elaboración de diccionarios se soporta en la existencia de diferentes corpus lingüísticos el hecho de que la RAE, en su edición de 2014, asegurara lo siguiente: “una de las tareas cotidianas de la corporación es el estudio del léxico de nuevo cuño” Y por ese motivo, “con el estudio de la documentación que suministran, entre otras fuentes, sus corpus lingüísticos, y atendiendo las consultas de los usuarios, la Real Academia Española está permanentemente alerta a las novedades léxicas del idioma” (RAE, 2014b).

Específicamente relevante para esta tarea resulta el corpus CORPES XXI, tal y como se explicita en el *Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas*, donde se asegura que “es el empleo del conjunto de los hispanohablantes el que proporciona el fundamento sobre el que se erigen las obras y recomendaciones que elabora la Academia, tal como se puede comprobar en el Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES)” (Real Academia Española, 2020, p. 6).

Finalmente, Villanueva (2022) asevera que la aparición en el diccionario académico de una palabra o una acepción “no es fruto de una invención o de la voluntad arbitraria de la Academia, sino que obedece a la obligada incorporación a este repertorio lexicográfico de los usos léxicos del español utilizado en la realidad social”. Y defiende la labor profesional del lexicógrafo cuando añade: “[a]l plasmarlos en el Diccionario, el lexicógrafo está haciendo un ejercicio de veracidad; está reflejando usos lingüísticos efectivos, pero no está haciendo proselitismo ni a favor del uso de la palabra ni, mucho menos, de los comportamientos o actitudes que designa” (Villanueva, 2022, p. 125-126). En definitiva, lo que plantea Villanueva desde su experiencia —fue director de la RAE entre los años 2014 y 2018— es que las decisiones sobre las modificaciones de la obra lexicográfica de la Academia se ajustan a criterios objetivos y no a usos léxicos del español que no se contemplen en la realidad social.

## 2.2. La frecuencia de uso

En relación con la toma de decisión en la incorporación de nuevas voces a un diccionario, Porto

---

del léxico: los semánticos, los formales, los estilísticos, etc.” (Almela, 1999, p. 20).

(2002) considera que es el criterio de frecuencia de uso el que “posee un mayor predicamento, debido sin duda al cientificismo y prestigio concedido a los métodos estadísticos en el mundo actual”, aunque advierte que su aplicación práctica es difícil, lo que lleva a que “no haya ningún diccionario que se atenga a este criterio de un modo objetivo y estricto, esto es, basándose en estadísticas reales y concretas” (Porto, 2002, p. 173).

Por su parte, Anula (2010) plantea la frecuencia de uso como el criterio fundamental para caracterizar una voz como neologismo, con independencia de la fecha de registro de su primera documentación. En su estudio ofrece una “metodología de estudio de los neologismos en el español áureo basada en el proceso de lexicalización que experimenta una unidad léxica durante el periodo neológico posterior a su creación” (Anula, 2010, p. 171).

Anula y Alcoba plantean sendos criterios de frecuencia de uso que justifican la sanción de una forma determinada en el diccionario académico.

Por su parte, Alcoba (2007)<sup>2</sup> propone los siguientes criterios sobre frecuencia de uso: raro si la forma aparece menos de 10 veces en el corpus correspondiente, escaso si lo hace de 11 a 100 ocasiones, moderado si se dan entre 101 y 200 concordancias.

En segundo lugar, y adaptando los criterios de Anula al volumen de palabras documentadas en CORPES XXI, se podría plantear una correspondencia de frecuencia de uso como esta:

Tabla 1		
Fases del periodo neológico	% para el cálculo de la frecuencia	Rango de variación (coincidencias)
Inicial	Menos de 0,1% palabras por millón	32 o menos
De propagación	Entre 0,1% y 0,25% palabras por millón	Entre 33 y 83
Final: fijación en la lengua	Entre 0,25% y 0,5% palabras por millón	Entre 84 y 165

Fuente: Elaboración propia

En cualquier caso, resulta evidente que una frecuencia de uso de cero no explicaría en modo alguno la incorporación de la forma en el diccionario de la Academia, desde el punto de vista objetivo que ofrece el empleo de corpus.

### 2.3. DLE 2014: novedades

La nómina completa de voces nuevas o modificadas en cada edición o revisión nunca ha sido facilitada por la Academia, lo que dificulta considerablemente la labor de cotejo de entradas. No obstante, una exhaustiva comparación de las últimas dos versiones impresas del diccionario académico —*Diccionario de la lengua española (DLE 2014)* y *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE 2001)*— permite concluir que existen más de cinco mil nuevas incorporaciones o entradas modificadas. Estas novedades pueden ser clasificadas en dos tipos de causas: lexicográficas y lexicológicas. Es entre las causas lexicográficas donde se incardinan las modificaciones relacionadas con el género gramatical.

Según el análisis llevado a cabo, del total de entradas modificadas, 640 responden a una modificación de su género gramatical, lo que supone más de un 11% de las novedades. En otras palabras, una de cada diez incorporaciones o modificaciones en el diccionario académico (DLE 2014) guardaba relación con el género gramatical.

<sup>2</sup> Es preciso señalar que los corpus que emplea Alcoba corresponden a concordancias durante un año de *Mynewsonline* y los casos de prensa en un periodo de 10 a 20 años, o en ocasiones a 30, de CREA (menos de 160 millones de formas en el año de su publicación). La base de datos que presenta CORPES XXI en las fechas de consulta de esta investigación contaba con más de 410 millones de formas (versión 1.1, publicada en abril de 2024).

### 3. LAS NOVEDADES RELATIVAS AL GÉNERO GRAMATICAL: OFICIOS Y PROFESIONES

Como se ha adelantado, más del 11% del total de las novedades contempladas en *DLE* 2014 implica una modificación de su género gramatical. Atendiendo al procedimiento seguido para incorporar cada novedad a la obra académica, se pueden clasificar estas voces en:

- a) Ampliación de una voz solo masculina en *DRAE* 2001 al femenino en *DLE* 2014. Supone el 62,97% de las novedades relativas al género gramatical (403 casos).
- b) Ampliación de una voz solo femenina en *DRAE* 2001 al masculino en *DLE* 2014. Es el procedimiento empleado en solo el 5,31% de los casos (34 casos).
- c) Fusión, bajo un único lema, de dos entradas que eran independientes en *DRAE* 2001, lo que se produjo en el 27,81% de las voces.
- d) División de una única entrada ya existente en *DRAE* 2001 en dos entradas diferentes en *DLE* 2014, en el 2,03% de las ocasiones.
- e) Supresión en *DLE* 2014 de alguno de los géneros que sí se recogían en *DRAE* 2001; procedimiento aplicado en el 4,69% del total.

De los 403 casos de ampliación al femenino, 195 lo hicieron sobre una entrada masculina relacionada con oficios, ocupaciones, cargos, tratamientos o títulos. Es decir, el 48,39% de las formas femeninas incorporadas en *DLE* 2014 a un término solo masculino en *DRAE* 2001 responden a la feminización de oficios o cargos. Se trata del 30,47% del total de entradas modificadas relativas al género. Es el caso de voces como *alfarero, ra* o *gondolero, ra*. Son fruto, muchas de ellas, del resultado de la incorporación de la mujer a desempeños reservados a varones hasta hace pocos años, pues como explica Roca (2013), tanto la Transición como la democracia española que la sucedió permitieron avanzar en la igualdad social y laboral de la mujer y, en consecuencia, un avance en la “clonación por razón de titularidad de cargo o profesión” y su “auge espectacular en número” (Roca, 2013, p. 144).

Únicamente en 34 casos (5,31%) el procedimiento empleado fue la ampliación de una voz solo femenina en *DRAE* 2001 al masculino en *DLE* 2014. Y de esos 34 casos, 12 corresponden a oficios, desempeños o cargos; es aquí donde se localizan las voces objeto de este trabajo: *aeromozo, za*; *cabinero, ra*; *clistelero, ra*; *concupino, na*; *endechadero, ra*; *jinetero, ra*; *matrón, na*; *naipero, ra*; *pajillero, ra*; *tipiador, ra*; *violetero, ra*; *zabarcero, ra*. El apartado siguiente permitirá analizar si todas las ampliaciones al desempeño masculino de estas funciones se sustentan en criterios objetivos o si se trata de otro tipo de decisión.

Acerca del uso de voces para designar oficios, desempeños, títulos o profesiones, Mendívil (2020) advierte que, en la tradición textual de la lengua española, los sustantivos masculinos de oficios “con mucha frecuencia deben interpretarse filológicamente como referidos solo a varones, pero no porque no puedan tener valor inclusivo, sino porque las mujeres solo se han incorporado a la vida pública (...) en tiempos escandalosamente recientes” (Mendívil, 2020, p. 42).

La Academia, en su *Nueva Gramática de la lengua Española*, ratificó que prácticamente han desaparecido los “femeninos que designaban antiguamente a la esposa del que ejercía ciertos cargos (*la coronela, la gobernadora, la jueza*), y se han impuesto los significados en los que (...) se refieren a la mujer que pasa a ejercerlos” (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española, 2009, p. 105).

Por su parte, Lledó et al. (2004) dedican un capítulo de su obra *De mujeres y diccionarios* al léxico de los oficios, profesiones, cargos y tratamientos en el *DRAE* 2001. La comparación que llevan a

cabo entre el *DRAE* 1992 y el *DRAE* 2001 “en los lemas relativos a los oficios, profesiones, cargos y tratamientos proporciona información de gran interés sobre la actitud de la Real Academia en lo que se refiere a la visibilidad de las trabajadoras” (Lledó et al., 2004, p. 158) y las lleva a analizar 1061 entradas.

Con anterioridad, Lledó (2002) había arremetido con dureza contra la Real Academia Española al asegurar que la resistencia a la feminización de un cargo o profesión nunca respondía a criterios lingüísticos sino a cuestiones ideológicas, por “la resistencia a admitir que las mujeres ejercen cargos que algunas personas (y Academias) preferirían ver ocupadas en exclusiva por hombres” y que “esperan (e intentan exigir) no “mancillar” ciertos cargos con una expresión femenina” (Lledó, 2002).

La Academia, sin embargo, no duda en reconocer en su *Nueva gramática de la lengua española* que “se percibe todavía, en algunos sustantivos femeninos, cierta carga depreciativa o minusvalorativa que arrastran como reflejo de la cultura y de la sociedad en las que se han creado” (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española, 2009, p. 105). De esta forma, insiste en el hecho de que las obras académicas reflejan los usos de la sociedad.

Hasta aquí todas las referencias coinciden en analizar la ampliación de voces relativas a oficios y profesiones al género gramatical femenino. Pero ninguna lo hace a propósito de cargos y desempeños que se amplían al masculino por primera vez en la historia lexicográfica española en *DLE* 2014.

#### 4. NUEVAS PROFESIONES MASCULINAS EN EL DICCIONARIO ACADÉMICO: GÉNERO GRAMATICAL Y FRECUENCIA DE USO

En *Morderse la lengua*, Villanueva aborda la relación entre lengua y sociedad en lo que denomina “corrección política” a lo largo de la obra, que no es sino una forma de “autocontrol” (Villanueva, 2022, p. 15). En el segundo capítulo de la obra —Cómo nos mordemos la lengua— analiza el uso del género gramatical y el masculino genérico en “los nombres de profesiones y cargos, y los tratamientos según el sexo y el estado civil” (Villanueva, 2022, p. 109).

Considera Villanueva que la corrección política ha ido generalizando la práctica tóxica de eliminar del uso expresiones o palabras con un criterio censorial y no racional; cuestión a la que, como ya se mencionó, considera que aún no ha sucumbido la Academia en la elaboración de su diccionario. En efecto, en un apartado que titula “La censura del diccionario”, lamenta que “a la RAE se la acusa una y otra vez de agraviar a individuos o grupos simplemente por incluir palabras consideradas ofensivas por ellos (...) que existen en el uso del idioma y están ampliamente documentadas” (Villanueva, 2022, p. 128). E insiste en que la institución ha “simplemente recogido de la lengua soberana, creada y utilizada por los hablantes palabras que, por supuesto, los académicos no jaleamos ni promocionamos” (Villanueva, 2022, p. 128).

Así pues, cabría pensar que las novedades sobre profesiones con género gramatical masculino recogidas por vez primera en *DLE* 2014 —como extensión de sus correspondientes femeninas— son también voces creadas y utilizadas por los hablantes. Lo contrario llevaría a concluir que la RAE también ha sucumbido a la presión de la corrección política, que no es más que, según el exdirector de la institución, una forma de censura.

A continuación se cotejará la frecuencia de uso de las voces planteadas y su tratamiento en *DLE* 2014 con respecto a *DRAE* 2001.

##### 4.1. Frecuencia de uso

Como se ha explicado, la elaboración de diccionarios se soporta en la existencia de diferentes corpus lingüísticos, como la propia RAE reconoce en diferentes ocasiones. De ahí que el criterio de frecuencia de uso resulte determinante para establecer la nómina de voces de una

obra lexicográfica. Es la misma idea que Villanueva defendía al asegurar que el resultado del diccionario no responde a decisión arbitraria del lexicógrafo.

Así pues, un análisis de la frecuencia de uso en CORPES XXI de las voces objeto de este estudio, debería ratificar su incorporación a la obra académica en 2014.

El examen de estas voces en el mencionado corpus arroja, a la fecha de este estudio, los siguientes resultados de coincidencias (frecuencia absoluta) y su correspondiente frecuencia normalizada:

Tabla 2					
LEMA DLE 2014	LEMA DRAE 2001	CASOS FEMENINO CORPES XXI (sg. y pl.)		CASOS MASCULINO CORPES XXI (sg. y pl.)	
		Frecuencia absoluta	Frecuencia normalizada (por millón)	Frecuencia absoluta	Frecuencia normalizada (por millón)
aeromoza,za	aeromoza	138	0,33	9	0,01
cabinero, ra	cabinera	2	0	1	0
clistelero, ra	clistelera	0	0	0	0
concupino, na	concupina	387	0,94	105	0,25
endechadero, ra	endechadera	0	0	0	0
jinetero, ra	jinetera	116	0,27	17	0,03
matrón, na	matrona	1196	2,92	17	0,03
naipero, ra	naipera	0	0	0	0
pajillero, ra	pajillera	12	0,03	18 <sup>3</sup>	0,03
tipiador, ra	tipiadora	0	0	0	0
violetero, ra	violetera	28	0,06	1 <sup>4</sup>	0
zabarcero, ra	zabarcera	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

Un análisis de estos datos ofrece algunas conclusiones heterogéneas sobre su frecuencia absoluta y su frecuencia normalizada. Si bien la voz *concupino* ofrece un número de coincidencias que supera la centena, y las voces *aeromoza*, *jinetero*, *matrón* o *pajillero* ronda la decena o veintena de casos registrados, para el resto los datos registrados son nulos o prácticamente nulos.

Las coincidencias de *concupino* ascienden a 105, con una frecuencia normalizada de 0,52 por millón, de las que solo un caso masculino se recoge en España; el resto corresponde a la zona de Río de la Plata, a la zona andina y al Caribe continental.

En el caso de *jinetero*, se hallan 17 coincidencias (frecuencia normalizada: 0,03 por millón), todas ellas en Latinoamérica: Antillas, México y Centroamérica y Caribe Continental.

Por último, CORPES XXI recoge 17 coincidencias de *matrón* (frecuencia normalizada: 0,03 por millón), en la zona chilena, España y en la zona de México y Centroamérica.

Para las voces *clistelero*, *endechadero*, *naipero*, *tipiador* y *zabarcero* no existe ni una sola coincidencia. Y para las formas *cabinero* y *violetero* solamente una. Bien es cierto que tampoco se registran casos de sus formas femeninas *clistelera*, *endechadera*, *naipera*, *tipiadora* y *zabarcera* en CORPES XXI. No obstante, sus formas femeninas ya estaban incorporadas al diccionario.

3 Sí como adjetivo, no como sustantivo de profesión u oficio.

4 Solo hay un caso como profesión u oficio. Los otros cuatro refieren a un florero, como objeto.

Por tanto, ateniéndose a los criterios que establecen Alcoba (2007) y Anula (2010), este último adaptado, para determinar si una voz está extendida y afianzada en la lengua y, en consecuencia, podría ser merecedora de su incorporación en el diccionario, solo la forma *concupino* presenta una concurrencia mínima en el corpus de la Academia que justifique su entrada en *DLE 2014*: 105 ejemplos constatados. Es la única voz de la que se puede concluir que presenta un uso moderado, en términos de Alcoba, y que se encuentra en su fase final de fijación en la lengua, en palabras de Anula.

Ninguna de las demás voces estudiadas presenta una concurrencia mínima en el corpus de la Academia CORPES XXI que justifique su entrada en *DLE 2014*. En cualquier caso, se incorporan al diccionario, sin una sola coincidencia registrada, las formas *clistelero*, *endechedero*, *naipero*, *tipiador* y *zabarcero*.

Si se recurre a los otros dos corpus que ofrece la Academia, CORDE y CREA, los resultados son similares. En ninguno de ellos se ofrecen coincidencias relevantes de las formas masculinas.

Sí es preciso destacar que de las voces *clistelero* y *clistelera* no se encuentran coincidencias en CREA y solamente una en CORDE que remite a *El caballero encantado*, obra publicada por Benito Pérez Galdós en 1909, precisamente en su variante masculina, que no recoge el diccionario hasta 2014: "llegáronse luego a Mallona, donde tuvieron una larga estadía, por habérseles enfermado la burra (de catarro intestinal, según diagnóstico de Cíbico, que se vio precisado a oficiar de veterinario y clistelero" (Real Academia Española, s.f.-b).

Así pues, a tenor de las concurrencias encontradas en el corpus de referencia académico, CORPES XXI, guarda coherencia con las ediciones anteriores que la RAE hubiera mantenido en su diccionario de 2014 la forma *clistelera*, que aunque no recibe coincidencias en el corpus, ya estaba incorporada en las ediciones previas (*clistelera* desde 1780). Pero en modo alguno su frecuencia de uso explica que en *DLE 2014* se haya optado por incluir la forma *clistelero*. Más si cabe si se aprecia que la definición de *clistelera* en *Autoridades*, 1780, estaba consignada ya como "s.f. p. us. La que se exercita en echar clisteres, o ayudas" (Real Academia Española, 2007). No parece que de una voz femenina ya señalada como *poco usada* en 1780, *clistelera*, fuera preciso en 2014 registrar su variante masculina *clistelero*.

Si se consulta el fichero general de la Academia, puede constatarse que la forma *clistelero* se conserva en una única papeleta que recoge la misma cita de Pérez Galdós de 1909, y que ya arrojaba CORDE. Ninguna previa o posterior.

Caso similar ofrece la voz *endechedero*. No existe registro de su forma femenina más que una cita de CORDE a Fray Bartolomé de las Casas en su *Apologética historia de las Indias*: "Todas estas endechederas y endechederos, cantan estando el cuerpo del difunto puesto en una plaza" (Real Academia Española, s.f.-b).

Lo que llama especialmente la atención de esta forma es que en *DRAE 2001* la voz *endechedera* remitía a la forma *plañidera*: "endechedera. 1. f. Plañidera" (Real Academia Española, 2014, definición 1). En tanto que la propia voz *plañidera* recogía en su definición, como sustantivo, su condición exclusivamente femenina: "plañidero, ra. (De *plañido*). 1. adj. Lloroso y lastimero. 2. f. Mujer llamada y pagada que iba a llorar a los entierros" (Real Academia Española, 2014, definición 1 y 2).

Lo que sucede en *DLE 2014* es inevitablemente extraño, cuando no inexplicable desde la propia configuración del diccionario. Mientras que la forma *endechedera* evoluciona en entrada y en definición, *plañidera* no lo hace sino que mantiene solo la forma de oficio o tarea femenina que ya había recogido en *DRAE 2001* y ediciones previas: "endechedero, ra. (De *endechar* y *-dero*). 1. m. y f. desus. Persona que acudía a llorar a los entierros y funerales, especialmente, la mujer que lo hacía por oficio" (Real Academia Española, 2001, definición 1). En tanto que la voz *plañidera* sigue contemplando en *DLE 2014* su condición exclusivamente femenina: "plañidero, ra. (De *plañir* y *-dero*). 1. adj. Lloroso y lastimero. SIN.: lastimero, lastimoso, lloroso, llorón, sollozante, quejumbroso. 2. f. Mujer llamada y pagada que iba a llorar a los entierros. SIN.: llorona" (Real Academia Española, 2014, definición 1 y 2).

## 4.2. Acepciones y evolución en el diccionario académico: algunos ejemplos

Con el objeto de examinar la evolución de otras formas, y comprobar los cambios que la modificación de género gramatical en *DLE* 2014 ha supuesto en sus definiciones lexicográficas, se ha llevado a cabo un seguimiento de las más significativas en las obras académicas, que arrojan datos extensibles al resto de voces estudiadas.

### **Concubino, na**

La siguiente tabla permite comparar las entradas de *DLE* 2014 y *DRAE* 2001; en la última edición la redacción de la acepción varía con la incorporación del género gramatical masculino: *persona* por *mujer* y amplía la información morfológica de la voz (sustantivo femenino a sustantivo masculino y femenino):

Tabla 3		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b>DLE</b> 2014	concubino, na	m. y f. Persona que vive en concubinato.
<b>DRAE</b> 2001	concubina	f. Mujer que vive en concubinato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4			
<b>DLE</b> 2014		<b>DRAE</b> 2001	
entrada	categoría gramatical	entrada	categoría gramatical
concubino, na	m. y f.	concubina	f.

Fuente: Elaboración propia.

La consulta de la última actualización del *DLE* en la versión en línea (noviembre 2023) ofrece la misma definición que en *DLE* 2014. Con la única novedad de que incorpora información sobre voces afines o sinónimos, tal como la propia Academia aseguraba en la nota de prensa de su presentación: "La principal novedad de este año es la incorporación, por primera vez en los casi 300 años de historia del diccionario académico, de la consulta de sinónimos y antónimos" (Real Academia Española, 2023).

Tabla 5		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b>DLE</b> versión en línea (nov. 2023)	concubino, na	m. y f. Persona que vive en concubinato. <b>SIN.: amante, querido, fulano, barragán, coima, manceba, dama.</b>

Fuente: Elaboración propia.

La revisión de la voz en la lexicografía académica sitúa su primera entrada, solo en forma femenina, en el propio *Diccionario de Autoridades*, 1729, como ilustra la siguiente tabla:

Tabla 6				
LEMA DLE 2014	LEMA DRAE 2001	LEMA DRAE 1992	LEMA DRAE 1984	LEMA DRAE 1970
concupino, na	concupina	concupina	concupina	concupina
LEMA DRAE 1956	LEMA DRAE 1947	LEMA DRAE [1936] 1939	LEMA DRAE 1936	LEMA DRAE 1925
concupina	concupina	concupina	concupina	concupina
LEMA DRAE 1914	LEMA DRAE 1899	LEMA DRAE 1884	LEMA DRAE 1869	LEMA DRAE 1852
concupina	concupina	concupina	concupina	concupina
LEMA DRAE 1843	LEMA DRAE 1837	LEMA DRAE 1832	LEMA DRAE 1822	LEMA DRAE 1817
concupina	concupina	concupina	concupina	concupina
LEMA DRAE 1803	LEMA DRAE 1791	LEMA DRAE 1783	LEMA DRAE 1780	LEMA DRAE 1729
concupina	concupina	concupina	concupina	concupina

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 6, la voz *concupino* no se recoge en la obra lexicográfica de la Academia hasta la versión impresa de la 23.ª edición del *Diccionario de la lengua española* (DLE 2014). Con anterioridad, desde su primera aparición en la edición de *Autoridades* 1729 (la 15.ª), la entrada solo contemplaba la forma femenina, lo que ratifica la categorización gramatical que figura en las entradas de *DRAE* 2001 (f.) y *DLE* 2014 (m. y f.).

#### ***Jineteo, ra:***

La comparación de las entradas de *DLE* 2014 y *DRAE* 2001 para *jineteo* ofrece una información similar al caso de *concupino, na*; en esta ocasión, la última edición modifica la redacción además de ampliar la información morfológica de la voz como sustantivo femenino a sustantivo masculino y femenino:

Tabla 7		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b>DLE 2014</b>	jineteo, ra	m. y f. <i>Cuba</i> . Persona que ejerce la prostitución con extranjeros.
<b>DRAE 2001</b>	jinetera	f. <i>Cuba</i> . Prostituta que busca sus clientes entre extranjeros.

Fuente: Elaboración propia.

La consulta de la versión en línea de la última actualización (noviembre 2023) también propone la misma definición que en *DLE* 2014; en este caso ni siquiera se proponen sinónimos o antónimos:

Tabla 8		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b>DLE versión en línea (nov. 2023)</b>	jineteo, ra	m. y f. <i>Cuba</i> . Persona que ejerce la prostitución con extranjeros.

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de *jinetera*, la revisión de la entrada en la lexicografía de la RAE sitúa su primera datación en 2001. No existen registros en ediciones anteriores.

Tabla 9				
LEMA DLE 2014	LEMA DRAE 2001	LEMA DRAE 1992	LEMA DRAE 1984	LEMA DRAE 1970
jinetero, ra	jinetera	-	-	-
LEMA DRAE 1956	LEMA DRAE 1947	LEMA DRAE [1936] 1939	LEMA DRAE 1925	LEMA DRAE 1914
-	-	-	-	-
LEMA DRAE 1899	LEMA DRAE 1884	LEMA DRAE 1869	LEMA DRAE 1852	LEMA DRAE 1843
-	-	-	-	-
LEMA DRAE 1837	LEMA DRAE 1832	LEMA DRAE 1822	LEMA DRAE 1817	
-	-	-	-	-
LEMA DRAE 1791	LEMA DRAE 1783	LEMA DRAE 1780		
-	-	-		

Fuente: Elaboración propia.

**Matrón, na:**

Las entradas de *matrón, na* de DLE 2014 y DRAE 2001 se cotejan en la siguiente tabla:

Tabla 10		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b>DLE 2014</b>	matrón, na	m. y f. 1. Persona especialmente autorizada para asistir a las parturientas. ○ f. 2. En las aduanas y oficinas semejantes, mujer encargada de registrar a las personas de su sexo.    3. Madre de familia.
<b>DRAE 2001</b>	matrona	f. Mujer especialmente autorizada para asistir a las parturientas.    2. En las aduanas y oficinas semejantes, mujer encargada de registrar a las personas de su sexo.    3. Madre de familia, noble y virtuosa.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11			
DLE 2014		DRAE 2001	
entrada	categoría gramatical	entrada	categoría gramatical
matrón, na	m. y f.	matrona	f.

Fuente: Elaboración propia.



En la última actualización del *DLE* en la versión en línea (noviembre 2023) se ofrece la misma definición que en *DLE* 2014 y se añade información sobre voces sinónimas.

Tabla 12		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
<b><i>DLE</i> versión en línea (nov. 2023)</b>	matrón, na	m. y f. 1. Persona especialmente autorizada para asistir a las parturientas. <b>SIN.: matrono, comadrón, partero.</b> f. 2. En las aduanas y oficinas semejantes, mujer encargada de registrar a las personas de su sexo. 3. f. Madre de familia.
Fuente: Elaboración propia.		

La revisión histórica de *matrón, na* en la lexicografía de la Academia sitúa también la primera entrada del femenino *matrona* en el *Diccionario de Autoridades*, 1734; la siguiente tabla recoge esta información:

Tabla 13				
LEMA <i>DLE</i> 2014	LEMA <i>DRAE</i> 2001	LEMA <i>DRAE</i> 1992	LEMA <i>DRAE</i> 1984	LEMA <i>DRAE</i> 1970
matrón, na	matrona	matrona	matrona	matrona
LEMA <i>DRAE</i> 1956	LEMA <i>DRAE</i> 1947	LEMA <i>DRAE</i> [1936] 1939	LEMA <i>DRAE</i> 1936	LEMA <i>DRAE</i> 1925
matrona	matrona	matrona	matrona	matrona
LEMA <i>DRAE</i> 1914	LEMA <i>DRAE</i> 1899	LEMA <i>DRAE</i> 1884	LEMA <i>DRAE</i> 1869	LEMA <i>DRAE</i> 1852
matrona	matrona	matrona	matrona	matrona
LEMA <i>DRAE</i> 1843	LEMA <i>DRAE</i> 1837	LEMA <i>DRAE</i> 1832	LEMA <i>DRAE</i> 1822	LEMA <i>DRAE</i> 1817
matrona	matrona	matrona	matrona	matrona
LEMA <i>DRAE</i> 1803	LEMA <i>DRAE</i> 1791	LEMA <i>DRAE</i> 1783	LEMA <i>DRAE</i> 1780	LEMA <i>DRAE</i> 1734
matrona	matrona	matrona	matrona	matrona
Fuente: Elaboración propia.				

Tabla 14			
<i>DLE</i> 2014		<i>DRAE</i> 2001	
entrada	categoría gramatical	entrada	categoría gramatical
matrón, na	m. y f.	matrona	f.
Fuente: Elaboración propia.			

Tabla 15		
EDICIÓN	LEMA	ACEPCIÓN
DRAE 1734	matrona	<p>MATRONA f. f. La mugér noble y calificada, virtuofa y honrada, que es Madre de familia. Es voz puramente Latina <i>Matrona</i>, ae. YEP. Vid. de Sant. Ter. Lib. I. cap.8. De aquella Santa <i>Matróna</i> Paula eſcribe mi Padre San Gerónimo, que aſi lloraba las culpas ligéras, como ſi fueran graviſimos delitos. ULLOA, Poef. Pl.23.</p> <p><i>Al ſacrificio caſto de ſu vida,</i>  <i>La Matróna conſtante ofrecio ufana</i>  <i>Golpe tan fuerte, que excedió al intento.</i></p> <p>MATRÓN. Se llama tambien la Comadre que partea y aſiſte à las que eſtán de parto. Lat. <i>Obtetrrix</i>, icis. CALD. Com. De una cauſa dos efectos. Jorn. I.</p> <p><i>La vida de mi ſeñora</i>  <i>La Duqueſa, en el peligro</i>  <i>De ſu parto, embarazó</i>  <i>Las Matrónas, que en olvido</i>  <i>puſieron el ſeñalar</i>  <i>el primero.....</i></p>
Fuente: Elaboración propia.		

Se constata, así, que el principal cambio en las definiciones es la sustitución del término *mujer* por el de *persona*, pero no varía el alcance del oficio que, hasta *DLE* 2014, había estado reservado al desempeño femenino.

#### 4. CONCLUSIÓN

Según los datos analizados, la Academia no adoptó la frecuencia del uso como criterio de entrada en la 23.<sup>a</sup> edición del *Diccionario de la lengua española* (*DLE* 2014) de las formas *aeromozo*; *cabinero*, *clistelero*, *concupino*, *endechadero*, *jinetero*, *matrón*, *naipero*, *pajillero*, *tipiador*, *violetero* y *zabarnero*: CORPES XXI no arroja coincidencias suficientes para justificar un uso moderado o frecuente de dichas voces. Con la aplicación de los criterios de fijación lingüística según frecuencia de uso de Alcoba (2007) o Anula (2010) solamente la voz *concupino* podría considerarse consolidada. Para las formas *aeromozo*, *jinetero*, *matrón* o *pajillero* su incorporación es discutible. Para *cabinero*, *clistelero*, *endechadero*, *naipero*, *tipiador*, *violetero* y *zabarnero*, su registro es inexplicable.

Por lo tanto, este trabajo ha permitido demostrar que la Academia no adoptó decisiones estrictamente lingüísticas en la selección de estas voces de su obra lexicográfica (*DLE* 2014), sino que influyeron otros criterios, extralingüísticos, ajenos al uso real de las palabras en las distintas comunidades lingüísticas de habla del español, tanto en España como en América. De ahí que voces como *clistelero* o *endechador* formen hoy parte de su diccionario.

En suma, que esa "corrección política" que lleva a una práctica "tóxica, la de eliminar las palabras o expresiones (...), confiando una prerrogativa abiertamente censorial y represiva a minorías o grupos regidos por estímulos y pulsiones emotivas, y no por la racionalidad" (Villanueva, 2022, p. 121) se ha extendido al diccionario académico, en esta ocasión, en forma de adición de voces que ni son hoy empleadas ni lo han sido en el pasado por los hablantes.

## REFERENCIAS

- Almela, R. (1999). *Procedimientos de formación de palabras en español*. Ariel.
- Anula, A. (2010). Neologismos denotativos de 'golpe' en el español áureo. En R. A. Verdonk y M. J. Mancho (coord.), *Aspectos de la neología en el Siglo de Oro: lengua general y lenguajes especializado* (pp.171-196). Rodopi.
- Azorín, D. (2004). *Los diccionarios del español en su perspectiva histórica*. Publicaciones Universidad de Alicante.
- Lledó, E. (2002). *Ministras, arrieras y azabacheras. De la feminización de tres lemas en el DRAE*. <https://www.eulalialledo.cat/wp-content/uploads/2024/10/EspeculoArrieras.pdf>
- Lledó, E., Calero, M. A., y Forgas, E. (2004). *De mujeres y diccionarios. Evolución de lo femenino en la 22.ª edición del DRAE*. Instituto de la Mujer.
- Mendivil, J. L. (2020). El masculino inclusivo en español. *Revista Española de Lingüística*, 50(1), 35-64.
- Porto, J. A. (2002). *Manual de técnica lexicográfica*. Arco Libros.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.ª ed.). Espasa Calpe.
- Real Academia Española. (2007). Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española. [Versión en línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/nuevo-tesoro-lexicografico-0>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009). *Nueva gramática de la lengua Española*. Espasa.
- Real Academia Española. (2014a). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Espasa Calpe.
- Real Academia Española. (2014b, 16 de octubre). *Diccionario de la lengua Española*. [Dosier de prensa]. [https://www.rae.es/sites/default/files/Dossier\\_Prensa\\_Drae\\_2014\\_5as.pdf](https://www.rae.es/sites/default/files/Dossier_Prensa_Drae_2014_5as.pdf)
- Real Academia Española. (2014c). *Presentación de la obra*. <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>
- Real Academia Española. (2020). *Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas*. [https://www.rae.es/sites/default/files/Informe\\_lenguaje\\_inclusivo.pdf](https://www.rae.es/sites/default/files/Informe_lenguaje_inclusivo.pdf)
- Real Academia Española. (28 de noviembre de 2023). *Los sinónimos y antónimos se incorporan al «Diccionario de la lengua española» en su actualización 23.7*. <https://www.rae.es/noticia/los-sinonimos-y-antonimos-se-incorporan-al-diccionario-de-la-lengua-espanola-en-su>
- Real Academia Española. (s.f.-a). *Cómo se hace el «Diccionario de la lengua española»*. <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/como-se-hace-el-diccionario-de-la-lengua-espanola>
- Real Academia Española. (s.f.-b). CORPES XXI: Corpus del español del siglo XXI. [Versión en línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://www.rae.es/banco-de-datos/corpes-xxi>
- Real Academia Española. (s.f.-c). CORDE: Corpus diacrónico del español. [Versión en línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://www.rae.es/banco-de-datos/corde>

Real Academia Española. (s.f.-d). CREA: Corpus de referencia del español actual. [Versión en línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://www.rae.es/banco-de-datos/crea>

Real Academia Española (s.f.-e). Fichero General de la Lengua Española. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de <https://apps2.rae.es/fichero.html>

Roca, I. M. (2013). El doblete de género: Más que inútil, contraproducente. *Español Actual* (99), 129-148.

Rodríguez, S. (2016). *Introducción a la lexicografía*. Síntesis.

Villanueva, D. (2022). *Morderse la lengua. Corrección política y posverdad* (2ª ed.). Espasa.



Revista de Comunicación Digital

# Populist communication and misinformation as threats to democracy and journalism in the Global South

## La comunicación populista y la desinformación como amenazas a la democracia y al periodismo en el Sur Global

 **Danilo Rothberg**  
danilo.rothberg@unesp.br  
São Paulo State University (Brasil)

 **Paulo Ferracioli**  
ferracioli.paulo@gmail.com  
University of Bologna (Italy)

### Abstract

Research indicates that populist governments often cultivate antagonistic relationships with journalists. While many studies have explored how populism affects journalistic practices, there has been less focus on how the communication strategies employed by populist governments—particularly the deliberate spread of misinformation—undermine journalism and negatively impact the quality of democracy, especially in regions of the Global South. This article aims to fill that gap by examining how Jair Bolsonaro's populist government in Brazil designed and used various communication tools to challenge the role of journalism in upholding democratic vitality. The methodology involves analyzing specific empirical cases through the lens of existing literature, highlighting how different theoretical frameworks of populism, such as ideology, strategy, and discourse, relate to Bolsonaro's administration. The article investigates the unique characteristics of Bolsonaro's communication methods, which included live streams on social media, spontaneous speeches, selectively granted interviews with allies, and impromptu remarks made in the informal setting of the Alvorada Palace, the official presidential residence. The findings are significant as they enhance our understanding of how government communication under populism can potentially weaken democratic institutions.

### Keywords

Populism, populist communication, misinformation, democracy, journalism.

### Cómo citar este artículo:

Rothberg, D. & Ferracioli, P. (2025) Populist communication and misinformation as threats to democracy and journalism in the Global South. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 50-63. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.325

Recibido: 16/12/2024    Aceptado: 5/6/2025



## Resumen

Las investigaciones académicas indican que los gobiernos populistas a menudo cultivan relaciones antagónicas con los periodistas. Aunque numerosos estudios han explorado cómo el populismo afecta las prácticas periodísticas, se ha prestado menos atención a cómo las estrategias de comunicación empleadas por los gobiernos populistas—particularmente la difusión deliberada de desinformación—minan el periodismo y afectan negativamente la calidad de la democracia, especialmente en las regiones del Sur Global. Este artículo busca llenar esa brecha al examinar cómo el gobierno populista de Jair Bolsonaro en Brasil diseñó y utilizó diversas herramientas de comunicación para desafiar el papel del periodismo en el fortalecimiento de la vitalidad democrática. La metodología empleada analiza casos empíricos específicos a través del marco de la literatura existente, destacando cómo diferentes enfoques teóricos del populismo, como ideología, estrategia y discurso, se relacionan con la administración de Bolsonaro. El artículo investiga las características únicas de los métodos de comunicación de Bolsonaro, que incluyen transmisiones en vivo en redes sociales, discursos espontáneos, entrevistas selectivas concedidas a aliados y declaraciones informales realizadas en el entorno del Palacio de la Alvorada, la residencia oficial del presidente. Los hallazgos son significativos, ya que profundizan nuestra comprensión de cómo la comunicación gubernamental bajo el populismo puede debilitar potencialmente las instituciones democráticas.

## Palabras clave

Academic dictionary; frequency of use; words list; professions and jobs; censorship and political correctness.

## 1. INTRODUCTION<sup>1</sup>

Literature on populism reveals a lack of consensus regarding its definition. Due to the diversity of concepts aimed at understanding populism, authors such as Engesser, Fawzi, and Larsson (2017), Moffit (2020), and Cassimiro (2021) suggest classifying the various studies into three main axes: populism as an ideology, as a strategy, and as a discourse.

While these different perspectives share similarities—particularly in their emphasis on maintaining a perceived divide between the people and the elite and viewing populism as a characteristic of a political actor—they also exhibit divergences in their analytical approaches. Some scholars focus on identifying central characteristics, such as personalist leadership (Weyland, 2017), while others investigate the consequences of the urgent need to highlight purported crises as opportunities for populism's emergence (Rooduijn, 2014). Additionally, some researchers examine how the exclusion of so-called dangerous others is constructed (Albertazzi & McDonnell, 2008).

Variations in the study of populist leadership communication carry significant implications. The differences in conceptualizations are important because they influence methodological and epistemological analyses of the phenomenon. This includes examining the intersections between populism, attacks on journalists, and spreading misinformation. The government of Jair Bolsonaro (2019-2022) in Brazil serves as a compelling case study to explore these issues. This article aims to clarify how populism shaped both the form and content of Bolsonaro's communication strategies, including misinformation dissemination while attacking news media credibility.

Bolsonaro innovated in his public interactions and systematic attacks on journalism by integrating online and offline methods (Nicoletti & Flores, 2022). He employed populist communication to erode trust in news media, which became the first step in preparing the grounds for encouraging a belief in the misinformation he spread systematically. While this approach is not entirely new,

<sup>1</sup> We thank the São Paulo Research Foundation (FAPESP) for the grants received (2021/07344-3 and 2022/03814-8). All opinions, conclusions, and recommendations included in this material are the authors' responsibility and do not necessarily reflect the opinions of FAPESP. The first author also thanks CNPq for a Productivity Grant (308530/2022-5).

as we will show through the literature, it gained a unique character under Bolsonaro due to the diversity and consistency of his tactics. Moreover, the COVID-19 pandemic allowed Bolsonaro to enhance and broaden his practices.

Research in Brazil demonstrated the populist nature of the Bolsonaro government (Aggio & Castro, 2020; Albuquerque, 2021; Baptista et al., 2022; Luiz, 2020; Lynch & Cassimiro, 2021, 2022; Ricci et al., 2021; Tamaki & Fuks, 2020; Vazquez & Schlegel, 2022). This characterization has been reinforced by the government's actions during the pandemic (Penteado et al., 2022). Key features of this populism include the slogan "my party is the people", an antagonistic stance toward elites, the glorification of the "motherland", and the mobilization of hatred through the planned dissemination of misinformation, framing populist politics as a "cultural war" against the left, which is portrayed as a threat to family and national values (Baptista et al., 2022).

Throughout his term, Bolsonaro introduced several innovative practices compared to his predecessors. Notably, he held weekly live appearances on social media where he interacted with his staff (Moraes & Silva, 2021). There, he discussed current issues in an improvised manner and made provocative statements directed at a variety of opponents, often supported by misinformation that fueled the "Bolsonaro effect"; this effect was seen in behaviors encouraged by the belief in conspiracy theories during COVID-19 pandemic, which was associated to a lower level of compliance with social distancing measures, low vaccination rates and higher death rates in cities more in favor of the former president (Biancovilli et al., 2021; Razafindrakoto et al., 2024).

Another key initiative was his daily engagement with supporters in an improvised area called the *Cercadinho* in front of the Alvorada Palace, the official residence. During these sessions, he greeted his supporters and, at the same time, addressed journalists' questions. However, over time, the treatment of journalists became so demeaning that the news industry collectively decided to suspend their presence in the area (Abreu, 2022).

Furthermore, Bolsonaro's Twitter account became notorious as a platform for spreading hate (Barbosa et al., 2022) and misinformation (Seibt & Dannenberg, 2021). He tended to avoid interviews with media outlets critical of his administration while engaging in lengthy discussions with selected hosts from more sympathetic broadcasters, who often demonstrated a pro-Bolsonaro editorial line despite benefiting from public concessions (Stycer, 2019; Mundim et al., 2022).

The article's methodology involves conducting a literature review and applying it to analyze specific empirical cases. This approach helps us illustrate how different interpretations of populism can sustain an assessment of government communication and its proclivity to spreading misinformation as a potent threat to journalism and democracy. In our review, we focused on the key contributions of prominent authors associated with each perspective, treating populism as an ideology (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2022; Kaltwasser et al., 2017; Mudde, 2004, 2007; Müller, 2016); as a strategy (Jansen, 2011; Roberts, 2003; Weyland, 2001, 2017); and as a discourse (Laclau, 2013; Ostiguy, 2017; Wodak, 2015).

The word "misinformation" encompasses various complexities, resulting in detailed classifications (Chong & Choy, 2020). In this discussion, we will adopt the classification proposed by Wang et al. (2019), using misinformation as an umbrella term that includes all types of false information, regardless of language, purpose, or the ability to identify the intent to deceive.

We aimed to address the following research questions:

R1. *What is the role of misinformation in Bolsonaro's populist communication?*

R2. *How can Bolsonaro's communication strategies be interpreted as attacks on democracy, considering the various (and sometimes conflicting) definitions of populism?*

The article's relevance lies in its contribution to identifying how government communication

under populism can potentially damage democracy. It takes as its object of analysis an empirical reality from the Global South, which is rare in studies on the recent populist waves that have plagued Europe and the Americas. The results illuminate the particularities of contemporary threats to the independent practice of journalism as a support for democracy, focusing on events that had not yet been elucidated from this perspective.

## 2. POPULISM AS IDEOLOGY

Moffitt (2020) emphasizes that populism can be seen as just another “ism” among many other ideologies, such as liberalism and socialism. Its content is not particularly strong. It is “an empty ideology that considers that society is ultimately divided into two homogeneous and antagonistic camps: ‘the pure people’ versus ‘the corrupt elite.’ This ideology argues that politics should be an expression of the general will of the people” (Mudde, 2004, p. 543). It is “a way of perceiving the political world that establishes a morally pure and completely unified people – ultimately fictitious – against elites that are considered corrupt or morally inferior in some other way” (Müller, 2016, p. 19). Within this framework, the antagonistic relationship between the people and the elite drives the quest to restore the people’s sovereignty, which is understood as a cohesive entity whose will can be accurately captured and represented by populists (Abts & Rummens, 2007).

Populism, as an ideology, relies on other ideologies and is part of Freeden’s (2003) framework that distinguishes between thin-centered and thick-centered ideologies. Thin-centered ideologies function as limited political concepts, resulting in reduced analytical power. In contrast, thick-centered ideologies provide a broader perspective on significant issues. Populism is often viewed as an empty ideology. Therefore, studying populist governments or leaders requires examining how effectively they have mobilized other ideologies in their actions, including their communication strategies.

Mudde (2004), Fieschi (2004), and Stanley (2008) converge on the proposal to study thin-centered ideologies that focus on verifying their coexistence with ideologies of other political actors since populism would not appear in isolation. This proposal was criticized by Aslanidis (2016) and Freeden (2017), who pointed out that, from this perspective, populism would be diagnosed as so light that it would not even be thin; that is, it would not have enough internal cohesion to be studied as an ideology in fact, as would, for example, ecology and feminism.

In this context, understanding populism as a thin ideology involves recognizing the presence of other ideologies in Bolsonaro’s communication. Literature has highlighted conservatism, particularly regarding social customs (Almeida, 2019). However, this conservatism was often selective, as Bolsonaro did not advocate for certain freedoms related to the press or the autonomy of science (Lehmann & Zehnter, 2022).

Research on Bolsonaro’s live streaming on social media identified distinct populist traits, especially during the COVID-19 pandemic. Monari et al. (2020) noted three key characteristics: the emphasis on ambiguities surrounding the scientific consensus on how to manage the disease, the overemphasis on personal experiences that fostered scientific denial, and the promotion of individual freedom of choice as a paramount value above all else.

The live streams became a platform for Bolsonaro to mock experts and journalists who were attempting to approach the COVID-19 crisis rationally. He labeled these individuals as part of an elite group that did not truly care about the general population (Monari et al., 2020). By discrediting the disease, he also discredited science, fueled by skepticism toward scientific knowledge and the belief that true understanding comes from religion—traits commonly associated with populism (Staerklé et al., 2022). In this context, the notion of freedom of choice was framed around democratic values such as autonomy and individual freedom, allowing populists to present themselves as champions of democracy.

Bolsonaro’s live streaming on social media primarily deepened the divide between ordinary

citizens, who were often depicted as virtuous supporters of the president, and opposition elites entrenched in academia and the media, whom he accused of pursuing hidden agendas. Bolsonaro considered this confrontational approach necessary because he viewed these elites as illegitimately claiming to be the source of truth, a notion contradicting his populist agenda. This strategy does not tolerate differing opinions and aims to eliminate opposing viewpoints from the discourse (Mede & Schäfer, 2020). By portraying the press as part of this arrogant elite, Bolsonaro's communication strategy may have undermined democracy.

Smith (2020) notes that Bolsonaro's communication strategy consistently portrayed the pandemic not as a health crisis but as a public relations challenge. In this approach, it became essential to project an alternative narrative that the public would accept. He aimed to manipulate voters' emotions and preferences, transforming perceptions of objective facts into personal concerns. This tactic sidelined traditional sources of authority in contemporary society, such as science and mainstream journalism, ultimately undermining their credibility and social acceptance.

### 3. POPULISM AS A STRATEGY

Another interpretation of populism views it not as an ideology but as a strategy, identifying it as a mode of political practice (Jansen, 2011). This perspective suggests that the study of populism does not require researchers to focus on the beliefs that underpin it, which would pertain to its ideological aspect, nor on the rhetoric used, which relates to discourse. Instead, it emphasizes how political actors engage in governance and make authoritarian decisions (Weyland, 2017). Populism is a "political strategy through which a personalist leader seeks or exercises governmental power based on direct, unmediated, and non-institutionalized support from large numbers of followers, most of whom are not organized" (Weyland, 2001, p. 14).

In this perspective, the leader plays a crucial role by employing a populist strategy to wield political power (Weyland, 2017). To connect with a diverse audience, this strategy enables the leader to utilize media channels that bypass traditional industrial journalism, facilitating direct interaction with the public. This approach creates an illusion of authenticity, as the leader appears to be 'opening up' to the people. As a result, all supporters are included in the concept of the 'people,' despite the one-way communication flowing from the leader to the public (Waisbord & Amado, 2017).

One criticism of this approach is that the literature tends to focus primarily on Latin American populism throughout its various waves, such as the cases of Perón and Cárdenas, Menem and Fujimori, and Chávez and Morales (Crouch, 2019). As a result, these analyses may not apply to studying movements or parties that are more prominent in Europe (Moffitt, 2020).

The concept remains relevant for analyzing Bolsonaro's communication, mainly due to his innovative online approach that bypassed journalists who might ask uncomfortable questions. One aspect of this strategy was an improvised area at the Alvorada Palace, known as the Cercadinho do Alvorada, where Bolsonaro directly interacted with his supporters while expressing disdain for reporters (Abreu, 2022). His threats to press freedom were part of a broader strategy to deepen social divisions that were essential for maintaining his populist agenda, ultimately affecting journalism in the country (Marques, 2023).

Brazilian journalists implemented several strategies to combat the attacks initiated by the then-president. They restructured their editorial projects and launched advertising campaigns emphasizing the link between journalism and the public interest. Additionally, they increased the visibility of their news organizations in their coverage, highlighting them as victims of Bolsonaro's assaults. Journalists also leveraged their social media profiles to expose presidential abuses directed at them, marking a significant departure from traditional journalistic values such as impartiality and objectivity (Marques, 2023).

Bolsonaro utilized a network with a broad reach, leveraging other profiles to promote what

has come to be known as Bolsonarism, particularly within the digital landscape (Cesarino, 2019). He explicitly instructed his supporters to stop consuming mainstream news from industrial journalism and to rely solely on his live-streaming sessions on social media for their information (or misinformation). This approach aimed to strengthen his strategy of eliminating intermediaries in his communication with the public (Monari et al., 2020).

Press conferences typically involve interactions with journalists who act as defenders of the public interest. This dynamic is often at odds with the goals of populist leaders (Curcino, 2019). By avoiding such interactions and encouraging the public to dismiss traditional journalism, these leaders explicitly attack democratic institutions like the news media. Consequently, journalism as an institution becomes a target of the head of state's disdain (Kaplan, 2006; Lawrence, 2006). In the case of Bolsonaro and his allies, their attacks extended beyond mere insults directed at individual journalists, which unions have well documented. Their strategy also undermined the influence and credibility of journalistic media (Fenaj, 2023).

Bolsonaro utilized digital communication to create an illusion of spontaneity and intimacy with the public. He employed techniques that mimic amateurism, such as blurred images, sudden camera movements, and fluctuations in audio volume (Curcino, 2019). This aesthetic helped shape his image as the "man of the people," presenting him as someone who shunned elaborate sets, makeup, and filters to reveal his true essence—boldness, courage, and a willingness to challenge the elite. This strategy appeared effective; viewers often failed to recognize that the so-called improvisation was just as carefully crafted as the polished aesthetics of professional journalism (which it was) and that the closeness he projected was a meticulously planned outcome (Carreon & Baronas, 2020).

The scene was meticulously arranged to evoke an impression of improvisation, casualness, and simplicity. Bolsonaro leaned over a table cluttered with a variety of items: ordinary BIC pens, numerous papers, cell phones, handouts, adhesive tape, chargers, glasses, an assortment of magazines, cups, miscellaneous plastic items, an electric racket for swatting mosquitoes, a tennis ball, pliers, a crystal snow globe souvenir, and a can of condensed milk (Curcino, 2019). In addition to these objects, the selection of books is carefully curated to reflect the partisan beliefs and individual ethos of the politician, as well as those of his electorate. Among the titles showcased and discussed were "The Double Life of Fidel Castro: My 17 Years as Personal Bodyguard to El Lider Maximo," in which a soldier recounts his experiences of imprisonment and torture for allegedly falling out of favor with Castro. Another notable book is "In Defense of Socialism: On the Occasion of the 150th Anniversary of the Manifesto," authored by Fernando Haddad, the Workers' Party candidate who lost to Bolsonaro in the 2018 elections, and a professor in the political science department at the distinguished University of São Paulo. Curcino (2019, p. 476) notes that "the tone adopted is one of denunciation, with the book serving as 'proof' of the PT candidate's ties to socialism."

The Bible could not be overlooked, as it was presented as evidence that Bolsonaro and the truth were effectively one and the same. During a live broadcast, it was prominently displayed on the table, its verses cited, and its significance explained: "After all, I took our flag and slogan from what many refer to as the toolbox for mending men and women, which is the Holy Bible. We referred to John 8:32: 'And you shall know the Truth, and the Truth shall set you free'" (Curcino, 2019, p. 482).

In other instances, the live broadcasts helped enhance Bolsonaro's image as a leader with vision and influence. He sometimes repeated widely recognized clichés from Brazilian society, delivered with a moralistic tone, such as, "A good criminal is a dead criminal," "I prefer a prison full of miscreants to a cemetery full of innocents," and "God does not choose the capable, but empowers the chosen" (Curcino, 2019, pp. 473-474).

The approach also facilitated the avoidance of in-depth discussions about public policies. It concentrated on isolated events presented episodically, which was convenient for reinforcing the populist leader's personalist image (Curcino, 2019). Most importantly, this method effectively created short clips that enhanced cross-media visibility, particularly on platforms like WhatsApp

and X (Carreon & Baronas, 2020).

#### 4. POPULISM AS DISCOURSE

Populism can be examined primarily as a form of discourse, as Laclau (2013) has argued. This perspective is supported by authors such as Stavrakakis and Katsambekis (2014), who view populism as a means of constructing identities within the context of power struggles. Aslanidis (2016) concentrated on how discursive framings influence populism, while Bonikowski and Gidron (2016) explored how demands are articulated through discourse.

Laclau (2013) expressed concerns about how the concepts of 'people' and 'elite' are discursively constructed, highlighting the dynamics involved in including and excluding allies and oppositions. However, this discursive pathway could actually benefit political representation, as it may support vectors of political resistance (Mendonça, 2019) or provide a means to address the limitations of contemporary democracies in organizing and expressing dissenting voices (Mouffe, 2018). In the context of populism, Bolsonaro cannot be accurately labeled a populist; the 'people' he references in his discourse is a reductionist and pejorative simulacrum. This representation is far removed from the essential characteristics of populism, which should ideally reflect social segments that have been historically excluded from politics and are now striving to regain their influence over public policy formulation (Parzianello, 2020).

After all, the label "populist" can encompass different levels of meaning. An individual might be labeled as such in one context but not in another (Moffitt, 2020). Critics of this perspective argue that it is too abstract and struggles to provide adequate tools for analyzing specific situations beyond their semantic aspects (Mudde & Kaltwasser, 2012). To address these criticisms, some researchers have developed practical analytical frameworks. For example, Aslanidis (2016) focused on identifying the symbolic frameworks leaders and governments utilize.

Bolsonaro's populism, when studied as a discursive strategy, has proven to be a powerful tool for establishing a connection with his voters. He encourages them to see him as a politician who speaks freely and independently, allowing for interaction through comments and likes. His live streams on social media consistently portray him as the bearer of truth, positioning himself against the mainstream media. This strategy involves several key elements:

- (i) He presents himself as the target of lies and slander, asserting that he is the only one telling the truth.
- (ii) He uses selective data and statistics to substantiate his claims, often spreading misinformation.
- (iii) He implies close relationships with other public figures beyond formal interactions.
- (iv) He repeatedly identifies a common enemy in the left.

These rhetorical strategies aim to undermine the role of the press and establish the populist as the sole relevant voice in communication.

In addition, Carreon and Barronas (2020) argue that populism in this context emerges when Bolsonaro characterizes the opposition as the "other." This characterization reinforces his status as the sole representative of the "people" and legitimizes his actions, which he frames as necessary for saving the "people" from their enemies (Kissas, 2020).

#### 5. CONCLUSIONS

To address R1 (*What is the role of misinformation in Bolsonaro's populist communication?*), we highlight that the persuasive impact of Bolsonaro's frequent live appearances on social media benefited from the spread of misinformation. He skillfully utilized these streams to reinforce his populist stance. This strategy allowed for simplistic confrontations and selective attacks,

enabling him and his followers to focus only on the disputes that interested them. We echo Baldwin-Philippi (2019), who noted that controlled interactivity and the easy dissemination of misinformation motivate populists to engage with these platforms.

Besides, studying populism as a form of communication requires an examination of the spread of misinformation within a broader context rather than focusing solely on descriptive aspects. This phenomenon interacts with various factors, such as users' desires, the unique characteristics of each platform, and the ways political actors engage with these increasingly complex environments. Social media has provided populists with visibility, allowing them to distinguish themselves and gather audiences with shared interests. This dynamic likely expanded the engagement initiated by Bolsonaro, reinforcing the connection between social media, populism, and misinformation (Gerbaudo, 2018).

To address R2 (*How can Bolsonaro's communication strategies be interpreted as attacks on democracy, considering the various and sometimes conflicting definitions of populism?*), we examine how populism—whether viewed as an ideology, strategy, or discourse—has been studied in research areas that enhance our understanding of authoritarian communication. This communication often undermines journalism and democracy through strategies such as spreading misinformation (de Vreese et al., 2018; Guazina, 2021; Ernst et al., 2019; Zuilanello et al., 2018). Our research indicates that Bolsonaro's populist message should not be regarded as an isolated phenomenon. Its content embodies anti-elitism and a façade of connection with the 'people,' while its form utilizes a distinctive style that combines language and rhetorical resources (Bos & Brants, 2014).

In common, the three currents defining populism also maintain that it reveals itself as political communication and not always as an attribute of the political actor, which brings epistemological and methodological implications. The political phenomenon can be understood more clearly when it is seen in its communicative layer (Blassnig et al., 2018). While, in the social sciences, populism is explicitly studied as a matrix for reconfiguring (and sometimes dismantling) public policies (Gomide et al., 2023), it is as communication that the populist attack on journalism and democracy is most clearly evident. The communication toolbox Bolsonaro designed and its appeal for spreading misinformation exemplify such a strategic attack.

In the Global South, the process of political engagement exhibits unique characteristics that recent studies are beginning to highlight, as discussed in this article. In this context, populism—whether understood as an ideology, strategy, or discourse—should be analyzed in relation to the opportunities social media offers for its promotion and reinforcement (Engesser et al., 2017). Social media platforms operate within an economy of limited attention, contributing to bubbles and echo chambers forming. Additionally, these platforms amplify messages that create the illusion of a direct connection with populist leaders, enabling these messages to reach a broad audience, as seen in the case of Bolsonaro.

From a populist ideological perspective, misinformation was employed to simplify complex realities. Bolsonaro framed society as being divided between "the pure people" and "the corrupt elite," a narrative supported by his strategic use of misinformation. This approach perpetuated the us-versus-them storyline, depicting elites—such as scientists, journalists, and political opponents—as self-serving and out of touch with the needs of the public. It was also used to challenge institutional authority and promote alternative "truths", as his communication constructed a fictional homogeneity among "the people", disregarding evidence and factual complexity.

From a populism strategic perspective, misinformation played a key role in Bolsonaro's direct and unmediated communication with his supporters, allowing him to bypass institutional checks and balances. His live streams and social media platforms became primary channels for spreading falsehoods and escaping journalistic scrutiny. Additionally, by encouraging his followers to rely solely on his communication channels, Bolsonaro reduced the influence of traditional democratic institutions, including the media, which are essential for fact-checking and holding leaders accountable.

Under the perspective of discursive populism, Bolsonaro's approach relied heavily on misinformation to reshape societal debates and establish himself as the ultimate authority. By eroding trust in the expertise of scientists, journalists, and other specialists, Bolsonaro leveraged misinformation as a means to challenge institutional arrogance.

From this, we can identify important research directions. The impact of media populism on industrial journalism should raise concerns among researchers. Journalists may unintentionally take on three roles that can be harmful to democracy: they can act as involuntary gatekeepers by opening up space for populist discourse to gain prominence in public debate; interpreters, who are not always well prepared when they evaluate populist attitudes positively or negatively, without adequate basis; and naïve initiators, when they present sectoral demands as 'popular' (Wettstein et al., 2018).

A future research question involves examining how industrial journalism operated in three distinct roles while reporting on Bolsonaro's live streams. Did journalists unintentionally serve as disseminators of the then-president's falsehoods, or did they actively seek critical sources to provide context for his anti-science statements?

Current research indicates that journalism's initial contribution was not particularly positive in Bolsonaro's Brazil. According to Fontes and Marques (2023), major Brazilian newspapers engaged in adversarial coverage of Bolsonaro, focusing on conflicts and amplifying his populist appeal. This editorial strategy, aimed at maintaining credibility, inadvertently projected the populist leader's distortions without adequate criticism or context.

Similar patterns have been observed in other contexts. Benkler et al. (2020) argue that Trump exploited the newsworthiness of presidential statements to disseminate misinformation, knowing that anything a president says is likely to make headlines, thereby giving his lies about electoral fraud a veneer of neutrality. These findings can inform further investigations into the effects of Bolsonaro's live streams, particularly regarding how they may have influenced industrial journalism, which, paradoxically, contributed to increased populist attacks on journalists themselves. There is an opportunity for further research into this issue in countries led by populist leaders.

While populism has been widely studied in the literature, the communication strategies employed by populist leaders, particularly over the past two decades, remain a rich area for investigation. The COVID-19 pandemic has heightened the significance of this research, as populist communication played a role in undermining public perception of the importance of health measures during this time. Future research should focus on preparing for upcoming epidemics and emphasize the importance of strengthening press autonomy and freedom as key factors in enhancing democratic societies' resilience to misinformation in challenging circumstances.

Finally, we acknowledge a limitation in our study design: some argue that social media should not be considered essential for populist communication. Critics note that while populists may prefer social media, politicians across various styles also utilize this platform within hybrid media ecosystems (Chadwick, 2017). Therefore, examining official statements made during public appearances could yield more fruitful insights.

## REFERENCES

- Abreu, T. O. de. (2022). Cercadinho do Alvorada: uma ameaça ao ethos do jornalista e à liberdade de imprensa. *Miguel*, 6(6). <https://doi.org/10.17771/PUCRio.MIGUEL.59455>
- Abts, K., & Rummens, S. (2007). Populism versus Democracy. *Political Studies*, 55(2), 405–424. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2007.00657.x>

- Aggio, C. D. O., & Castro, F. (2020). Meu partido é o povo”: Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. *Comunicação & Sociedade*, 42(2), 429–465. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v42n2p429-465>
- Albertazzi, D., & McDonnell, D. (2008). *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. Palgrave Macmillan.
- Albuquerque, A. de. (2021). Populismo, Elitismo e Democracia. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 12, 17–31. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_12\\_1](https://doi.org/10.14195/2183-6019_12_1)
- Almeida, R. de. (2019). Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. *Novos Estudos - CEBRAP*, 38(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25091/S01013300201900010010>
- Aslanidis, P. (2016). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*, 64(1\_suppl), 88–104. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>
- Baldwin-Philippi, J. (2019). The technological performance of populism. *New Media & Society*, 21(2), 376–397. <https://doi.org/10.1177/1461444818797591>
- Baptista, É. A., Hauber, G., & Orlandini, M. (2022). Despolitização e populismo. *Media & Jornalismo*, 22(40), 105–119. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_40\\_5](https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_5)
- Barbosa, L. M., Machado, D. M., & Resende Miranda, J. I. de. (2022). Presidência virtual: uma análise do discurso político de Jair Bolsonaro no twitter. *Perspectivas Contemporâneas*, 17, 1–20. <https://doi.org/10.54372/pc.2022.v17.3365>
- Benkler, Y., Tilton, C., Etling, B., Roberts, H., Clark, J., Faris, R., Kaiser, J. & Schmitt, C. (2020). Mail-in voter fraud: anatomy of a disinformation campaign. Berkman Center Research Publication, 6.
- Biancovilli, P., Macszin, L., & Jurberg, C. (2021). Misinformation on social networks during the novel coronavirus pandemic: A qualiquantitative case study of Brazil. *BMC Public Health*, 21, 1200. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-11223-2>
- Blassnig, S., Ernst, N., Büchel, F., & Engesser, S. (2018). Populist communication in talk shows and social media. A comparative content analysis in four countries. *Studies in Communication | Media*, 7(3), 338–363. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-3-338>
- Bonikowski, B., & Gidron, N. (2016). The Populist Style in American Politics: Presidential Campaign Discourse, 1952–1996. *Social Forces*, 94(4), 1593–1621. <https://doi.org/10.1093/sf/sov120>
- Bos, L., & Brants, K. (2014). Populist rhetoric in politics and media: A longitudinal study of the Netherlands. *European Journal of Communication*, 29(6), 703–719. <https://doi.org/10.1177/0267323114545709>
- Carreon, R. de O., & Baronas, R. L. (2020). Lives presidenciais: reflexões iniciais sobre o discurso político digital. *Revista Da ABRALIN*, 19(3), 1. <https://doi.org/10.25189/rabralin.v19i3.1731>
- Cassimiro, P. H. P. (2021). Os Usos do Conceito de Populismo no Debate Contemporâneo e Suas Implicações sobre a Interpretação da Democracia. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 35. <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.35.242084>
- Cesarino, L. (2019). Identidade e Representação no Bolsonarismo. *Revista de Antropologia*, 62(3), 530–557. <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232>

- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>
- Chong, M. & Choy, M. (2020). An Empirically Supported Taxonomy of Misinformation. In K. Dalkir & R. Katz (Eds.), *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World* (pp. 117-138). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2543-2.ch005>
- Crouch, C. (2019). 10. Post-Democracy and Populism. *The Political Quarterly*, pp. 90, 124–137. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12575>
- Curcino, L. (2019). “Conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará”: livros na eleição presidencial de Bolsonaro. *Discurso & Sociedad*, 13(3), 468–494.
- de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423–438. <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279–1292. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>
- Ernst, N., Esser, F., Blassnig, S., & Engesser, S. (2019). Favorable Opportunity Structures for Populist Communication: Comparing Different Types of Politicians and Issues in Social Media, Television and the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 24(2), 165–188. <https://doi.org/10.1177/1940161218819430>
- Fenaj (2023). *Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil*. Federação Nacional dos Jornalistas.
- Fieschi, C. (2004). Introduction. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 235–240. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263492>
- Fontes, G. S., & Marques, F. P. J. (2023). Defending democracy or amplifying populism? Journalistic coverage, Twitter, and users' engagement in Bolsonaro's Brazil. *Journalism*, 24(8), 1634-1656. <https://doi.org/10.1177/14648849221075429>
- Freeden, M. (2003). *Ideology: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Freeden, M. (2017). After the Brexit referendum: revisiting populism as an ideology. *Journal of Political Ideologies*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/13569317.2016.1260813>
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745–753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Gomide, A. A., Silva, M. M. S. & Leopoldi, M. A. (2023). Desmonte e reconfiguração de políticas públicas (2016-2022). IPEA. <http://dx.doi.org/10.38116/978-65-5635-049-3>
- Guazina, L. S. (2021). Populismos de direita e autoritarismos. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 12, 49–66. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_12\\_3](https://doi.org/10.14195/2183-6019_12_3)
- Hawkins, K. A., & Rovira Kaltwasser, C. (2022). The Ideational Approach to Populism. *Latin American Research Review*, 52(4), 513–528. <https://doi.org/10.25222/larr.85>
- Jansen, R. S. (2011). Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism. *Sociological Theory*, 29(2), 75–96. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x>
- Kaltwasser, C. R., Taggart, P., Espejo, P. O., & Ostiguy, P. (2017). *Populism* (C. R. Kaltwasser, P.

- Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (eds.); Vol. 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34>
- Kaplan, R. L. (2006). The News About New Institutionalism: Journalism's Ethic of Objectivity and Its Political Origins. *Political Communication*, 23(2), 173–185. <https://doi.org/10.1080/10584600600629737>
- Kissas, A. (2020). Performative and ideological populism: The case of charismatic leaders on Twitter. *Discourse & Society*, 31(3), 268–284. <https://doi.org/10.1177/0957926519889127>
- Laclau, E. (2013). *A Razão populista*. Eduerj.
- Lawrence, R. G. (2006). Seeing the Whole Board: New Institutional Analysis of News Content. *Political Communication*, 23(2), 225–230. <https://doi.org/10.1080/10584600600629851>
- Lehmann, P., & Zehnter, L. (2022). The Self-Proclaimed Defender of Freedom: The AfD and the Pandemic. *Government and Opposition*, 1–19. <https://doi.org/10.1017/gov.2022.5>
- Luiz, T. C. (2020). Populismo e desinformação no contexto da Covid-19. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 11, 57–70. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_11\\_4](https://doi.org/10.14195/2183-6019_11_4)
- Lynch, C., & Cassimiro, P. H. P. (2021). O populismo reacionário no poder: uma radiografia ideológica da presidência Bolsonaro (2018-2021). *Aisthesis Revista Chilena de Investigaciones Estéticas*, 70, 223–249. <https://doi.org/10.7764/Aisth.70.10>
- Lynch, C., & Cassimiro, P. H. P. (2022). *O populismo reacionário: ascensão e legado do bolsonarismo*. Contracorrente.
- Marques, F. P. J. (2023). Populism and Critical Incidents in Journalism: Has Bolsonaro Disrupted the Mainstream Press in Brazil? *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612231153110>
- Mede, N. G., & Schäfer, M. S. (2020). Science-related populism: Conceptualizing populist demands toward science. *Public Understanding of Science*, 29(5), 473–491. <https://doi.org/10.1177/0963662520924259>
- Mendonça, D. De. (2019). DEMOCRATAS TÊM MEDO DO POVO? O populismo como resistência política. *Caderno CRH*, 32(85), 185. <https://doi.org/10.9771/ccrh.v32i85.22403>
- Moffitt, B. (2020). *Populism: key concepts in political theory*. Polity Press.
- Monari, A. C. P., Santos, A., & Sacramento, I. (2020). COVID-19 and (hydroxy)chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro's weekly Facebook live streams. *Journal of Science Communication*, 19(07), A03. <https://doi.org/10.22323/2.19070203>
- Moraes, A. S. de, & Silva, D. P. (2021). A pandemia nas lives semanais: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro. *Topoi (Rio de Janeiro)*, 22(48), 740–762. <https://doi.org/10.1590/2237-101x02204806>
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. Verso.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press.
- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2012). Populism and (liberal) democracy: A framework for analysis. In C. Mudde & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *Populism in Europe and the Americas: Threat or Corrective for Democracy?* Cambridge University Press.

- Müller, J. W. (2016). *What is populism?* University of Pennsylvania Press.
- Mundim, P. S., Gramacho, W., Turgeon, M., & Stabile, M. (2022). Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19. *Opinião Pública*, 28(3), 615–634. <https://doi.org/10.1590/1807-01912022283615>
- Nicoletti, J., & Flores, A. M. M. (2022). Violência contra jornalistas no canal de Jair Bolsonaro no Youtube. *Brazilian Journalism Research*, 18(1), 4–35. <https://doi.org/10.25200/BJR.v18n1.2022.1438>
- Ostiguy, P. (2017). Populism: A socio-cultural approach. In C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford University Press.
- Parzianello, G. L. (2020). O governo Bolsonaro e o populismo contemporâneo: um antagonismo em tela e as contradições de suas proximidades. *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, 12(36), 49–64. [https://doi.org/10.23925/v12n36\\_dossie3](https://doi.org/10.23925/v12n36_dossie3)
- Penteado, C. L. de C., Goya, D. H., Dos Santos, P. D., & Jardim, L. (2022). Populismo, desinformação e Covid-19. *Media & Jornalismo*, 22(40), 239–260. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_40\\_12](https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_12)
- Razafindrakoto, M., Roubaud, F., Castilho, M. R., Pero, V., & Saboia, J. (2024). Investigating the 'Bolsonaro effect' on the spread of the Covid-19 pandemic: An empirical analysis of observational data in Brazil. *Plos One*, 19(4), e0288894. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0288894>
- Ricci, P., Izumi, M., & Moreira, D. (2021). O populismo no Brasil (1985-2019) Um velho conceito a partir de uma nova abordagem. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 36(107). <https://doi.org/10.1590/3610707/2021>
- Roberts, K. M. (2003). Social Correlates of Party System Demise and Populist Resurgence in Venezuela. *Latin American Politics and Society*, 45(03), 35–57. <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2003.tb00249.x>
- Rooduijn, M. (2014). The Nucleus of Populism: In Search of the Lowest Common Denominator. *Government and Opposition*, 49(4), 573–599. <https://doi.org/10.1017/gov.2013.30>
- Seibt, T., & Dannenberg, M. (2021). Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. *Liinc Em Revista*, 17(1), e5687. <https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5687>
- Smith, A. E. (2020). Covid vs. Democracy: Brazil's Populist Playbook. *Journal of Democracy*, 31(4), 76–90. <https://doi.org/10.1353/jod.2020.0057>
- Staerklé, C., Cavallaro, M., Cortijos-Bernabeu, A., & Bonny, S. (2022). Common Sense as a Political Weapon: Populism, Science Skepticism, and Global Crisis-Solving Motivations. *Political Psychology*, 43(5), 913–929. <https://doi.org/10.1111/pops.12823>
- Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, 13(1), 95–110. <https://doi.org/10.1080/13569310701822289>
- Stavrakakis, Y., & Katsambekis, G. (2014). Left-wing populism in the European periphery: the case of SYRIZA. *Journal of Political Ideologies*, 19(2), 119–142. <https://doi.org/10.1080/13569317.2014.909266>
- Stycer, M. (2019, December 3). Bolsonaro deu 13 entrevistas exclusivas à Record e nenhuma à Globo em 2019. UOL. <https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-stycer/2019/12/03/bolsonaro-deu-13-entrevistas-exclusivas-a-record-e-nenhuma-a-globo-em-2019.htm>

- Tamaki, E. R., & Fuks, M. (2020). Populism in Brazil's 2018 general elections: an analysis of Bolsonaro's campaign speeches. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, 109, 103–127. <https://doi.org/10.1590/0102-103127/109>
- Vazquez, D. A., & Schlegel, R. (2022). Covid-19, Fundeb e o populismo do governo Bolsonaro nas relações federativas. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 38. <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2022.38.255785>
- Waisbord, S., & Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1330–1346. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328521>
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on the Spread of Health-Related Misinformation on Social Media. *Social Science & Medicine*, 240, 112552. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>
- Wettstein, M., Esser, F., Schulz, A., Wirz, D. S., & Wirth, W. (2018). News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 476–495. <https://doi.org/10.1177/1940161218785979>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1. <https://doi.org/10.2307/422412>
- Weyland, K. (2017). Populism: A Political-Strategic Approach. In C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*.
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. SAGE.
- Zulianello, M., Albertini, A., & Ceccobelli, D. (2018). A Populist Zeitgeist? The Communication Strategies of Western and Latin American Political Leaders on Facebook. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 439–457. <https://doi.org/10.1177/1940161218783836>



Revista de Comunicación Digital

## El discurso de odio en el ámbito educativo: estrategias docentes frente a la desinformación y la polarización

### Hate Speech in Education: Teaching Strategies Against Disinformation and Polarization

 **José Manuel Corrales Aznar**  
josemanuel.corrales@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

 **Mike Batista Ríos**  
mikbatis@ucm.es  
Universidad Complutense de Madrid

#### Resumen

Este estudio analiza el auge del discurso de odio y la desinformación en el contexto educativo español, centrándose en el impacto de las narrativas de la extrema derecha en la opinión pública y en la dinámica dentro del aula. A través de una revisión bibliográfica y 36 entrevistas en profundidad con personas expertas del ámbito académico, institucional y social, la investigación identifica los principales factores que favorecen la difusión de discursos discriminatorios en la educación. Asimismo, examina las estrategias pedagógicas empleadas para contrarrestarlos. Los resultados evidencian que las plataformas digitales y redes sociales actúan como canales prioritarios para la propagación de bulos y contenidos polarizantes, dirigidos con frecuencia contra colectivos vulnerables como migrantes, mujeres y personas LGTBIQ+. El estudio subraya la necesidad de promover la alfabetización mediática, el pensamiento crítico y prácticas educativas inclusivas para fortalecer la cohesión social y los valores democráticos. También enfatiza la formación docente en competencias digitales y el uso ético de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial. Además, incluyen recomendaciones para promover la cohesión social en el aula.

#### Palabras clave

Discurso de odio; Desinformación; Educación inclusiva; Extrema derecha; Alfabetización mediática.

#### Cómo citar este artículo:

Corrales Aznar, J.M. y Batista Ríos, M. (2025) El discurso de odio en el ámbito educativo: estrategias docentes frente a la desinformación y la polarización. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 64-77. DOI: 10.7203/drddcd.v0i11.324

Recibido: 1/9/2024 Aceptado: 15/6/2025



**Abstract**

This study analyzes the rise of hate speech and disinformation in the Spanish educational context, focusing on the impact of far-right narratives on public opinion and classroom dynamics. Through a literature review and 36 in-depth interviews with experts from academic, institutional, and social fields, the research identifies the main factors that contribute to the spread of discriminatory discourse in education. It also examines the pedagogical strategies employed to counter these narratives. The findings show that digital platforms and social media serve as key channels for the dissemination of fake news and polarizing content, often targeting vulnerable groups such as migrants, women, and LGTBIQ+ individuals. The study highlights the need to promote media literacy, critical thinking, and inclusive educational practices to strengthen social cohesion and democratic values. It also emphasizes the importance of teacher training in digital competencies and the ethical use of emerging technologies such as artificial intelligence. In addition, it offers recommendations to promote social cohesion within the classroom.

**Keywords**

Hate speech; Disinformation; Inclusive education; Far-right; Media literacy.

## 1. INTRODUCCIÓN

En España, en los últimos años, la educación, la migración y los discursos de odio son noticia y aparecen con frecuencia en el debate sociocultural y político. En gran medida, la situación en España replica las tendencias de otros países europeos y se ve marcada por el auge electoral y la influencia de partidos políticos ultraconservadores y ultranacionalistas como Vox. La educación se ha convertido en una cuestión cada vez más confrontativa en España, con posturas ideológicamente polarizadas que discuten las bases de la educación pública. Así la ultraderecha muestra una especial preocupación por lo que percibe y etiqueta como la ideologización del contenido educativo, y bajo la apariencia de proteger la identidad y la cultura españolas, se expresan claras actitudes discriminatorias, raciales y xenófobas (Martínez, 2023).

La ultraderecha promueve un discurso populista, centralista, antielitista, nativista, antifeminista, negacionista del cambio climático y profundamente autoritario (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024). Aborda las migraciones como uno de los temas principales en su retórica política y praxis, e intensifican el rechazo y la hostilidad hacia los migrantes a quienes identifican con el papel de enemigos peligrosos para los ciudadanos españoles, la nación, la cultura e identidad del país. De este modo, a través de discursos identitarios, reaccionarios y simplistas, se intenta crear polos de hostilidad y discriminación entre los españoles y las comunidades de migrantes (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024; Mudde, 2021; Sánchez Muros, 2015). Al limitar la aceptación de inmigrantes solo a aquellos que comparten características culturales similares, refuerzan una división entre “nosotros” y “ellos” que favorece la hostilidad hacia quienes son percibidos como culturalmente diferentes. La manipulación de la opinión pública, la articulación de discursos de odio y la difusión de percepciones sesgadas plantean una amenaza considerable para las democracias y la convivencia (Valverde-Berrocoso *et al.*, 2022).

La ideología nativista busca influir en las políticas públicas, y alimenta actitudes de rechazo y exclusión hacia los inmigrantes, que provocan un clima social hostil al dificultar la integración y la cohesión social. Este fenómeno es particularmente visible en contextos de crisis económica o de cambios sociales abruptos, donde el miedo al “otro” se amplifica y se convierte en un instrumento político. Así el nativismo representa una reacción conservadora frente a la globalización y la diversidad cultural, que se manifiesta en la defensa de una identidad homogénea y en la exclusión de quienes son considerados una amenaza para esa identidad (Delle, 2022).

Las prácticas populistas distorsionan las imágenes y crean desigualdades y contradicciones

sociales, que socavan los fundamentos de una convivencia respetuosa. En este sentido, en una sociedad madura, es fundamental reconocer y prevenir los discursos de odio para defender los valores democráticos y promover una cultura de inclusión y armonía. La educación, en este caso, desempeña un papel central al servir de soporte a la igualdad y la cohesión social en lugar de ser un mero justificante de la intolerancia y los prejuicios. Por lo tanto, es esencial promover una educación que fomente la comprensión mutua y posibilite el diálogo (Corrales y Batista, 2024).

Los discursos de odio constituyen formas de retórica pública que transmiten prejuicios y estereotipos negativos hacia determinados grupos, configurando narrativas y acciones denigratorias y difamatorias. Estas dinámicas generan tensiones entre los derechos de la víctima, como el honor y la dignidad, y los del emisor, como la libertad de expresión, e implican una elevada carga de violencia simbólica que deteriora la convivencia en las sociedades democráticas. La mayoría de las noticias falsas y bulos carecen de una fuente identificable, refuerzan estereotipos negativos y emplean imágenes, principalmente fotografías con texto incrustado. Esto pone de manifiesto la necesidad de fortalecer la verificación de datos y promover la educación mediática como estrategias clave para combatir la desinformación (Moldes y Corrales, 2024; Calderón y Gómez, 2023).

El Consejo de la Unión Europea en sus sesiones del 13 y 14 de mayo de 2024 acordó implementar diversas medidas para impulsar la inteligencia artificial en la educación y en la formación, que combinen la innovación tecnológica con una educación de calidad para todos. La Inteligencia Artificial puede impulsar una nueva orientación en los enfoques y prácticas del aprendizaje permanente, al ofrecer nuevas potencialidades y oportunidades que personalizan el aprendizaje. Se trata de acompañar a los estudiantes, determinar sus itinerarios de aprendizaje y proporcionar entornos interactivos y atractivos que permitan reducir las desigualdades.

Los docentes deben desempeñar un papel fundamental en la utilización de la tecnología de manera beneficiosa para el proceso educativo, para adquirir las competencias y habilidades necesarias que implementan prácticas pedagógicas adecuadas, y promover así un aprendizaje significativo. Además, deben seleccionar y utilizar de manera adecuada los recursos digitales que mejor se adapten a las necesidades y características del alumnado (Calderón y Gómez, 2023).

La tecnología ofrece recursos digitales variados, como vídeos, simulaciones y juegos interactivos, que pueden hacer el contenido más accesible y motivador (Darvin *et al.*, 2020). Además, permite personalizar el aprendizaje según las necesidades de cada estudiante, para favorecer su desarrollo académico. La inteligencia artificial puede ayudar a formar y emancipar a personas con acceso limitado a la educación tradicional, aunque su implementación no debe estar exclusivamente basada en criterios de rentabilidad económica. Se debe evitar la brecha digital entre quienes pueden acceder a herramientas de aprendizaje costosas y quienes no, así como entre aquellos que desarrollan competencias para dominar estas herramientas y los que no. Por eso "la UE y sus Estados miembros deben velar por que se limite este riesgo de discriminación y desigualdad de acceso" a la educación digital (Consejo de la UE, 2024).

La innovación tecnológica puede ayudar a crear ambientes acogedores en el ámbito educativo a través de herramientas en línea que fomenten la colaboración y la comunicación entre estudiantes. Esto potencia el trabajo en equipo, el intercambio de ideas y la discusión de temas sociales. Además, la tecnología permite la realización de proyectos colaborativos a distancia, que enriquece el aprendizaje de los estudiantes de diferentes lugares y culturas.

Sin embargo, el uso de estas nuevas tecnologías se produce en un contexto en que los discursos de odio están en aumento tanto en Europa como en otras partes del mundo, con una creciente ofensiva contra los derechos humanos. La literatura académica destaca que existe una mayor presencia de narrativas polarizadas dirigidas específicamente a jóvenes, con una agenda atractiva que busca movilizarlos y hacerlos partícipes de esta ofensiva discriminatoria (Morán, 2023).

Enfrentar los discursos de odio y promover una educación inclusiva y respetuosa no debe considerarse exclusivamente una cuestión política o institucional, sino una labor del conjunto de la sociedad. Por lo tanto, es responsabilidad de los agentes de la educación (padres, educadores, alumnado, medios de comunicación, entre otros), y de la ciudadanía en general, fomentar la empatía y contribuir a una sociedad más justa y tolerante.

Los objetivos de la investigación son 1) analizar qué factores influyen en la propagación de los discursos desinformativos y de odio de la ultraderecha española en las aulas, 2) detectar cuáles son las estrategias docentes para contrarrestar el discurso de odio y 3) proponer recomendaciones para promover la cohesión social en el aula. El enfoque está en comprender cómo ciertos fundamentos impactan al alumnado e inciden en su rendimiento académico, destacando la importancia de promover un entorno más equitativo y respetuoso, así como la inclusión de la tecnología como aliada en el proceso educativo (Sánchez Muros, 2015).

## 2. METODOLOGÍA

En este artículo, se ha utilizado una metodología cualitativa y etnográfica con el fin de analizar las competencias, metodologías y herramientas para prevenir y afrontar los discursos de odio presentes en la enseñanza en España. Para ello, se ha implementado una revisión de la literatura especializada, incluyendo datos estadísticos relevantes para la investigación.

Se han realizado un total de 36 entrevistas en profundidad semiestructuradas, durante los años 2023 y 2024, que han posibilitado ahondar en la comprensión de las narrativas de odio, los mecanismos de difusión y el impacto de estas prácticas.

**Tabla 1. Distribución de las 36 entrevistas realizadas en el estudio**

Rama de conocimiento	Entrevistas a personas expertas
Investigación universitaria y académica	Entrevistas 1 a 8 (E-1 a E-8)
Personas representativas de organizaciones no gubernamentales	Entrevistas 9 a 14 (E-9 a E-14)
Representación institucional y gestión pública	Entrevistas 15 a 23 (E-15 a E-23)
Personas expertas y técnicas especializadas en educación y migraciones	Entrevistas 24 a 36 (E-24 a E-36)

Fuente: Elaboración propia.

La investigación adopta una perspectiva etnográfica (Escudero, 2023), con una selección de los participantes que siguió criterios plurales de representatividad, incluyendo a gestores públicos, investigadores, académicos universitarios, representantes de organizaciones no gubernamentales, grupos sociales, entidades asociativas y personas expertas especializadas en educación y migraciones. Los participantes fueron seleccionados por su experiencia y reconocimiento en disciplinas clave, con un enfoque plural, transdisciplinar y transversal.

Los datos obtenidos en estas entrevistas ofrecen un enfoque integral y multidimensional, proporcionando una comprensión más profunda y matizada de los discursos de odio y su impacto en el tejido social (Corrales y Batista, 2024). Si bien la muestra utilizada en las entrevistas presenta limitaciones en cuanto a su representatividad estadística, los hallazgos obtenidos proporcionan información valiosa que puede contribuir a la prevención de los discursos de odio (Azqueta y Merino- Arribas, 2022). Estas entrevistas se producen en un contexto histórico mundial, marcado por las guerras en Oriente Próximo y Ucrania, la crisis inflacionaria, el estancamiento económico, y la presencia de fuertes movimientos negacionistas y ultraconservadores (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024).

Desde una perspectiva crítica del discurso, se analizan los procesos sociales complejos asociados a la polarización y los discursos de odio promovidos por la ultraderecha, con especial atención a su impacto en ámbitos clave como la educación y las migraciones. Además, se profundiza en las dinámicas sutiles, los silencios y las respuestas sociales ante comportamientos discriminatorios (Castells, 2006).

### 3. RESULTADOS

Los discursos de odio representan una preocupante realidad que incide en la cohesión social, por lo que resulta esencial investigar y comprender en profundidad estos relatos para abordarlos de manera efectiva. El análisis de su evolución, así como el estudio de las estrategias de comunicación utilizadas y las repercusiones sociales que generan, nos brinda una visión muy completa de sus impactos y nos permite desarrollar medidas adecuadas para contrarrestarlos.

El estudio analiza la presencia de discursos de odio y noticias falsas en el ámbito educativo en un contexto de creciente digitalización. En la actualidad, la expansión de las redes sociales y las plataformas digitales ha facilitado la rápida propagación de este tipo de retóricas polarizantes, que afectan tanto a estudiantes como a docentes. Los resultados muestran que estas dinámicas no solo generan desinformación, sino que también fomentan actitudes discriminatorias y conflictivas dentro de los entornos educativos, que contribuyen a la fragmentación social y a la intolerancia (Valverde-Berrocoso *et al.*, 2022; Romero, 2018). Este artículo constituye la segunda fase de una línea de investigación iniciada en Corrales Aznar & Batista Ríos (2024). Aunque ambos trabajos comparten una parte del corpus original, la presente fase amplía la muestra de entrevistas e incorpora nuevos perfiles de expertos. Además, el enfoque se desplaza de la descripción de los discursos de odio presentes en la ultraderecha española hacia un análisis comparado de narrativas, contra-narrativas y respuestas educativas respaldadas por evidencia empírica, lo que otorga a este artículo un valor añadido y diferenciador. También se subraya la relevancia de integrar intervenciones tecnopedagógicas y colaboraciones comunitarias como estrategias innovadoras para contrarrestar la desinformación y los discursos de odio en el ámbito educativo.

Los discursos de odio y las noticias falsas suelen estar dirigidos contra grupos vulnerables, que exacerba estereotipos y prejuicios. Esto no solo afecta la convivencia en las aulas, sino que también limita la capacidad de los estudiantes para desarrollar un pensamiento crítico y una comprensión matizada de la realidad. La educación, como herramienta clave para contrarrestar estas tendencias, enfrenta el reto de adaptarse a este entorno digital hostil. En este sentido, el estudio propone una serie de herramientas educativas para prevenir y afrontar estas retóricas de polarización. Entre ellas, destaca la alfabetización mediática, que permite a los estudiantes identificar y cuestionar la veracidad de la información que consumen; el fomento de la empatía y la diversidad y la inclusión de debates críticos en el aula, donde se analicen ejemplos reales de bulos y noticias falsas (Martínez, 2023). Además, se subraya la necesidad de formar a los docentes en competencias digitales y en estrategias pedagógicas que promuevan un uso responsable de la tecnología. De esta manera, se busca construir un entorno educativo donde la digitalización no sea un vehículo para la polarización, sino una oportunidad para fortalecer la convivencia y la cohesión social a través de la educación crítica y pluralista (Consejo de la UE, 2024).

#### 3.1. La ultraderecha en España

La ultraderecha en Europa es un movimiento político diverso, que en cada país tiene sus propias particularidades. Sin embargo, estos partidos comparten tres rasgos ideológicos clave: nativismo, populismo y autoritarismo. Según Antón-Mellón y Seijo (2023), el nativismo, se define como la combinación de nacionalismo y xenofobia, y es el rasgo predominante en su identidad. El objetivo principal de estos partidos es establecer una etnocracia, donde la etnia sea la base de la ciudadanía (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024). Aunque el rechazo a los judíos y al islam es relevante en los partidos nativistas, en Europa Occidental el antisemitismo no es una característica común de la ultraderecha. De hecho, muchos de estos partidos consideran

a Israel como un ejemplo de etnocracia y ven a los judíos como aliados estratégicos en la lucha necesaria contra el islam (Mudde, 2021).

La percepción de la diversidad en aspectos como etnia, religión, cultura e idioma suele asociarse con una amenaza para ciertos sectores sociales. En este contexto, el nativismo emerge como una ideología y movimiento político que prioriza los intereses de los nativos o habitantes originales de un país sobre los de los inmigrantes. Los defensores del nativismo promueven políticas que supuestamente buscan proteger a los nativos, y argumentan que la inmigración representa un riesgo para la identidad cultural, la economía y la seguridad del país. Este enfoque se manifiesta tanto en la adopción de leyes restrictivas de inmigración como en actitudes xenófobas y la exclusión social de los inmigrantes (Camargo, 2021).

El nativismo está estrechamente ligado al nacionalismo y se presenta como una reacción ante cambios demográficos, económicos o culturales que son percibidos como una amenaza desestabilizadora. Este temor impulsa una visión de la inmigración como un fenómeno que erosiona los valores tradicionales y los recursos económicos del país receptor. En consecuencia, los nativistas promueven la idea de que la preservación de la identidad nacional y la protección de la estabilidad social dependen de la limitación estricta de la inmigración y la asimilación cultural de los extranjeros (Corrales y Batista, 2024).

La posición de la ultraderecha con respecto a la Unión Europea está estrechamente vinculada a su oposición a la inmigración. A pesar de esta postura, es importante señalar que estos partidos políticos no rechazan completamente a la Unión Europea. No obstante, en su mayoría, la derecha radical populista se caracteriza por su euroescepticismo y aboga por realizar reformas en la UE con el fin de devolver la soberanía nacional a los Estados miembros (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024). Esta actitud crítica hacia la UE comenzó a surgir a partir de 1992, con la implementación del Tratado de Maastricht, y ha ido en aumento en los últimos años, especialmente tras la crisis de los refugiados (Mudde, 2021).

La ultraderecha europea es una ideología que, aunque formalmente acepta la democracia liberal, se puede considerar en la práctica un enemigo interno al erosionar los valores democráticos y los derechos humanos. Se caracteriza por ser nativista, autoritaria, populista, crítica con la Unión Europea, homófoba, machista y negacionista científica. Además, en función del contexto social y cultural del país en el que se encuentran, adoptan posturas más o menos agresivas respecto a estas características distintivas. Dentro de estas formaciones ultra, existen notables diferencias, en el ámbito económico y social, con algunas que siguen una línea neoliberal y otras con una tendencia similar a la "izquierda económica" con sensibilidad social, pero sin abordar directamente las cuestiones de clase (Dader, 2024).

La lucha contra la inmigración tiene como objetivo implementar una narrativa que asocia estos fenómenos con una amenaza cultural y de seguridad. A diferencia de la extrema derecha tradicional, que vincula de manera inseparable la nación con la etnia y la raza, esta nueva derecha populista enfoca su rechazo hacia la multiculturalidad, y acepta únicamente una inmigración limitada, controlada y de origen culturalmente compatible con la del país receptor (Antón-Mellón y Seijo, 2023).

El islam, de forma muy particular, es retratado como incompatible y contradictorio con los valores occidentales, proyectándose como un blanco constante de estos discursos de polarización. Para los partidos de ultraderecha, la criminalidad, la inseguridad y la pérdida de cohesión social son consecuencias directas de la inmigración masiva, especialmente de origen musulmán. Según esta lógica, el aumento de la delincuencia se asocia directamente con la llegada de inmigrantes, y la solución pasa por poner fin a la inmigración, con un enfoque simplista y reduccionista que ignora factores socioeconómicos complejos y utiliza el miedo como herramienta política (Mudde, 2021).

La derecha radical populista, aunque menos explícita en sus referencias a la raza que la extrema derecha tradicional y clásica, sostiene una visión excluyente que alimenta la xenofobia (Antón-Mellón y Seijo, 2023). Vox es un partido político que destaca por su deseo de ser percibido

como democrático, a pesar de buscar un cambio profundo en la concepción de la democracia en España. Se posiciona en contra del multiculturalismo y sitúa al islam como principal enemigo para la seguridad y la integridad física y económica de los españoles (Pablos, Andaluz y Corrales, 2024). El euroescepticismo tiene su máxima expresión en un discurso antielitista y antimulticulturalista que, a través de una narrativa populista, establece una dicotomía entre los inmigrantes y los españoles, al presentar a los primeros como enemigos y al poner el énfasis en que la convivencia entre “españoles” e inmigrantes es imposible (Camargo, 2021).

Vox utiliza la desinformación como estrategia narrativa que promueve el negacionismo científico (Corrales, 2024), e implementado una degradación sentimentaloides y populista de la comunicación política contemporánea (Dader, 2024). La irrupción de Vox en el parlamento andaluz el 2 de diciembre de 2018 marcó el fin de la llamada excepción ibérica, que supone un hito en el auge de la corriente de la “derecha radical populista” en España, que de forma reiterada recurre a la desinformación (Romero, 2018).

### 3.2. Retóricas de la desinformación en la educación

La ultraderecha al promover el miedo y su agenda ultranacionalista en asuntos como la educación y las migraciones desea generar un clima propicio a sus postulados. Según los expertos entrevistados, estos temas utilizados en ocasiones de una forma frívola se han convertido en pilares del discurso político de la derecha radical populista, que promueve la polarización y la confrontación social. Al acusar de “ideologización” a los programas educativos, intentan cuestionar los principios normativos establecidos en el artículo 27 de la Constitución Española que señala textualmente que “Todos tienen el derecho a la educación. Se reconoce la libertad de enseñanza. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana en el respeto a los principios democráticos de convivencia y a los derechos y libertades fundamentales”.

Los expertos consultados afirmaron mayoritariamente que el discurso de estigmatización de los migrantes que los presenta como una amenaza peligrosa para la cultura e identidad nacional, refuerza la narrativa xenófoba y alimenta la discriminación hacia estas comunidades. Por eso es fundamental analizar de forma preventiva estos discursos para proteger los valores democráticos, fomentar la inclusión y promover una convivencia basada en el respeto mutuo y la diversidad. La desinformación es un fenómeno complejo que afecta tanto a emisores como a receptores, quienes, influenciados por prejuicios y sesgos cognitivos, contribuyen a la difusión de narrativas falsas. En la era digital, esta problemática ha intensificado la transición de una “sociedad de la información” a una “sociedad de la desinformación” (Romero, 2018; Castells, 2006).

Según la European Women’s Lobby (2017), las mujeres en todas las latitudes y regiones tienen 27 veces más posibilidades que los hombres de ser acosadas. Así se constata que un 82,61% de las chicas participantes en juegos on line afirmaron haberse visto afectadas por las violencias digitales. La misoginia online está presente en diferentes entornos digitales con daño directo o indirecto de tipo psicológico, profesional, reputacional o físico (Moldes y Corrales, 2024).

La información que se presenta de manera visual, didáctica y participativa, resulta una herramienta práctica muy útil para mejorar la participación de los usuarios, aumentar el compromiso, integrar de forma efectiva a las audiencias más jóvenes, y contrarrestar la desinformación y los bulos (García-Ortega y García-Avilés, 2020). Los recursos que se utilizan de una manera interactiva, como los videojuegos, combinan elementos de comunicación, periodismo y entretenimiento que pueden proporcionar a los usuarios una experiencia educativa y atractiva relacionada con temas de actualidad (Darvin *et al.*, 2020; Barrientos y Caldevilla, 2023; Calderón y Gómez, 2023).

En las entrevistas realizadas a los expertos se observa como la desinformación puede confundir al receptor y llevarlo a creer que “todo es mentira” o que “la verdad es relativa”. Esta estrategia no se debe a simples errores o mentiras evidentes, sino a una planificación deliberada y premeditada. La desinformación busca manipular la percepción de la realidad que mezcla

verdades parciales con falsedades, lo que dificulta discernir la información precisa y fiable. Este fenómeno distorsiona la comprensión de los hechos y mina la confianza en las fuentes de información y en la toma de decisiones informada. Su objetivo es generar incertidumbre y relativismo, para posibilitar que las personas sean más susceptibles a aceptar como verdad lo que encaja con sus prejuicios o intereses (Valverde-Berrocoso *et al.*, 2022; Romero, 2018).

La detección de las falsificaciones, los contenidos mediáticos manipulados mediante IA y la información de salida generada por modelos de IA generativa supone un nuevo reto. La sensibilización de los estudiantes sobre estas cuestiones no se debe limitar a la propaganda o la preservación genérica de los valores democráticos. Es importante constatar que la desinformación o la información errónea en el ámbito digital constituyen un grave obstáculo para el desarrollo de capacidades como el razonamiento analítico, el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el aprendizaje independiente (Consejo de la UE, 2024).

La proliferación de discursos de odio ha adquirido una creciente importancia en el ámbito del debate público y académico. Se pueden identificar diversos tipos de narrativas de odio en la educación y en la sociedad, que abordan temáticas como la LGBTIQ(+)fobia, la discriminación de género, el racismo, el capacitismo, el clasismo, la aporofobia, el edadismo, el adultocentrismo, la gordofobia y la discriminación hacia cuerpos considerados no normativos. Entre los emisores más comunes de estos discursos se encuentran los protagonistas de las redes sociales, como los influencers de Instagram, los YouTubers, los líderes políticos y los medios de comunicación. Resulta especialmente preocupante la normalización progresiva de la violencia y el odio, manifestándose con frecuencia en medios de comunicación, en lugares públicos y cerrados, en conversaciones cotidianas, en entornos educativos y en la música (Izquierdo *et al.*, 2022).

En un estudio realizado en la red social Twitter (actualmente X), con una muestra de 262 mensajes de las 5 cuentas con sesgo extremista y populista en 2020 y 2021, se percibe una narrativa de estigmatización y deshumanización de las personas migrantes. Este análisis desvela cómo el nuevo orden discursivo discriminatorio apela a la visceralidad y la emocionalidad de los destinatarios con el fin de provocar, escandalizar y polarizar, que utiliza los inmigrantes como chivos expiatorios en sus planes (Camargo, 2021).

Otra investigación que analiza el contenido de 161 bulos climáticos, racistas o xenófobos desmentidos en 2020 por medios españoles de verificación, como Maldita.es, Newtral, Efe Verifica y Verificat, reveló tendencias significativas. Estas noticias falsas se difundieron principalmente a través de imágenes y vídeos, que aprovechan su impacto visual. Las estrategias de comunicación más comunes fueron la descontextualización y el engaño, para crear así percepciones falsas. Además, la mayoría de los bulos no identificaron su fuente, fomentaban estereotipos discriminatorios y negativos, y las imágenes, principalmente fotografías, se utilizaron con texto incrustado. Este análisis destaca la importancia de la verificación y la educación mediática para combatir la desinformación (Moldes y Corrales, 2024; Barrientos y Caldevilla, 2023; Calderón y Gómez, 2023; García-Ortega y García-Avilés, 2020).

Las investigaciones en psicología muestran como el efecto de verdad ilusoria provoca que se tienda a otorgar mayor credibilidad a la información que nos es presentada de manera repetida y constante en nuestras vidas. Es decir que, cuando se repite machaconamente un mismo concepto, nuestra mente tiende a aceptarlo como cierto, independientemente de su veracidad real. Por tanto, este efecto de ilusión de verdad es un fenómeno psicológico que puede tener un impacto distorsionante en la percepción de la información que recibimos, lo que subraya la importancia de la educación mediática y la necesidad de abordar críticamente la información que consumimos en un mundo cada vez más saturado de noticias y desinformación (Romero, 2018; Martínez, 2023).

Los expertos entrevistados señalan cómo las acciones discriminatorias y de acoso de género en la educación son fruto de estas retóricas de odio y de "verdad ilusoria" que se plasman en diversas reflexiones y comentarios (Moldes y Corrales, 2024; Corrales y Batista, 2024):

*"Te insultan solo por ser chica y esta toxicidad discriminatoria acaba normalizándose"* (E-11,

representante de ONG).

*“No se reconoce la desigualdad de género, y esto lleva a las chicas a autoaislarse”* (E-7, profesora e investigadora de Universidad).

*“Las situaciones de acoso están vinculadas a prejuicios y discriminaciones que sufren los diferentes”* (E-15, gestor público).

*“El racismo y la xenofobia está a menudo presentes en las comunicaciones y conversaciones cotidianas”* (E-29, experta especializada en educación y migraciones).

En el análisis detallado de las entrevistas realizadas, resulta preciso identificar las palabras más utilizadas, destacadas y reiteradas (Figura 1). Sobresalen, por su centralidad, las palabras *sociedad, desinformación, convivencia, odio, discursos, bulos* y *polarización*, lo que evidencia la preocupación por los efectos de la desinformación y la intensificación de la radicalización ideológica. La reiteración de términos como *ultraderecha, populismos*, y *prejuicios* confirma que la muestra percibe una relación directa entre la polarización política y el deterioro de la convivencia en contextos educativos. Complementariamente, la aparición de términos como *aprendizaje, sistema educativo, herramientas* e *inteligencia artificial* sugiere implementar estrategias formativas y tecnológicas para mitigar riesgos. En síntesis, la nube muestra la tensión entre cohesión y desinformación, subrayando la necesidad de respuestas educativas innovadoras.



Figura 1. Nube de términos más citados en las entrevistas. Fuente: Elaboración propia.

### 3.3. Las herramientas educativas para prevenir y afrontar la desinformación y los discursos de odio

Si se realiza un análisis de las noticias falsas que tienen un impacto en el ámbito educativo se muestra como el texto es el código comunicativo dominante, preferentemente complementado con imágenes. Esto se debe en gran medida a la facilidad de manipulación del texto en comparación con otros formatos. Entre las principales plataformas para la propagación de bulos encontramos a Twitter, Facebook, Instagram y WhatsApps, donde los memes que combinan texto e imagen tienen gran impacto. Se destaca también la presencia de noticias falsas en medios de comunicación confiables y consolidados, lo que sugiere una falta de educación mediática, verificación y rigor periodístico (Corrales y Batista, 2024; Valverde-Berrococo *et al.*, 2022).

Una opinión muy repetida en las entrevistas realizadas es que para frenar la desinformación en la educación se precisa contar con materiales docentes atractivos y visuales para enriquecer

el aprendizaje junto a espacios educativos acogedores que fomenten la colaboración y comunicación. Con el objetivo de mejorar la prevención del extremismo y el negacionismo en la enseñanza (Corrales, 2024), es esencial un papel proactivo de los docentes en el aula tecnológica, el impulso de la motivación y participación de los estudiantes y el acceso a recursos y herramientas digitales sugestivas y enriquecedoras (Azqueta y Merino-Arribas, 2022).

La Inteligencia Artificial puede repercutir positivamente en la expresión y la diversidad educativas y culturales al ofrecer nuevas oportunidades mediante la creación de innovadores tipos de contenidos, experiencias y procesos. Al aprender a partir de enormes cantidades de datos creativos, la inteligencia artificial puede contribuir a crear música, arte, diseño, literatura y producción creativa variada (Consejo de la UE, 2024). El desarrollo de habilidades digitales necesarias para el futuro laboral pasa por garantizar la equidad en el acceso a la tecnología, la integración de esta en el currículo, la formación docente en el uso de herramientas tecnológicas, la selección y evaluación de recursos digitales adecuados y el diseño de actividades y pruebas que promuevan el pensamiento crítico y la creatividad. Estas acciones deben servir para afrontar de una forma más eficiente las situaciones de acoso escolar que se producen en los centros educativos (Calderón y Gómez, 2023; Corrales y Batista, 2024).

La Unión Europea aboga por promover la utilización de datos en todas las prácticas educativas y de formación, y que esa utilización se plasme en las pruebas de evaluación. Se trata además de apoyar el intercambio de datos sobre educación y formación y de información sobre las mejores prácticas entre los Estados miembros y, cuando corresponda, entre los ámbitos públicos y privados. Por ello se propone compartir las pruebas con otros países europeos y facilitar orientación y apoyo para aplicar eficazmente los datos del sector de la educación y la formación, las prácticas con elementos cuantitativos y las metodologías más oportunas. A tal efecto, los Estados miembros, junto con la Comisión Europea en el marco de sus competencias, deberían (Consejo de la UE, 2024):

- a) Reflexionar sobre la integración de requisitos en materia de datos desde el inicio de cualquier política o iniciativa educativa, para maximizar la información sobre la ejecución y utilidad de esta y fomentar la producción de pruebas.
- b) Poner empeño en garantizar que los datos sean localizables, accesibles, interoperables y reutilizables.
- c) Asegurar que la recopilación y el análisis de datos en la educación y la formación presenten un valor añadido acorde con los recursos invertidos.
- d) Reflexionar sobre las posibilidades que ofrece la inteligencia artificial para el tratamiento, el análisis y la utilización de datos, pero que considere también aspectos y criterios de calidad, objetividad y fiabilidad.
- e) Las pruebas pueden proceder de diversas fuentes y adoptar diferentes formas: investigación, evaluación, revisiones sistemáticas, datos cuantitativos y cualitativos validados, experiencia práctica o consensos entre especialistas, etc.

#### **4. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES PARA UNA EDUCACIÓN MÁS INCLUSIVA**

La educación debe desempeñar un papel fundamental en el proceso para promover la igualdad y la cohesión social y así hacer frente a la intolerancia y la discriminación. En este marco, este estudio, aborda la polarización y las narrativas discursivas de odio presentes en la educación, y utiliza una metodología que incluye una amplia revisión de la literatura científica sobre esta temática y entrevistas a expertos en educación, ciencias sociales y políticas (Corrales y Batista, 2024).

En la siguiente tabla de contenidos se sintetizan las principales recomendaciones extraídas de las entrevistas realizadas a los expertos consultados. Se recomienda diversas herramientas

preventivas frente a los discursos y retóricas de odio, presentes en la educación, que pueden tener importantes impactos en el ámbito educativo, y promover situaciones negativas de desinformación, discriminación, polarización y desigualdad.

Tabla 2. Recomendaciones para una educación más inclusiva	
Diagnóstico	Recomendaciones
La IA es un valor añadido en la recopilación y análisis de datos en el campo de la educación y la formación.	La IA podría estimular la reorientación educativa al ofrecer nuevas posibilidades en el aprendizaje personalizado.
El uso poco ético de las redes sociales y las falsas noticias contribuye a la confusión sobre los relatos de odio.	La educación no debe fomentar narrativas de odio sino el diálogo y el respeto a la diversidad poniendo en duda los bulos.
Con el objetivo de cuestionar los derechos humanos, con frecuencia, se considera que el sistema educativo está "ideologizado".	Activar el requerimiento de datos en las iniciativas educativas incentivaría la producción de pruebas basadas en datos y la percepción de objetividad.
Se difunden relatos no veraces que presentan naciones y valores tradicionales en supuesto peligro a causa de colectivos feministas, LGTBIQ+ y la inmigración.	Las pruebas deben partir de diversidad de fuentes y adoptar metodologías de investigación y experiencias prácticas para mejorar la conciencia del alumnado.
Durante la COVID-19 disminuyeron las agresiones, pero aumentó el <i>ciberbullying</i> y el acoso de carácter cultural, racial, aspecto físico y orientación sexual.	El programa PISA debe dar relieve y valorar las capacidades educativas sobre derechos humanos, asuntos globales e interculturales.
Fuente: Elaboración propia.	

Del estudio realizado se extraen las siguientes conclusiones sobre la evolución de los relatos de odio y su impacto en la sociedad y en la educación, teniendo en cuenta los acuerdos del Consejo de la UE (13 y 14 de mayo de 2024) sobre la promoción de políticas y prácticas educativas y de formación configuradas a partir de pruebas, con vistas a su implementación en el Espacio Europeo de Educación:

1. Las herramientas de la Inteligencia Artificial pueden contribuir positivamente a la formación y la emancipación de personas con un acceso limitado a los sistemas tradicionales de educación y formación.
2. La recopilación y el análisis de datos en el sector de la educación presenten un valor añadido, en especial si se aprovechan todas las posibilidades que ofrece la inteligencia artificial para el tratamiento, el análisis y la utilización de datos.
3. Garantizar que los datos utilizados en la educación sean localizables, accesibles, interoperables y reutilizables. Se debe impulsar la integración de requisitos en materia de datos desde el inicio de cualquier política o iniciativa educativa, para maximizar la información y fomentar la producción de pruebas basada en datos.
4. Las pruebas educativas y académicas deben adoptar diferentes formas: investigación, evaluación, revisiones sistemáticas, datos cuantitativos y cualitativos validados, experiencia práctica o consensos entre especialistas, etc. El Programa para la Evaluación Internacional de los Alumnos (PISA) debe valorar de una forma más eficaz las capacidades educativas de reflexionar sobre asuntos globales, interculturales y de interés general.

5. Existen narrativas de odio que estigmatizan a grupos sociales y los presenta como amenazas para la sociedad. La educación debe promover el respeto a la diversidad y el pensamiento crítico mediante el diálogo y el acceso a información veraz.
6. La acusación de "ideologización" por parte de corrientes de ultraderecha contra el sistema educativo busca cuestionar la tolerancia intercultural, los derechos humanos, el respeto a los diferentes y los valores promovidos por la educación en igualdad.
7. Los adolescentes pueden percibir de una forma difusa y distorsionada los relatos de odio y los estereotipos existentes en la sociedad. Las redes sociales sin control ético y las noticias falsas contribuyen a la discriminación y fomentan la polarización.
8. En la pandemia del COVID (2020-2021), se observó un incremento de los casos de ciberbullying. Se reconoce un alto nivel de participación inconsciente y los casos más frecuentes de acoso en el entorno escolar están vinculados al aspecto físico, la diferencia cultural (46,4%), agresiones racistas (26,2%) y la orientación sexual.

A diferencia del estudio de Corrales Aznar y Batista Ríos (2024), centrado en el análisis de los discursos de ultraderecha en contextos educativos, este trabajo incorpora una dimensión innovadora al abordar los sistemas de inteligencia artificial como instrumentos de verificación y mediación pedagógica. Esta integración en la educación fortalece la alfabetización digital crítica y la posiciona como estrategia preventiva frente a la desinformación y los discursos de odio desde etapas escolares tempranas. Asimismo, se propone la configuración de alianzas entre centros educativos, entidades de economía social y plataformas tecnológicas, para una intervención estructural orientada a la mejora de la convivencia escolar mediante prácticas inclusivas, mediación intercultural y reducción de incidentes discriminatorios

Como líneas futuras de investigación, resulta pertinente explorar el auge electoral de la derecha radical populista, culminado en la reelección de Donald Trump el 5 de noviembre de 2024, y su posible influencia en la legitimación de bulos, discursos de odio y dinámicas sistemáticas de desinformación. Resulta igualmente importante examinar, con metodologías empíricas comparadas, el impacto de estos procesos en entornos educativos concretos, así como evaluar la eficacia de las herramientas digitales creadas para detectar, prevenir y mitigar tales prácticas eficazmente.

## REFERENCIAS

- Antón-Mellón, J., y Seijo Boado, I. (2023). La teoría política de la Derecha Radical. *Revista de Estudios Globales. Análisis Histórico y Cambio Social*, 2/2023 (4), 61 – 99. <https://doi.org/10.6018/reg.559591>
- Azqueta, A. y Merino-Arribas, A. (2022). La educación en la prevención del radicalismo: una revisión para Europa. *Revista de Educación*, n. 397 (julio-septiembre 2022), pp. 209-238. Ministerio de Educación y Formación Profesional. Madrid.
- Barrientos-Báez, A. y Caldevilla-Domínguez, D. (2023). Neurocomunicación en videojuegos: llegando a un público sobreestimulado. *Techno Review, International Technology Science and Society Review* 13(4), 1-13. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v13.4809>
- Calderón Gómez, D. y Gómez Miguel, Á. (2023). Desigualdad de género y violencia en los videojuegos: un análisis desde las experiencias videolúdicas de la juventud. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(1). <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i1.648>
- Camargo Fernández, L. (2021): El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los bulos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 63-82. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5866>

- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.
- Consejo de la Unión Europea (2024). *Proyecto de Conclusiones del Consejo sobre la promoción de políticas y prácticas educativas y de formación configuradas a partir de pruebas, con vistas a la realización del Espacio Europeo de Educación*. 13 y 14 de mayo de 2024.
- Consejo de la Unión Europea (2024). *La inteligencia artificial en la educación y la formación: combinar la innovación tecnológica con una educación de calidad para todos. Debate de orientación*. 13 y 14 de mayo de 2024.
- Corrales Aznar, J.M. y Batista Ríos, M. (2024). La educación, la cuestión migratoria y los discursos de odio en la extrema derecha española. *Journal of Supranational Policies of Education*, 1 (19), 50-67. <https://doi.org/10.15366/jospoe2024.19.003>
- Dader García, J.L. (2024). Te odio, te quiero: la degradación sentimental de la comunicación política contemporánea (y un muestrario de evidencias). *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n °28. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 169-198. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.7895>
- Delle Donne, F. (2022). La derecha radical populista. *Astrolabio: revista internacional de filosofía*, 51-60. DOI: <https://raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/402876>
- Darvin, L., Vooris, R. y Mahoney, T. (2020). The playing experiences of sport participants: An analysis of treatment discrimination and hostility in sport environments. *Journal of Athlete Development and Experience*, 2(1,3). <https://doi.org/10.25035/jade.02.01.03>
- European Women's Lobby (2017). *#HerNetHerRights. Mapping the state of online violence against women and girls in Europe*. Bélgica: European Commission (en línea). <https://www.womenlobby.org/Read-and-share-HerNetHerRights-Resource-Pack-Report?lang=en>
- García-Ortega, A. y García-Avilés, J. A. (2020). Uso del diseño lúdico para combatir la desinformación: los newsgames como herramienta para la concienciación sobre los bulos. *Icono 14*, 19(1), 179-204.
- Izquierdo Montero, A., Laforgue Bullido, N., Quirós Guindal, A. y Lorón Díaz, I. (2022). *Adolescentes frente a los discursos de odio: una investigación participativa para identificar escenarios, agentes y estrategias para afrontarlos*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. [https://www.adolescenciayjuventud.org/publicacion/adolescentes\\_discurso\\_odio/](https://www.adolescenciayjuventud.org/publicacion/adolescentes_discurso_odio/)
- Martínez Sánchez, J. A. (mayo 2023). Ilusión de la verdad y fake news: Las mentiras repetidas de Hitler, Trump, el independentismo catalán y los bulos de la COVID-19. *Revista UNISCI / UNISCI Journal*, (62), 33-60.
- Moldes Farelo, R. y Corrales Aznar, J. M. (2024). Discursos de odio y acoso en línea en videojuegos: Estrategias de resistencia a la diversidad de género y a la diversificación de contenidos. En U. Cuesta Cambra y A. Barrientos-Báez (Coords.), *Neurocomunicación y neuromarketing: nuevos desarrollos y avances en el siglo XXI* (pp. 351-366). Editorial Fragua.
- Morán Faúndes, J. M. (2023). ¿Cómo cautiva a la juventud el neoconservadurismo? Rebeldía, formación e influencers de extrema derecha en Latinoamérica. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 9.
- Mudde, C. (2021). La ultraderecha hoy. *España: Estado y Sociedad*
- Pablos Romero, C., Andaluz Antón, L. y Corrales Aznar, J. M. (2024). La derecha radical populista en España (2019-2024): estudio de caso del discurso de Vox [The Populist

Radical Right in Spain (2019 -2024): Case Study of Vox's Discourse]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-22. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1097>

Romero, L. (2018). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformation. *Correspondencias & Análisis*, 3, 319–342. <https://zenodo.org/record/1412183>

Sánchez-Muros Lozano, P. S. (2015). Minoría gitana y prejuicio étnico en la preadolescencia: procesos de exclusión e inclusión en el ámbito escolar. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, vol. 8, n. 3, pp. 396-408. <https://ojs.uv.es/index.php/RASE/article/view/8392/7985>

Valverde-Berrocoso, J., González, A., & Acevedo, J. (2022). Disinformation and multiliteracy: A systematic review of the literature. *Comunicar*, 30 (70), 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>



Revista de Comunicación Digital

# Alfabetización mediática frente a la desinformación: revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante (2014–2023)

## Media Literacy Against Disinformation: A Review of Educational Initiatives in Spanish-Speaking Higher Education (2014–2023)

 **Belén García-Delgado Giménez**  
belen.garcia-delgado@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

 **Almudena Revilla Guijarro**  
almudena.revilla@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

### Resumen

Este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura académica en español publicada entre 2014 y 2023 sobre alfabetización mediática y desinformación, centrada en el ámbito de la educación superior en Comunicación. El objetivo principal es identificar las iniciativas educativas desarrolladas para combatir la desinformación, clasificándolas en propuestas teóricas, actividades prácticas y estudios basados en encuestas. La metodología empleada consistió en una búsqueda en las bases de datos Dialnet, Scopus y Web of Science, utilizando palabras clave como "desinformación" y "alfabetización mediática". Se aplicaron filtros temáticos, lingüísticos y de disciplina, resultando en un corpus final de 40 artículos. Los resultados revelan un incremento significativo del interés investigativo a partir de la pandemia de COVID-19. De los 40 artículos, 16 presentaron propuestas curriculares, 11 describieron actividades prácticas (como *fact-checking*, talleres o análisis de bots) y 13 se basaron en encuestas a estudiantes, docentes o periodistas. La mayoría fueron publicados en revistas de alto impacto (cuartiles 1 y 2). La investigación concluye que, aunque la producción científica sobre el tema aún es limitada, las iniciativas analizadas son relevantes y muestran una clara evolución hacia una educación crítica, digital y ética frente a la desinformación.

### Palabras clave

Desinformación, alfabetización mediática, Comunicación, Periodismo, revisión sistemática, 2014-2023, español.

### Cómo citar este artículo:

García-Delgado Giménez, B. y Revilla Guijarro, A. (2025) Alfabetización mediática frente a la desinformación: revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante (2014–2023). *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 78-99. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.313

Recibido: 21/10/2024    Aceptado: 28/5/2025



**Abstract**

This article presents a systematic review of academic literature in Spanish published between 2014 and 2023 on media literacy and disinformation, with a focus on higher education in the field of Communication. The main objective is to identify educational initiatives developed to combat disinformation, classifying them into theoretical proposals, practical activities, and survey-based studies. The methodology involved searches in the Dialnet, Scopus, and Web of Science databases using keywords such as “disinformation” and “media literacy.” The search was refined using thematic, linguistic, and disciplinary filters, resulting in a final corpus of 40 articles. The results reveal a significant increase in research interest following the COVID-19 pandemic. Of the 40 articles, 16 presented curricular proposals, 11 described practical activities (such as fact-checking, workshops, or bot analysis), and 13 were based on surveys conducted with students, educators, or journalists. Most of these were published in high-impact journals (quartiles 1 and 2). The study concludes that, although scientific output on the topic remains limited, the initiatives analyzed are relevant and demonstrate a clear progression toward a more critical, digital, and ethical approach to education in the face of disinformation.

**Keywords**

Disinformation, media literacy, Communication, Journalism, systematic review, 2014-2023, Spanish

## 1. INTRODUCCIÓN

En la era actual, la comunicación se enfrenta al desafío de una sobreabundancia informativa que ha incrementado la preocupación por la desinformación de carácter endógeno en el ámbito periodístico (Aguaded y Romero-Rodríguez, 2015), lo que hace aún más necesario promover la alfabetización mediática tanto entre los futuros periodistas como entre la ciudadanía. En este contexto, la proliferación de noticias falsas, la manipulación informativa y la escasa alfabetización mediática se han convertido en un reto prioritario, especialmente para las instituciones de educación superior, en particular aquellas que imparten grados en Comunicación.

En 2016, el Diccionario Oxford eligió «posverdad» como palabra del año; en 2017 fue el turno de «fake news», y en 2018, el protagonismo recayó en «desinformación», ampliando el concepto de noticia falsa para incluir aquellas informaciones descontextualizadas. Este uso terminológico, tanto por parte de los medios como del público, ya alertaba sobre un fenómeno que, aunque presente desde los orígenes de la comunicación humana —como lo son la propaganda y la manipulación—, adquiriría una nueva dimensión. En la actualidad, bajo ciertos discursos populistas, la mentira parece haberse consolidado como parte del mensaje, y una parte de la ciudadanía se muestra persuadida por un relativismo pernicioso, disfrazado de escepticismo (D’Ancona, 2019). Así, la desinformación ha dejado de ser una mera distorsión en el flujo comunicativo para convertirse en una amenaza real a la cohesión social y la seguridad, en una sociedad sobresaturada y sobreexpuesta a datos. Badillo (2019) ya advertía que en Europa el tema ganaba protagonismo desde 2014, aunque fue con la pandemia global cuando su relevancia se hizo evidente: la avalancha de información, los rumores y las teorías conspirativas desataron confusión y ansiedad colectiva —lo que la OMS denominó “infodemia” (OMS, 2020). La difusión de información falsa o engañosa ha demostrado tener un impacto profundo, alterando la percepción de la realidad y afectando la toma de decisiones.

En este contexto, se observa un creciente interés por comprender y contrarrestar los efectos de la desinformación a través de la educación y la formación en competencias mediáticas, especialmente entre quienes serán los futuros profesionales encargados de transmitir información veraz y verificable. El propósito de esta investigación es detectar si los esfuerzos se han reorientado hacia la enseñanza de competencias vinculadas a la desinformación y la alfabetización mediática dirigidas al público general, o si se han concentrado en los niveles de

educación media y superior, así como identificar si ha habido una evolución en estas prácticas desde 2014 hasta la actualidad. Este estudio busca ofrecer una visión global de las iniciativas y estrategias implementadas en el ámbito académico en español para enfrentar los desafíos que plantea la desinformación en el campo de la comunicación y la alfabetización mediática. Una alfabetización que no debe ser solo funcional, sino también crítica y conceptual, capaz de abordar “cómo las estructuras de poder se ven afectadas por las tecnologías basadas en datos y cuáles son las consecuencias para el bienestar económico, social, cultural y político, tanto individual como colectivo, en el contexto de la transformación digital” (Nguyen y Hekman, 2022: 440). Este conocimiento resulta esencial para que los profesionales de la comunicación puedan mitigar su impacto y fomentar una ciudadanía informada y crítica.

## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Un entorno informativo más fiable depende de la responsabilidad de los medios de comunicación y del compromiso de los profesionales del periodismo y la comunicación para combatir la desinformación. Se requieren profesionales capacitados, formados en una redefinición del oficio periodístico adaptada a un contexto en el que la información circula a una velocidad sin precedentes y, en consecuencia, la desinformación también. Esto implica valorar la gestión de la información en un entorno profesional donde el usuario ocupa el centro, y donde los futuros periodistas deberán actuar con conocimiento, libertad, voluntad, responsabilidad y sentido del deber (Pérez Tornero et al., 2018). Estos profesionales se formarán adquiriendo habilidades críticas y éticas que les permitan mantener la integridad y veracidad en sus contenidos, identificar bulos y reconocer fuentes y datos falsos, sin olvidar su rol de orientación hacia un consumo crítico de la información por parte del público. Los periodistas deberán clarificar el tipo de contenido que ofrecen, en un entorno donde cada vez es más difícil para los usuarios distinguir entre información, opinión y entretenimiento.

La desinformación en la era de la posverdad dificulta la convivencia y el desarrollo ciudadano al generar una desconfianza generalizada hacia los medios. Detectar información falsa requiere del uso pleno de herramientas y competencias profesionales que impidan que estas historias lleguen a difundirse. La inmediatez, característica propia de los medios, puede desempeñar un papel devastador si compromete la veracidad. Por ello, la verificación rigurosa y crítica de los contenidos es hoy más necesaria que nunca, ya que es precisamente este proceso el que define la profesionalidad periodística (Kovach y Rosenstiel, 2012).

Medios, profesionales y audiencias deben colaborar para promover una cultura de información verificada, alejada de la presión por ser los primeros en publicar o por caer en coberturas sensacionalistas sin contexto, a menudo alimentadas por las redes sociales. Sin embargo, se observa una pérdida progresiva de confianza en los medios. Según el *Digital News Report España 2023*, desde 2018 la confianza en las noticias ha caído al 44%, coincidiendo con la aparición del término *fake news*. En 2020, solo el 36% de los españoles afirmaba confiar habitualmente en las noticias, cifra que descendió al 33% en 2023, frente a un 40% que decía no confiar en ellas. El informe destaca que, durante el mandato de Donald Trump y a raíz del referéndum ilegal de independencia en Cataluña, surgieron numerosas acusaciones de desinformación desde diferentes sectores políticos. En ese contexto, los partidos más extremos intensificaron sus críticas a los medios, alimentando la polarización social, política e informativa (Vara-Miguel et al., 2023).

Actualmente, la alfabetización informacional juega un papel clave. La American Library Association (ALA) definió por primera vez en 1989 a un usuario alfabetizado como alguien capaz de reconocer cuándo necesita información y con habilidades para localizarla, evaluarla y utilizarla de manera eficaz (ALA, 1989). En 2018, esta definición fue ampliada para incluir distintos contextos, desde el ámbito educativo hasta la vida cotidiana (CILIP, 2018). Con el tiempo, el concepto ha evolucionado hasta incluir también la comprensión del impacto social de la desinformación y la promoción de prácticas informativas responsables.

Por su parte, el término *alfabetización mediática* fue acuñado en 1992 por Aufderheide, quien lo definió como un movimiento destinado a ayudar a interpretar, producir y negociar significados en una cultura de imágenes, palabras y sonidos. En 2007, la Comisión Europea lo definió como la capacidad de acceder, comprender y evaluar críticamente los contenidos de los medios y, a partir de ahí, crear comunicaciones en diversos contextos (Koltay, 2011). El Centro de Alfabetización Mediática amplía este marco, incorporando la participación activa con mensajes en distintos formatos, desde el impreso hasta el digital (Thoman, 2003). Esta evolución responde al auge de los contenidos audiovisuales en prensa, radio y televisión (Carmi et al., 2020).

En este sentido, los jóvenes se identifican como el colectivo más expuesto a la desinformación, debido a su uso intensivo de dispositivos digitales y al consumo frecuente de contenidos procedentes de fuentes poco fiables. Por ello, en los últimos años, la investigación académica ha centrado su atención en esta franja de la población (Salaverría & Cardoso, 2023), convirtiéndose en objeto prioritario de estudio.

En cualquier caso, tanto la alfabetización mediática como la digital ofrecen herramientas clave para afrontar los retos de la información digital y la tecnología. Es esencial comprender el uso y la apropiación de los dispositivos, así como el manejo y la interpretación crítica de los contenidos (Carmi et al., 2020). Esto permite examinar matices y sesgos derivados de la interacción con los medios (Chomintra, 2023). Algunos estudios sugieren, además, que el uso de la tecnología varía en función de factores como la ideología política, la raza o el nivel educativo de los usuarios (Breakstone et al., 2021).

### 3.METODOLOGÍA

La investigación, basada en una revisión sistemática en el contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo, parte de una pregunta central: ¿cómo se proyectan las iniciativas sobre alfabetización mediática ante la desinformación en los estudios publicados en español entre 2014 y 2023? Para dar respuesta a esta cuestión, se establecieron los siguientes objetivos verificables:

- Identificar si los estudios analizados corresponden a propuestas de alfabetización mediática o a actividades con resultados prácticos o estadísticos desarrolladas en centros concretos.
- Evaluar la idoneidad de los resultados obtenidos en dichos estudios y determinar su grado de satisfacción.
- Analizar la influencia de la pandemia de COVID-19 en la expansión de la desinformación en los medios de comunicación, así como su impacto en los resultados o propuestas de las investigaciones.
- Examinar el tipo de publicaciones en las que aparecen estos estudios, considerando el cuartil de las revistas científicas o si se trata de monográficos específicos sobre alfabetización mediática o periodística. La categoría académica de cada publicación permite delimitar el respaldo científico de los trabajos.

Para el análisis se seleccionó como corpus de trabajo un conjunto de artículos científicos publicados entre 2014 y 2023, localizados en tres bases de datos de referencia: Dialnet Plus, Scopus y Web of Science (WOS). Estas fueron elegidas por su amplia cobertura en el ámbito de las Ciencias Sociales y, especialmente, en el área de Comunicación. En el caso de Dialnet Plus, se valoró su enfoque en contenidos en español y su acceso a una variedad de documentos académicos, como revistas, tesis y otros trabajos relevantes.

La búsqueda se realizó utilizando las palabras clave “desinformación” y “alfabetización mediática” en Dialnet, y sus equivalentes en inglés, “disinformation” y “news literacy”, en Scopus y WOS. Además del rango temporal y las palabras clave, se aplicaron otros criterios de inclusión: los textos debían estar redactados en español, pertenecer al área de Ciencias Sociales, y más concretamente al campo de la Comunicación. No se descartaron los textos por no estar completos en la base de datos o por estar disponibles solo en formato de resumen. El resultado inicial arrojó un total de 54 artículos en Dialnet, 14 en Scopus y 17 en WOS, que cumplieran con los criterios establecidos.

Posteriormente, los artículos fueron descargados en el gestor bibliográfico Zotero para su organización y para eliminar duplicados. A partir de los títulos, se excluyeron aquellos textos que, aunque relacionados temáticamente, abordaban enfoques no vinculados a la comunicación o a la educación superior. Se identificaron 11 duplicados.

Una vez descargados, todos los textos fueron leídos para confirmar su pertinencia con los objetivos del estudio. Se excluyeron 34 artículos adicionales por diferentes motivos: algunos se limitaban a estudios empíricos sin propuestas concretas (6), otros eran exclusivamente teóricos (10), y algunos se centraban en revisiones sistemáticas sin vinculación a actividades educativas (4). También se descartaron trabajos con enfoque en otras nacionalidades fuera del ámbito hispánico (6), textos que no cumplieran con los requisitos formales de un artículo científico, como introducciones, epílogos o cartas institucionales (4), y artículos pertenecientes a otras disciplinas, especialmente del área sanitaria o vinculados a la infodemia durante la pandemia (4).

En el Grafico 1 se puede consultar el flujo de trabajo realizado.



Gráfico 1. Diagrama Prisma con la representación del proceso de búsqueda y recuperación de textos en el período analizado. Fuente: elaboración propia a partir de Page et al. (2021).

Después de la aplicación de los diferentes filtros, se obtuvo un total de 40 publicaciones científicas (ver anexo 1) que habían sido recogidas en 20 revistas académicas diferentes. Los países donde se publicaron las revistas son cuatro: Argentina; España, con una muestra mayoritaria; Perú; y Uruguay. Aunque no siempre coincide con la nacionalidad de los investigadores ni con el análisis de los datos.

<b>Tabla 1. Publicaciones del corpus de trabajo por: título, cuartil y año de publicación</b>						
<b>CUENTA DE AÑO</b>		<b>CUARTIL</b>				
<b>Año</b>	<b>Título de revista</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>2019</b>	Cultura y Educación		1			
	Profesional de la Información		1			
<b>Total 2019</b>			<b>2</b>			
<b>2020</b>	Comunicar		1			
	Icono14			2		
	Prisma Social: revista de investigación social				1	
	Revista internacional de relaciones públicas			1		
<b>Total 2020</b>			<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	
<b>2021</b>	adComunica				1	
	CIC-Cuadernos de información y comunicación			1		
	Revista de Comunicación		1			
	Revista de comunicación de la SEECI			1		
<b>Total 2021</b>			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	
<b>2022</b>	Comunicar		3			
	Espejo de Monografías de Comunicación Social	1				
	Revista de Comunicación		1			
	Vivat Academia			1		
<b>Total 2022</b>		<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>		
<b>2023</b>	adComunica				2	
	Comunicar		1			
	Correspondencias & Análisis					
	Documentación de las ciencias de la información					1
	Espejo de Monografías de Comunicación Social	3				
	Estudios sobre el mensaje periodístico			4		
	Hologramática					
	Icono14			1		
	Informatio: Instituto de Información. Facultad de Información y Comunicación					2
	Profesional de la Información		1			
	RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación				1	
	Revista de Comunicación		1			
Revista latina de comunicación social		1				
Revista Mediterránea Comunicación				2		
<b>Total 2023</b>		<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Total general</b>		<b>4</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>3</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Clasificación de las publicaciones en las que se incluyen los textos recuperados por año, título y cuartil en SCOPUS, Dialnet plus y WOS.

Como se puede ver en la tabla 1, las publicaciones repetidas son *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación* (n=5), *Estudios sobre el mensaje periodístico* (n=4), *Icono 14* (n=3), *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* (n=3), *Revista de Comunicación* (n=3), *Informatio: Instituto de Información* (n=2), *Revista Mediterránea Comunicación-Journal of Communication* (n=2) y el monográfico "Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital" publicado por *Espejo de Monografías de Comunicación Social* (n=5).

En función del índice de revistas, el año de publicación y el área de conocimiento, los cuartiles, en los que se sitúa una misma revista, pueden variar, por lo que en este estudio se ha optado por seleccionar dos de los índices a los que pertenecen 2 de las bases de datos objeto de análisis: SJR (perteneciente a SCOPUS) y Dialnet *metrics* (de Dialnet). No se han tenido en cuenta los datos de WOS, ya que difieren en gran medida de los de SJR y Dialnet, siendo estos dos últimos más similares en la mayoría de los casos. Además, se ha tomado el índice de impacto del año 2022; en muchos casos no se disponen aún de los datos de 2023. En último lugar, el área de conocimiento de 'comunicación' es del que se han tomado los datos, ya que uno de los objetivos de este trabajo es realizar una revisión sistemática de la literatura en el contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo.

En este sentido se encontraron los siguientes resultados: 4 de los textos no están incluidos en ninguno de los índices anteriormente mencionados: 1 en 2022 y otros 3 en 2023. Eso sí, todos ellos se encuentran en la base de datos de Dialnet, pero no están indexadas en Dialnet *metrics*. Únicamente un total de 3 artículos publicados en 2023 se encuentran situados en el cuartil 4 y 5 en el cuartil 3 (3 de ellos de 2023, 1 de 2021 y otro de 2020). Por tanto, predominan las publicaciones de alto nivel indexadas en el C1: un total de 12, de las cuales 2 son de 2019, 1 de 2020, 1 de 2021, 4 de 2022 y 4 de 2023. Algo similar ocurre con las del C2, ya que se hallan 13 textos: 7 de 2023, 1 de 2022, 2 de 2021 y 3 de 2020. Se puede afirmar, por tanto, que la mayoría de las publicaciones, del total del corpus de textos analizados, se encuentran en los dos primeros cuartiles de los índices objeto de estudio. Esto indica que, a pesar de no ser un amplio número los artículos que versan sobre este tema en particular, los que hay se publican en revistas muy relevantes en el sector.

En su totalidad la categoría a la que pertenecen las revistas analizadas en este estudio es 'Comunicación'. La única excepción es la que lleva el título de *Cultura y educación* que se encuentra clasificada en la categoría de 'Estudios culturales'.

Por otro lado, para poder averiguar el índice de frecuencia de palabras y conceptos presentes en los artículos se hizo uso del programa *Atlas.ti*. Este *software* ofrece la posibilidad de importar los textos desde Zotero para luego analizar el número de veces que se repiten las palabras, y/o conceptos de los mismos, representándolos en nubes de palabras, árboles o tablas. Estos gráficos de co-ocurrencia facilitan el estudio; ayudan a observar la evolución temática que predomina en cada uno de los períodos de tiempo objeto de análisis. Los gráficos producidos son interactivos: al presionar sobre uno de ellos se indica en qué contexto (frase o fragmento del texto) se encuentra cada uno de ellos.

Con el fin de representar gráficamente los documentos analizados, se ha utilizado el programa informático *Research Rabbit*. Este programa hace uso de la inteligencia artificial para presentar un mapa de los artículos. Para ello, ofrece la posibilidad de importar dichos textos a través de Zotero. Una vez hecho esto, se generan representaciones visuales en las que cada uno de los primeros autores, junto al año de publicación, aparecen reflejados en una esfera de color verde. Se representan por tanto los datos externos de los documentos (autor y fecha) (ver Gráfico 2).

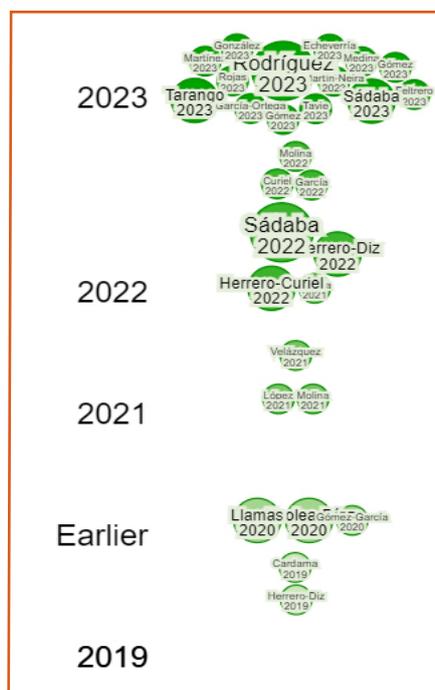


Gráfico 2. Publicaciones analizadas representadas por año y primer autor. Fuente: Elaboración propia.

El tamaño de las esferas dependerá del número de publicaciones que haya firmadas por ese autor en el corpus de textos analizados. La proximidad entre unos círculos y otros significa la conexión que existe entre los firmantes de los artículos. A menor distancia entre los círculos, mayor conexión. Esto indica que la autoría habrá sido compartida.

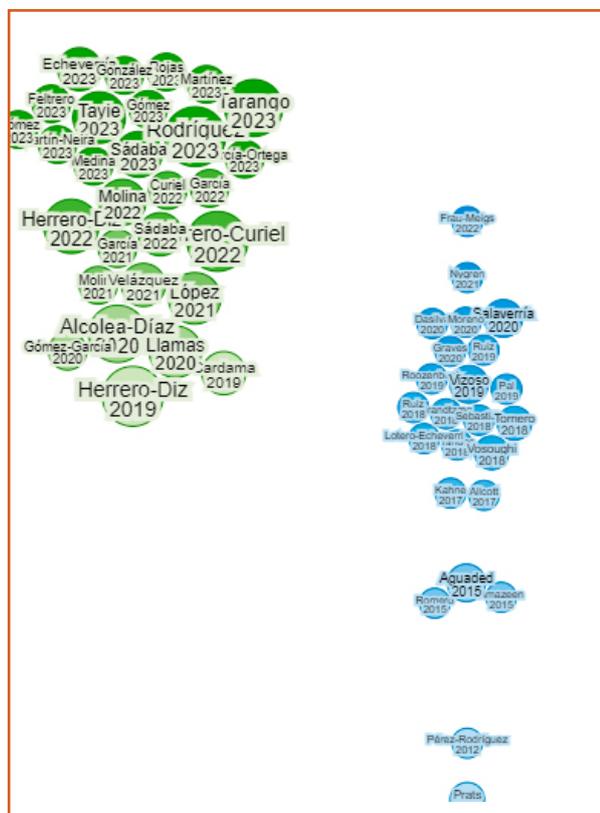


Gráfico 3. Textos analizados en contraposición con los textos relacionados, de temática similar. Fuente: Elaboración propia

Se lleva a cabo una selección previa de los documentos de temática similar no aportados al análisis, sino recuperados a través de la inteligencia artificial (esferas de color azul). Esto ayuda a entender qué textos/publicaciones se han aportado en el presente estudio, con respecto a todos los que puede haber en la red de esta misma temática. En este sentido, se conoce la fuente de información exacta de cada una de las publicaciones incluidas en el estudio, es decir, las bases de datos donde se han recuperado, pero se desconoce la procedencia de aquellas que aparecen en el gráfico disponibles a través de la inteligencia artificial.

Por tanto, con este programa se producirá una imagen visual de los datos externos de los documentos, mientras que en el caso de *Atlas.ti* se hace un análisis de contenido. Ambos programas son complementarios y aportan una visión completa del área de conocimiento analizado.

## 4. ANÁLISIS

Para extraer los datos de los artículos seleccionados (ver anexo 1), se elaboraron fichas mediante la plataforma Zotero para cada uno de ellos, en las que se registraron datos clave como la población objeto de estudio, nacionalidad, universidad, revista y enfoque del estudio (propuesta teórica, actividad práctica o encuesta). En cuanto a la metodología y enfoque, se clasificaron 16 artículos como propuestas curriculares, 11 centrados en actividades y 13 basados en encuestas.

Partiendo de la pregunta de investigación sobre cómo se está alfabetizando en desinformación desde los estudios de comunicación en español entre 2014 y 2023, se analizaron diversos enfoques, metodologías y elementos como términos frecuentes, instituciones de procedencia y revistas de publicación, que facilitaron el desarrollo del análisis.

La desinformación, como tema de interés en comunicación, ha evolucionado en la última década, pasando de un fenómeno marginal a una preocupación central en la esfera pública y política. Este cambio ha estado marcado por factores como la proliferación de redes sociales, la posverdad, y la pandemia de COVID-19. Para este estudio se distinguieron tres etapas: textos publicados antes de la pandemia (2014–2019), durante los años inmediatos posteriores (2020–2022), y en 2023 (sin considerar 2024 por estar en curso).

En 2014, las redes sociales ya actuaban como catalizadoras de la desinformación al facilitar la difusión masiva de contenidos falsos. Sin embargo, en el corpus analizado no se reflejaban propuestas académicas concretas frente a este fenómeno antes de 2019. El término «posverdad» cobró protagonismo en 2016 en contextos como el referéndum del Brexit o las elecciones presidenciales en EE. UU., donde la desinformación fue usada estratégicamente (Broda y Strömbäck, 2024). Aunque surgieron iniciativas como Maldita.es (2018), en las bases de datos revisadas sólo se hallaron dos artículos científicos publicados en 2019 sobre alfabetización mediática ante la desinformación, ambos en universidades españolas y centrados en estudiantes universitarios.

En el gráfico 3 (esferas de color azul) se observa cómo son únicamente 15 los textos publicados antes de 2019 que versan sobre esta temática. Se podría afirmar entonces que el análisis realizado en este trabajo es bastante exhaustivo. Esto se debe a que, tras realizar búsquedas en 3 bases de datos de reconocido prestigio, son únicamente 15 el total de textos recuperados en la red de esta misma temática en un período de 7 años.

Herrero Diz *et al.* (2019) abordan la problemática de la desinformación en internet y la credibilidad de las noticias que se publican en la red desde una investigación aplicada a una muestra de 188 estudiantes universitarios de Educación y de Comunicación en la Universidad Loyola de Andalucía. Los investigadores realizaron una actividad basada en el test CRAAP, que evalúa cinco criterios de la información: la actualidad, la relevancia, la autoridad, la precisión y

el propósito. El estudio confirmó que la credibilidad de una noticia depende significativamente del medio que la difunde y del nivel de formación de los estudiantes por lo que el alumnado de Comunicación demostró tener una mayor capacidad para evaluar críticamente las noticias en comparación con los estudiantes de Educación. Así, el artículo subraya la importancia de la alfabetización mediática como herramienta para combatir la desinformación; que los estudiantes puedan evaluar críticamente la información y protegerse contra las noticias falsas adquiriendo competencias mediáticas que deben integrarse en los planes de estudio y, por tanto, fortalecer la capacidad crítica de los futuros profesionales.

También Martínez-Cardama y Algora-Cancho (2019) subrayan la importancia de la alfabetización mediática y la formación en competencias y recursos educativos para la población universitaria a la hora de detectar y evaluar la información veraz, pero lo hacen analizando el potencial de las bibliotecas universitarias y la colaboración de estas con el profesorado para concienciar sobre las noticias falsas y combatir la desinformación. El artículo explica la actual labor y acciones desarrolladas por las bibliotecas universitarias españolas ante esta cuestión con la ayuda de un cuestionario aplicado a 75 universidades públicas y privadas de España. La respuesta fue del 56% y los resultados manifestaron la preocupación ante la desinformación en la educación superior y cómo las bibliotecas pueden ejercer un papel relevante como agentes en la alfabetización.

Ante estos resultados, se puede entender que, durante los años previos a la pandemia, la desinformación no era un tema tan relevante en la agenda de investigación en español como lo será más adelante. Las prioridades de investigación en comunicación en muchos países de habla hispana se centraban en otros temas, como la digitalización de los medios (Bustamante, 2010; Legerén, 2012, Martín-Guart, 2012; Baiget, 2014) la participación ciudadana en la era digital (Ure, 2010; Parra, 2011; Pedreira, 2013; Sánchez, 2017) y el impacto de las redes sociales en la política y en la sociedad (Mármol, 2010; Urribarri, 2011; Mc Phail, 2013; Tascón, 2013), temas destacados por ser considerados más urgentes, pero también por los que había una mayor probabilidad de recibir financiación por estar más de actualidad en la agenda de preferencias de los investigadores. La desinformación, aunque presente, no había provocado una atención académica significativa en los estudios de comunicación si se atiende a los resultados. Tampoco se puede desechar la idea de que se publicaran artículos científicos sobre desinformación y alfabetización mediática en otros idiomas, principalmente en inglés, porque se diera una mayor relevancia a esa temática que en las revistas en español.

Esta tendencia empieza a cambiar cuando se toma conciencia sobre el impacto de la desinformación, especialmente a raíz de la pandemia de COVID-19 y del fenómeno de la infodemia. La crisis sanitaria global generó una demanda sin precedentes de información, y la incertidumbre y el miedo propiciaron la propagación de rumores y teorías de conspiración que complicaron los esfuerzos para controlar la pandemia desde la comunicación, incluyendo resistencia a las medidas de la salud pública y la vacunación. Esto desde el ámbito de la información sanitaria. De hecho, en 2023 un 64% declara estar preocupado total o parcialmente por la difusión de contenidos falsos por internet, mientras que en 2018 era de un 69%. Por tanto, parece que actualmente la sociedad es más crítica con la información y más capaz de detectar y evitar la desinformación (Vara-Miguel, 2023).

En los estudios sobre comunicación es evidente que la infodemia e infoxicación ha complicado la recepción de información precisa por parte de las audiencias, pero la alfabetización mediática puede ser una solución efectiva y fomentar una ciudadanía más responsable; ayudar a las personas en el manejo de la ingente cantidad de información disponible en la actualidad para saber evaluar las fuentes, verificar la exactitud de los datos proporcionados o incluso comprender cómo los algoritmos pueden influir en la recepción de la información.

Morejón-Llamas (2020) tiene en cuenta precisamente ese entorno de exceso de información, la rapidez de circulación de las noticias, la emocionalidad de los mensajes y la falta de confianza en las instituciones, por lo que en el artículo se subraya la importancia del papel de las instituciones en la lucha contra la desinformación. Teniendo en cuenta una muestra de recursos visuales (20) mediante análisis de contenido y de discurso intenta determinar si las instituciones

siguen eficazmente directivas internacionales sobre alfabetización mediática y concluye que sería necesaria una estrategia coordinada en la que se vieran involucrados los medios, los periodistas, los educadores y los gobiernos para mejorar la aplicación de dichas directrices. También Muñiz y Navazo (2021) atienden en su artículo a recursos visuales, a la desinformación visual (80 ítems), durante la aparición y desarrollo de la pandemia para obtener unas pautas comunes referenciales que pudieran ser extrapolables y evitar la manipulación de la imagen que se daba en ese tiempo. Estos artículos son dos de los seis artículos científicos donde se presentan diferentes propuestas dentro del periodo 2020-22 publicadas por investigadores de universidades españolas: Santiago de Compostela, Cantabria, Sevilla, Salamanca, Universidad Nebrija, Rey Juan Carlos, o las sevillanas Pablo de Olavide y Loyola, como en estos dos casos comentados.

En la propuesta de Alcolea-Díaz *et al.* (2020), de las universidades de Sevilla y Rey Juan Carlos, analizan el currículo de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) del profesorado, elaborado por la UNESCO, que establece la necesidad de la alfabetización mediática en los docentes de Comunicación para la impartición entre sus estudiantes atendiendo especialmente el análisis crítico del contenido y el papel de los medios en democracia, aunque contemplan la insuficiente atención a los medios que se sigue llevando a cabo.

Sixto-García *et al.* (2021) centran su estudio en dos medios nativos digitales de España y Portugal, *eldiario.es* y *Observador*, a través de entrevistas a profesionales de la verificación en estos periódicos y establecen cuáles son los pasos para gestionar la verificación de contenidos generados por los usuarios y cuál es la implicación de las audiencias en la lucha contra la desinformación, crucial para mantener la credibilidad. En el artículo se contempla como una amenaza para el periodismo y la democracia las *fake news* y la desinformación y abogan por una mayor alfabetización mediática y digital proponiendo los modelos DIGCOMP y TPACK.

Dentro de las propuestas, las publicaciones de dos monográficos, el coordinado por García-Ruiz y Pérez-Escoda (2020) y el capítulo 3 de *La alfabetización mediática e informativa en las Facultades de Comunicación en España* de Martín García y Marcos Ramos (2022). En el primer artículo publicado como monográfico se centra en la redefinición de la digitalización y la conectividad sobre las dinámicas sociales y educativas y cómo esa transformación digital se vio acelerada por la pandemia de Covid-19. En el texto se insiste sobre la educación en comunicación para el desarrollo de competencias digitales y transmediáticas y el fomento del pensamiento crítico, sin olvidar que algunas redes sociales (X e Instagram) pueden presentarse como plataformas educativas. Este monográfico propone un enfoque curricular sobre cómo la convergencia entre comunicación y educación puede enfrentar los retos de la desinformación y mejorar la alfabetización mediática en un mundo digital. Martín García y Marcos Ramos (2022) también inciden en el aspecto del pensamiento crítico y, en consecuencia, se plantea como necesario diseñar políticas educativas desde la universidad que contribuyan al desarrollo de una ciudadanía crítica y activa. Gómez-García y Carrillo-Vera (2020), de las universidades de Valladolid e Internacional de Valencia, se adentran en el mundo de los videojuegos y el periodismo a través de los *newsgames*, de su discurso, y la posible vinculación de estos con la desinformación y el impulso para la alfabetización mediática en un género donde su naturaleza lúdica e interactiva puede llevar a oscurecer el propósito informativo. Los juegos digitales utilizados en la práctica explicada en el artículo científico fueron Bad News (DROG, 2017), Fake It To Make It (Amanda Warner, 2017), iReporter (BBC, 2018) y Factitious (Augame Studio, 2017-20). Después de su análisis, de corte cualitativo, los investigadores señalan a los *newsgames* como posibles herramientas de alfabetización mediática.

Se discriminan en este periodo de tiempo (2020-22) también los artículos científicos que explicaban experiencias y actividades en las aulas universitarias. Como en Calvo, Cano-Orón y Esteban Abengozar (2020), que desarrollan una actividad llevada a cabo en el espacio universitario para mejorar la alfabetización mediática y que consistía en la identificación de *bots* sociales en 10 cuentas de Twitter (ahora X) en contextos de desinformación política de casos reales. A los estudiantes se les explicó y se les entregó una serie de recursos para facilitar dicha identificación y respondieron a un cuestionario online cuyo resultado pusieron



En 2023, la desinformación sigue siendo un desafío persistente y complejo sobre el que se presta una mayor atención en su estudio, siendo así el concepto que predomina en este período con una frecuencia de 713 casos. En las investigaciones señalan los esfuerzos significativos para combatir la desinformación, pero también cómo esta sigue evolucionando y adaptándose. Entre esos esfuerzos para afrontar la desinformación, hay algunos de los artículos que apuntan la importancia de la verificación, sea de tipo personal y basada en el pensamiento crítico con la ayuda de alguna herramienta tecnológica básica (Dafonte Gómez, 2023), sea con acciones más específicas de *fact checking* puestas en práctica en medios (Sierra Martínez, 2023) y con un control de experiencias (Tarango y Machin-Mastromatteo, 2023) como las políticas de alfabetización que están desarrollando las plataformas de verificación en España, pero también en Italia y Portugal, o bien la descripción y explicación de 120 *fact checkers*, 120 herramientas y 50 proyectos que aportan el conocimiento de una cartografía mundial (Tejedor Calvo y Sancho-Ligorred, 2023).

Otras propuestas de estudios de 2023 versan sobre la necesidad de establecer unas pautas de alfabetización informacional y mediática (Cabrera Castiglioni *et al.*, 2023) que puedan ser utilizadas por los docentes en las aulas, pero también por los periodistas, convirtiéndose en educadores mediáticos (Marcos Martín-Martín y Palomo, 2023). Así, el concepto de alfabetización mediática se repite en un total de 446 casos en este año. La generación de una alfabetización digital y científica en las audiencias se evidencia en un periodismo especializado como el científico, puesto que muchas veces muestran una escasa cultura sobre ciencia y tecnología y el enfrentarse a las noticias y fuentes veraces se hace más complicado, como señalan Martín-Neira *et al.* con la entrevista a profesionales y especialistas en la materia y con la presentación de un decálogo para facilitar esa educación a los públicos lectores de información científica. Además, hay una propuesta de revisión documental legislativa de informes y textos de la Unión Europea (Sádaba y Salaverría, 2023) en la que se evalúa la relevancia que se concede a la alfabetización mediática para enfrentarse a la desinformación y se concluye apostando por una responsabilización de la ciudadanía siempre contando con políticas activas de alfabetización mediática.

Las actividades que se proponen en los artículos recopilados en 2023 son 8, dirigidas al público general, a la ciudadanía; dentro de la educación reglada a la secundaria y a la educación superior, y, por supuesto, a los profesionales de la información.

Cea *et al.* (2023) utilizan la técnica del encuadre de forma diacrónica (2016-2022) con cinco periódicos de información general para conocer la evolución en la agenda mediática de los bulos y la desinformación. Los resultados del estudio indican una transición hacia una cobertura más interpretativa que contextualiza las informaciones, minimizando así las *fake news* y desmentidos más destacados en los primeros años del corpus analizado.

Dafonte-Gómez (2023) explica las diferentes actividades desarrolladas por estudiantes de Publicidad en el proyecto DIXITAIS de la Universidad de Vigo. Fundamentalmente, la creación de piezas audiovisuales divulgativas sobre la alfabetización mediática y digital con algunos vídeos con más de 60.000 reproducciones que contribuyeron a la concienciación de este tema. También se intenta dar protagonismo al contenido audiovisual con el proyecto "Is this legit?", de García-Ortega (2023), que involucró a estudiantes de secundaria en la visualización y verificación de 37 vídeos virales sobre diversos temas de actualidad. Este estudio concluye que la mayoría de estudiantes se centra en técnicas de verificación como la lectura lateral y la búsqueda inversa de imágenes ante el contenido engañoso, el contenido falso y el contenido fabricado que encontraban en los vídeos.

Feltrero *et al.* (2023) presenta un proyecto educativo europeo llamado YouVerify! que busca fomentar la alfabetización mediática e informacional (AMI) a través de un curso masivo en línea social (sMOOC) titulado "Desinformación Paso a Paso" dirigido a estudiantes y periodistas, mediadores entre las noticias y el público. Que los ciudadanos puedan entender y confirmar la información que consumen como veraz con apoyo de la verificación y la refutación de las noticias. Esa necesidad de incluir la alfabetización mediática como una asignatura obligatoria también

la contemplan Mateus y Gómez Rojas (2023) en las escuelas peruanas, con la involucración de profesores y familias. La actividad que se cuenta en el artículo se desarrolló entre estudiantes de secundaria de una zona desfavorecida de Perú en la que se evaluaban sus capacidades en actualidad, relevancia, autoría, precisión y propósito del texto (CRAAP) de dos noticias, una verdadera y otra falsa, sobre las elecciones presidenciales de Perú de 2021. El estudio de Morejón-Llamas (2023) no es tampoco ajeno a la necesidad urgente de desarrollar competencias mediáticas en los jóvenes, no únicamente adolescentes, para que puedan navegar de manera crítica y segura en el entorno digital actual en este caso con los resultados obtenidos con el análisis de *newsgames* siguiendo un método deductivo para aportar una visión explicativa-descriptiva que escenifique el empleo de la ludificación en el plano de la información y con la atención específica hacia el juego GoViral!, creado contra la desinformación sobre la COVID-19. Destacable es la actividad reseñada en el artículo de Sádaba *et al.* (2023), dirigida a otro tipo de públicos como son los mayores de 50 años, un colectivo considerado más vulnerable. La actividad consistió en evaluar la eficacia de un curso, que se impartió a través de *WhatsApp*, para mejorar las habilidades en la detección de noticias falsas. El curso tuvo una duración de 10 días y la muestra utilizada para tal fin fue de 1.029 individuos donde se utilizó un grupo de control y otro de experimentación. Este último terminó mostrando una mayor seguridad en su capacidad para evaluar la veracidad de las noticias, pero también, en algunos casos, llevó a un efecto de sobreconfianza. Las conclusiones extraídas en el artículo determinan la necesidad de esa formación (alfabetización) con un diseño de cursos asequibles y en unas plataformas adecuadas para una mejor estrategia educativa.

Finalmente, en el corpus de 2023, se encuentran distintos estudios basados en encuestas. Cuestionarios más básicos y otros más cercanos a las entrevistas en profundidad realizadas a los ciudadanos de Argentina (Pino y Arréguez Manozzo), México (Echeverría y Rodríguez Cano) y España (Medina *et al.*) como evaluación de sello de calidad de los medios de comunicación de los diferentes países y su relación con la presencia de informaciones no veraces. La internacionalidad también está presente en Samie-Tayie *et al.* con la colaboración entre profesores de la Universidad Autónoma de Barcelona y una profesora de un centro de educación superior de Egipto (The Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport) a la hora de realizar unas encuestas entre estudiantes de ambas nacionalidades, española y egipcia, sobre el compromiso responsable de los medios de comunicación en la filtración de bulos y desinformación con resultados poco halagüeños en ese aspecto. Los encuestados expresaron una serie de percepciones negativas sobre la eficacia de los medios de comunicación profesionales en el cumplimiento de sus funciones como verificadores, sin embargo, los encuestados sí vieron como positiva la correlación entre alfabetización mediática e identificación de noticias falsas; algo necesario entre la ciudadanía que quiere estar informada.

También en los artículos de 2023 se encuentran encuestas dirigidas a aquellos responsables de la alfabetización de los ciudadanos, como son los profesores universitarios y los implicados en los medios: periodistas, asociaciones de prensa y relaciones públicas. En el caso del estudio de Perdomo *et al.* (2023), con una encuesta realizada a 123 docentes de la universidad peruana, se confirmó que el conocimiento sobre las *fake news* no es suficiente y los docentes, y en consecuencia sus alumnos, son vulnerables ante la desinformación. Los profesores afirmaban ser capaces de identificar noticias falsas, sin embargo, la mayoría no supo definir bien el término *fake news* ni reconocer qué noticias eran verdaderas o falsas en un contexto político, habitual en la información de carácter general. Mientras, en las nueve entrevistas realizadas por Rodríguez-Fernández y Establés (2023), a profesionales de la comunicación, se certificó que se carecía de estrategias capaces de anticipar y neutralizar las desinformaciones que llegan hasta los medios y a los públicos directamente, por lo que, una vez más se demandaban iniciativas de alfabetización mediática para todos, además de una mayor profesionalización en el periodismo donde la verificación y la comprobación de fuentes sea esencial. La verificación en la comprobación de la exactitud de los datos, la corroboración de los hechos y su contextualización y la meticulosidad y responsabilidad del periodista también a la hora de revisar y comprobar las fuentes para que los medios den la calidad que esperan los ciudadanos.



## 5. CONCLUSIONES

La desinformación ha experimentado una evolución significativa en la última década, impulsada por el auge de las redes sociales, la política de la posverdad, la pandemia de COVID-19 y, en los últimos años, los avances tecnológicos derivados de la Inteligencia Artificial (IA). Esta última ha facilitado la creación de contenidos falsificados que resultan cada vez más difíciles de distinguir de la realidad. De hecho, el informe de predicciones de Gartner para 2024 (Gartner, 2023) señala a la IA como una base estratégica de información, pero también como una herramienta que puede facilitar la desinformación, por ejemplo, mediante la generación de *deepfakes*. Sin embargo, a lo largo de este tiempo también se han desarrollado múltiples esfuerzos para contrarrestar este fenómeno.

En este marco, en la presente investigación se planteó cómo abordar el desafío de la desinformación a través de la alfabetización mediática, centrándose en una serie de objetivos clave para ofrecer una visión global de las publicaciones recogidas en Dialnet Plus, Scopus y Web of Science, en el ámbito académico de habla hispana, dentro del contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo, durante el período 2014-2023.

Al revisar estos objetivos, pueden extraerse las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se analizaron los estudios identificándolos según su naturaleza: propuestas teóricas, actividades prácticas o investigaciones basadas en encuestas. De los trabajos revisados, 16 corresponden a propuestas curriculares orientadas a integrar la alfabetización mediática en los planes de estudio, con el propósito de fortalecer el pensamiento crítico de los futuros profesionales de la comunicación y el periodismo. Estas propuestas sugieren incluir asignaturas sobre verificación de noticias, análisis crítico de fuentes o producción de contenidos veraces.

Por otro lado, 11 estudios describen actividades prácticas centradas en el abordaje de las noticias falsas, mientras que 13 se basan en encuestas o análisis estadísticos. En conjunto, estas investigaciones proponen implementar proyectos formativos, fomentar la familiarización con plataformas de verificación, organizar campañas de concienciación y promover talleres o seminarios con expertos. Tanto el enfoque teórico como el práctico evidencian la necesidad de una acción multidimensional que involucre a universidades, medios de comunicación, plataformas tecnológicas, instituciones políticas y a la sociedad en su conjunto.

En segundo lugar, se evaluó la calidad e idoneidad de los resultados obtenidos. La investigación cumple con este objetivo, ya que los artículos analizados fueron publicados mayoritariamente en revistas de alto impacto, ubicadas en los dos primeros cuartiles. Además, el uso de herramientas como *Atlas.ti* y *Research Rabbit* permitió identificar patrones y representar gráficamente las tendencias de los contenidos, lo que enriqueció el análisis. En conjunto, los resultados son satisfactorios, al constatar que los estudios aportan herramientas eficaces para enfrentar la desinformación y mejorar las competencias mediáticas en los entornos educativos.

El tercer objetivo se centró en analizar la evolución de la desinformación a lo largo del tiempo y el impacto de la pandemia. Los resultados muestran un claro aumento de la producción científica a partir de 2020, lo que sugiere que la infodemia asociada al COVID-19 actuó como catalizador para el desarrollo de iniciativas de alfabetización mediática. A partir de ese momento, se observa una mayor preocupación por formar a los usuarios frente a la desinformación mediante actividades concretas. No obstante, antes de 2019 los estudios sobre esta temática eran escasos tanto en las bases de datos analizadas como en el ámbito académico general.

El cuarto objetivo hacía referencia al tipo de publicaciones en las que se incluían los artículos seleccionados. La mayoría de los textos fueron publicados en revistas del ámbito de la Comunicación, principalmente de origen español. De las 20 revistas que conforman el corpus, solo cuatro proceden de Argentina, Perú y Uruguay. Además, algunos números incluían varios

artículos sobre el tema, y cinco de los textos pertenecen a un monográfico especializado.

Respecto al posicionamiento de las revistas en los índices de impacto, 13 artículos se encuentran en revistas del cuartil 2 y 12 en el cuartil 1. Solo tres están en el cuartil 4 y cinco en el cuartil 3. Estos datos refuerzan la conclusión de que la desinformación y la alfabetización mediática son temas de creciente relevancia en la investigación académica, publicándose mayoritariamente en revistas de prestigio. Esto indica que el campo es considerado pertinente y prioritario dentro del ámbito universitario.

## REFERENCIAS

- Aguaded, I., y Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 16(1), 44-57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- American Library Association. (1989). *Presidential committee on information literacy: Final report* [White paper]. <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>
- Badillo, A. (2019, mayo 14). La sociedad de la desinformación: propaganda, 'fake news' y la nueva geopolítica de la información. *Real Instituto Elcano*. <https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-sociedad-de-la-desinformacion-propaganda-fake-news-y-la-nueva-geopolitica-de-la-informacion>
- Baiget, T. (2014). Las revistas científicas ante la digitalización y la globalización. *Revista Española de Drogodependencias*, 1, 5-11.
- Breakstone, J., Smith, M., Wineburg, S., Rapaport, A., Carle, J., Garland, M., y Saavedra, A. (2021). Students' civic online reasoning: A national portrait. *Educational Researcher*, 50(8), 505-515. <https://doi.org/10.3102/0013189X211017495>
- Broda, E., y Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>
- Bustamante Giralt, G., Cobo Barri, E., Gabaldà Azofra, J., Portús i Vinyeta, M. D., y Vives i Gràcia, J. (2010). Políticas del Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat de Catalunya para la digitalización de la cultura. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 24. <https://doi.org/10.1344/105.000001555>
- Carmi, E., Yates, S. J., Lockley, E., y Pawluczuk, A. (2020). Data citizenship: Rethinking data literacy in the age of disinformation, misinformation, and malinformation. *Internet Policy Review*, 9(2). <https://doi.org/10.14763/2020.2.1481>
- Chomintra, M. (2023). Assessing the use of critical literacies in mis/disinformation literacy instruction. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(5). <https://doi.org/10.1016/j.aca-lib.2023.102762>
- CILIP. (2018, April 4). What is information literacy? <https://www.cilip.org.uk/page/information-literacy>

- D'Ancona, M. (2019). *Posverdad. La nueva guerra contra la verdad y cómo combatirla*. Alianza Editorial.
- De Paor, S., y Heravi, B. (2020). Information literacy and fake news: How the field of librarianship can help combat the epidemic of fake news. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102218. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102218>
- Gartner. (2023). *Gartner's top strategic predictions for 2024 and beyond*. <https://www.gartner.com/en/articles/gartner-s-top-strategic-predictions-for-2024-and-beyond>
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo* (A. D. Rodríguez, Trad.). Santillana Ediciones Generales. (Original publicado en 2001)
- Legerén Lago, B. (2012). De Homero a Laidlaw. La digitalización recupera la participación en la obra narrativa. *Icono14*, 10(2), 29–42. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.153>
- Mármol, J. N. (2010). Del rechazo a los medios, al uso de las redes sociales. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 112, 4–9.
- Martín-Guart, R. F. (2012). La digitalización como eje de transformación de las agencias de medios españolas. *Pensar la Publicidad: Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 6(2), 427. [https://doi.org/10.5209/rev\\_PEP.2012.v6.n2.41243](https://doi.org/10.5209/rev_PEP.2012.v6.n2.41243)
- Mc Phail Fanger, E. (2013). El debate sobre medios, redes sociales y democracia. *Razón y Palabra*, 85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5181513>
- Nguyen, D., y Hekman, E. (2022). The news framing of artificial intelligence: A critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa*. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... y Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *The BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Parra Orozco, J. D. (2011). Narrativas del periodismo ciudadano: Espacios informativos etiquetados como periodismo ciudadano. *Revista Luciérnaga - Comunicación*, 3(6), 23–27. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/274>
- Pedreira Souto, E. (2013). Periodismo ciudadano: Entre la profesionalidad y la participación. *Comunicación y Hombre: Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 9, 21–22. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2013.9.418.21-22>

- Pérez Tornero, J. M., Samy Tayie, S., Tejedor, S., y Pulido, C. (2018). ¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión. *Doxa Comunicación*, 26, 211–235. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n26a10>
- Salaverría, R., y Cardoso, G. (2023). Futuro de los estudios sobre desinformación: Campos de investigación emergentes. *Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.25>
- Sánchez Guijaldo Pintor, M. P. (2017). "Periodismo ciudadano", ¿un nuevo fenómeno de periodismo? *Documentación de las Ciencias de la Información*, 40, 31–54. <https://doi.org/10.5209/DCIN.57161>
- Tascón, M., y Quintana, Y. (2013). Los medios ausentes: Redes sociales, Internet, medios de comunicación y activismo. *Temas para el Debate*, 228, 34–36.
- Thoman, E., y Jolls, T. (2003). *Literacy for the 21st Century: An overview & orientation guide to media literacy education*. Center for Media Literacy. <https://www.boostskills.eu/files/5-literacy-for-the-21-century.pdf>
- Ure, M., y Parselis, M. (2010). Una ética autorregulada para el periodismo ciudadano. *Global Media Journal México*, 7(13). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3726778>
- Urribarrí, R. (2011). Redes sociales y medios digitales: ¿alternativa comunicacional en Venezuela? *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 156, 47–52. [https://gumite-ca.org/PDF/COM2011156\\_47-52.pdf](https://gumite-ca.org/PDF/COM2011156_47-52.pdf)
- Vara-Miguel, A., Negredo, S., Moreno, E., Kaufmann, J., y Amoedo, A. (2023). *Digital News Report 2023: Spain*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/spain>

## ANEXO 1: Publicaciones científicas analizadas

- Alcolea-Díaz, G., Reig, R., y Mancinas Chávez, R. (2020). Currículo de Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 62, 103–114. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>
- Cabrera Castiglioni, M., Canzani Cuello, J., y Saraiva Cruz, I. (2023). Pautas de alfabetización informacional y mediática en contextos de desinformación: Su proceso de elaboración. *Informatio: Instituto de Información. Facultad de Información y Comunicación*, 28(2), 117–132. <https://doi.org/10.35643/Info.28.2.15>
- Calvo, D., Cano-Orón, L., y Esteban Abengozar, A. (2020). Materiales y evaluación del nivel de alfabetización para el reconocimiento de bots sociales en contextos de desinformación política. *Icono14*, 18(2), 111–137. <https://doi.org/ri14.v18i2.1515>
- Cea Esteruelas, N., Fernández Torres, M. J., y Teruel Rodríguez, L. (2023). Tratamiento del fenómeno de la desinformación en la prensa española. Un análisis de su evolución. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 29, 881–891. <https://doi.org/10.5209/esmp.88087>
- Dafonte Gómez, A. (2023a). Capítulo 3. Técnicas básicas de verificación para la ciudadanía. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 19, 41–54. <https://doi.org/10.52495/>

[c3.emcs.19.p105](#)

- Dafonte Gómez, A. (2023b). Capítulo 15. Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 19, 205–216. <https://doi.org/10.52495/c15.emcs.19.p105>
- Echeverría, M., y Rodríguez Cano, C. A. (2023). ¿La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79–95. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3246>
- Feltrero, R., Hernando, S., y Acosta-Sznajderman, L. (2023). Educomunicación contra las fake news: una experiencia en sMOOC para el desarrollo de la alfabetización mediática crítica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 181–194. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24635>
- Ferreras Rodríguez, E. M. (2023). Análisis de las propuestas educativas de las plataformas de fact checking en España, Italia y Portugal. *RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10(19), 341-364. <https://doi.org/10.24137/raeic.10.19.15>
- Galarza Molina, R. (2021). ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (21), 265-286. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>
- García Ortega, A. (2023). Is this legit? Un proyecto de verificación de vídeos virales creado por y para adolescentes. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (25), 211-228. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6858>
- Gómez García, S., y Carrillo Vera, J. A. (2020). El discurso de los newsgames frente a las noticias falsas y la desinformación: Cultura mediática y alfabetización digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, (30), 22-46.
- Gómez Rojas, D. C., y Mateus, J.-C. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. *Correspondencias y Análisis*, (17), 13-42. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.01>
- Herrero Curiel, E., y González Aldea, P. (2022). Impacto de las fake news en estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de la universidad Carlos III de Madrid. *Vivat Academia*, 155. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1415>
- Herrero Curiel, E., y La Rosa Barrolleta, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (73), 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., Tapia-Frade, A., y Varona-Aramburu, D. (2019). The credibility of online news: An evaluation of the information by university students. *Culture and Education*, 31(2), 407-435. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1601937>
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M., y Aramburu, D. (2022). Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 231-249. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A12>

- Martín García, T., y Marcos Ramos, M. (2022). La importancia de la información en la época de la desinformación: Fomentar el espíritu crítico de los alumnos. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (9), 49-58. <https://doi.org/10.52495/c3.emcs.9.p95>
- Martín Martín, F. M., y Palomo Torres, M. B. (2023). Capítulo 14. El periodista educador en la era de los desórdenes informativos. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (19), 193-204. <https://doi.org/10.52495/c13.emcs.19.p105>
- Martin-Neira, J., Trillo-Domínguez, M., y Olvera-Lobo, M. (2023). El periodismo científico ante la desinformación: decálogo de buenas prácticas en el entorno digital y transmedia. *Revista Icono 14: Revista Científica de Comunicación y Tecnologías*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1949>
- Martínez-Cardama, S., y Algora-Cancho, L. (2019). Lucha contra la desinformación desde las bibliotecas universitarias. *Profesional de la Información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.12>
- Medina, M., Etayo-Pérez, C., y Serrano-Puche, J. (2023). Categorías de confianza para los informativos televisivos e indicadores para su medición: percepciones de grupos de interés en Alemania, España e Italia. *Revista Mediterránea de Comunicación - Journal of Communication*, 14(1), 307-324. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23416>
- Molina Galarza, R. A. (2022). Mexican journalism in view of disinformation: Perceptions about responsibilities, implemented strategies and potential solutions to the problem. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 765-776. <https://doi.org/10.5209/esmp.77636>
- Morejón Llamas, N. (2023). Alfabetización mediática y digital ludificada. Go Viral! Contra la desinformación científica. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (25), 27-50. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.5554>
- Morejón-Llamas, N. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contra las fake news / Disinformation and media literacy from the institutions: the decalogues against fake news. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 111-134. <https://doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-07-111-134>
- Mullo López, A.-H., Casas Moreno, P. de, y Balseca Mera, J. M. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 137-152. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A8>
- Muñiz, J., y Navazo, P. (2021). Desinformación visual en redes sociales y medios digitales: una propuesta taxonómica de la manipulación fotográfica distribuida durante la pandemia. *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación*, (26), 77-87. <https://doi.org/10.5209/ciyc.75235>
- Palau-Sampio, D., Carratalá, A., Tarullo, R., y Crisóstomo, P. (2022). Reconocimiento de la calidad como prescriptor contra la desinformación. *Comunicar*, 30(72). <https://doi.org/10.3916/C72-2022-05>
- Perdomo, B., Ríos Meza, C., y Baldeón Sandoval, M. (2023). ¿Preparados o vulnerables? Conocimiento sobre fake news en docentes universitarios. *Informatio: Instituto de Información de la Facultad de Información y Comunicación*, 28(2), 388-414. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-05>

[org/10.35643/Info.28.2.14](https://doi.org/10.35643/Info.28.2.14)

- Pérez Escoda, A., y García Ruiz, R. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación. *Icono14*, 18(2), 1-15. <https://doi.org/ri14.v18i2.1580>
- Pino, A., y Arréguez Manozzo, S. (2023). Habilidades y estrategias que emplean adultos mayores de la Argentina para identificar piezas de desinformación en Whatsapp. *Hologramática*, 38(5), 19-34.
- Rodríguez Fernández, L., y Establés Heras, M. J. (2023). Impacto de la desinformación en las relaciones públicas: Aproximación a la percepción de los profesionales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (29), 843-853. <https://doi.org/10.5209/esmp.88661>
- Sádaba, C., Salaverría, R., y Bringué-Sala, X. (2023). How to teach the elderly to detect disinformation: A training experiment with WhatsApp. *Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.04>
- Sadaba, C., y Salaverria, R. (2023). Tackling disinformation with media literacy: Analysis of trends in the European Union. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17-33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Samy-Tayie, S., Tejedor, S., y Pulido, C. (2023). Alfabetización periodística entre jóvenes egipcios y españoles: Noticias falsas, discurso de odio y confianza en medios. *Comunicar*, 30(74), 69-81. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-06>
- Sierra Martínez, S. (2023). Capítulo 13. La labor de los verificadores de datos en el ámbito de la alfabetización digital. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (19), 175-191. <https://doi.org/10.52495/c13.emcs.19.p105>
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A., y López-García, X. (2021). Sistemas de verificación en medios nativos digitales e implicación de la audiencia en la lucha contra la desinformación en el modelo ibérico. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (54), 41. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e738>
- Taddeo, G., de-Frutos-Torres, B., y Alvarado, M. (2022). Creadores y espectadores frente al desorden informativo online. Efectos de la producción de contenidos digitales en competencias informativas. *Comunicar*, 30(72). <https://doi.org/10.3916/C72-2022-01>
- Tarango Ortiz, J., y Machin-Mastromatteo, J. D. (2023). Verificación de hechos (fact-checking) para la evaluación de la confiabilidad de fuentes en línea: Conceptualización, actores, estrategias y elementos de factibilidad. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (46), 153-159. <https://doi.org/10.5209/dcin.87386>
- Tejedor Calvo, S., y Sancho Ligorred, B. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la infodemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (29), 933-942. <https://doi.org/10.5209/esmp.87838>



Revista de Comunicación Digital

# Impactos Jurídicos y Sociales de la Desinformación en los Derechos Fundamentales

## Disinformation Legal and Social Impacts on Fundamental Rights

 **Lucía Andaluz Antón**  
Marialucia.andaluz@universidadeuropea.es  
Universidad Europea de Madrid

 **Rubén Herrero Giménez**  
herrerogimenez@icam.es  
Ilustre Colegio de Abogados de Madrid

### Resumen

Este artículo examina la desinformación en la era digital, sus efectos sobre la opinión pública y las respuestas legales actuales. Se analizan los conceptos de verdad, veracidad, mentira y falsedad, y su papel en la formación de opiniones en un entorno polarizado. Se subraya la responsabilidad compartida entre quienes ejercen el periodismo profesional, el periodismo ciudadano y los prosumidores/as en la verificación y transmisión de información precisa. Desde una perspectiva jurídica, se exploran la libertad de expresión y la necesidad de proteger a las personas del daño que puede causar la desinformación, así como las bases normativas actuales y el principio de intervención mínima del derecho penal en esta materia. Se evalúan también los efectos legales de las noticias falsas en derechos fundamentales como el honor, la intimidad y la integridad moral. Finalmente, el capítulo reflexiona sobre la importancia de equilibrar la regulación de la desinformación con la protección de los derechos fundamentales, y la necesidad de políticas que respalden la integridad informativa y los principios democráticos frente al desafío creciente de la manipulación informativa.

### Palabras clave

Desinformación; derechos fundamentales; libertad de expresión; regulación jurídica; *fake news*.

### Cómo citar este artículo:

Andaluz Antón, L. y Herrero Giménez, R. (2025) Impactos Jurídicos y Sociales de la Desinformación en los Derechos Fundamentales. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 100-120. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.317

Recibido: 4/11/2024    Aceptado: 8/6/2025



**Abstract**

This article examines disinformation in the digital age, its effects on public opinion, and current legal responses. It analyzes the concepts of truth, accuracy, lies, and falsehood, and their role in shaping opinions within a polarized environment. The shared responsibility among those engaged in professional journalism, citizen journalism, and prosumers in verifying and transmitting accurate information is emphasized. From a legal perspective, it explores the balance between freedom of expression and the need to protect individuals from the harm caused by disinformation, as well as current regulatory frameworks and the principle of minimal intervention of criminal law in this area. The legal effects of fake news on fundamental rights such as honor, privacy, and moral integrity are also assessed. Finally, the chapter reflects on the importance of balancing disinformation regulation with the protection of fundamental rights and the need for policies that uphold informational integrity and democratic principles amid the growing challenge of information manipulation.

**Palabras clave**

Disinformation; fundamental rights; freedom of expression; legal regulation; fake news.

## 1. INTRODUCCIÓN: LA DESINFORMACIÓN EN LA ACTUALIDAD

La rápida expansión de las plataformas digitales y redes sociales ha transformado los flujos de información, permitiendo una difusión sin precedentes, pero también generando una mayor vulnerabilidad ante la desinformación. Este fenómeno, que implica la creación y propagación deliberada de contenidos falsos o engañosos, ha demostrado tener consecuencias devastadoras en distintos ámbitos, desde procesos electorales hasta crisis en la salud pública (Benkler, Faris y Roberts, 2018).

Varios eventos históricos recientes evidencian la gravedad de la desinformación. En las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y 2020, así como en el referéndum del Brexit en el Reino Unido, la difusión masiva de noticias falsas en redes sociales sembró dudas sobre la integridad democrática de estos procesos y exacerbó la polarización social (Benkler *et al.*, 2020; Bennett y Livingston, 2018). En ambos casos, estrategias de manipulación informativa afectaron directamente la opinión pública, subrayando la vulnerabilidad de los sistemas democráticos ante las campañas de desinformación en la era digital.

Otro contexto donde la desinformación ha tenido un papel importante es en los procesos migratorios, especialmente en Europa. La crisis migratoria ha sido utilizada por diversos actores para alimentar narrativas falsas que incitan al miedo, la xenofobia y el rechazo hacia los inmigrantes. Un estudio relevante demostró la narrativa desinformativa llevada a cabo durante el conocido caso migratorio del Aquarius, que evidenció cómo el poder de esta retórica falsa en redes sociales influye en una sociedad tan polarizada como la actual (Fernández, Revilla y Andaluz, 2020).

Más recientemente, la pandemia mundial del COVID-19 fue otro suceso que destacó el poder demoledor de la desinformación. La proliferación de teorías conspirativas, movimientos antivacunas y bulos sobre tratamientos no aprobados erosionaron la confianza en las autoridades científicas y dificultaron los esfuerzos para mitigar la crisis sanitaria global (Springer y Özdemir, 2022).

A nivel geopolítico, la manipulación informativa ha agravado conflictos como los de Ucrania e Israel, donde la desinformación ha sido utilizada como herramienta de guerra para manipular la opinión pública y polarizar las sociedades. La desinformación se ha convertido en una amenaza tangible para la seguridad mundial en el contexto del terrorismo y los conflictos globales (Andaluz, 2024).

La desinformación también ha jugado un papel central en el proceso electoral de Venezuela en 2024. Existen multitud de declaraciones publicadas desde el gobierno de Maduro, donde la desinformación es utilizada como herramienta política para debilitar a la oposición y mantener el control narrativo en el contexto electoral. Un ejemplo de ello es que Maduro utilizó acusaciones y teorías conspirativas contra María Corina Machado, líder opositora, vinculándola a un supuesto “pacto satánico” con Elon Musk (Singer, 2024).

Finalmente, en nuestro propio país se observa una estrategia cada vez más agresiva de desinformación entre los diferentes partidos políticos. El ataque deliberado y el desprestigio hacia los rivales se ha convertido en una táctica común, cuyo objetivo es manipular la opinión pública sin mayores repercusiones legales que favorezcan una regulación adecuada.

Frente a la creciente amenaza de la desinformación, la Comisión Europea lanzó en 2015 su Plan de Acción contra la Desinformación a través de la formación de EUvsDisinfo (2023), un grupo de expertos con el fin de proteger los procesos democráticos europeos y contrarrestar la injerencia extranjera. Este plan ha evolucionado para abarcar aspectos como la detección temprana y la promoción de la alfabetización mediática (Prokopović y Vujović, 2021). En 2018, se introdujo el Código de Buenas Prácticas en Desinformación (Comisión Europea, 2024), un esfuerzo voluntario de autorregulación por plataformas como Facebook, Google y Twitter. En 2022, el código fue revisado y actualizado, cumpliendo las expectativas de la Comisión Europea.

El código<sup>1</sup> ahora forma parte de un marco regulador más amplio, junto con la Ley de Servicios Digitales<sup>2</sup> y normas sobre transparencia en publicidad política. Entre sus 44 compromisos y 128 medidas, se incluye la reducción de incentivos financieros para proveedores de desinformación y el etiquetado de anuncios políticos para informar sobre su patrocinador, inversión y duración. Asimismo, el código combate prácticas manipuladoras, como el uso de cuentas falsas y *bots*, y empodera a los usuarios con herramientas de alfabetización mediática. Además, facilita el acceso a datos para investigar la desinformación y apoya a la comunidad de verificación de datos en la UE, asegurando un financiamiento adecuado (para profundizar en la verificación basada en datos, recomendamos revisar medios como Maldita.es, Newtral o Datadista, entre otros). El Centro de Transparencia ofrece información sobre la implementación de estas medidas, mientras que un grupo de trabajo revisará periódicamente los compromisos del código. En periodos electorales, se implementará un sistema de respuesta rápida para coordinar acciones entre plataformas y verificadores de datos.

En este contexto, donde la desinformación siempre encuentra el camino para avanzar, debemos ser conscientes de que esta tiene importantes repercusiones legales, reflexionando también sobre la figura del *prosumidor* —el usuario que produce y consume información— y del periodismo ciudadano, que permite a las personas dejar de ser únicamente receptoras de información para asumir un rol activo como creadoras y verificadoras de contenido, fomentando así una sociedad más inclusiva, participativa y democrática (Espiritusanto y Rodríguez, 2011).

A lo largo de este artículo se harán alusiones también a figuras públicas y a profesionales de los medios, y se destacará la importancia de encontrar un equilibrio entre la protección contra la desinformación y la preservación de la libertad de expresión, ofreciendo una visión crítica y reflexiva para abordar este desafío multidisciplinario en el futuro.

1 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/code-practice-disinformation>

2 Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022). *Reglamento (UE) 2022/2065 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales)*. Diario Oficial de la Unión Europea, L277, 1-102. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065>

## 2. CONCEPTOS CLAVE: VERDAD, VERACIDAD, MENTIRA Y FALSEDAD

### 2.1 Definiciones y distinciones

El análisis de los conceptos de verdad, veracidad, mentira y falsedad requiere un enfoque tanto epistemológico como ético. La verdad, siguiendo la definición aristotélica, se refiere a la correspondencia entre una afirmación y la realidad objetiva: "Decir de lo que es, que es, y de lo que no es, que no es, es verdadero" (*Metafísica*, 1011b25). En cambio, la veracidad está asociada a la intención de transmitir algo que se cree cierto, aunque no siempre lo sea.

Por otro lado, la mentira implica una afirmación falsa emitida a sabiendas y con intención de engañar, mientras que la falsedad se refiere simplemente a la falta de verdad, sin que haya una motivación deliberada de manipulación (Barroso y Ilharco, 2023). Estas distinciones son cruciales en el contexto mediático actual, donde el periodismo de verificación debe discernir entre errores involuntarios y la manipulación intencionada.

Este análisis es particularmente relevante en el ámbito político, donde las narrativas informativas moldean las percepciones ciudadanas. San Martín (2006) argumenta que las políticas de izquierda y derecha no solo representan creencias y valores, sino que también construyen discursos colectivos que interpretan la realidad política. En este sentido, el periodismo de verificación actúa como mediador crítico frente a narrativas ideológicas, exponiendo las falsedades deliberadas y fortaleciendo el debate democrático (Rodríguez, Sabucedo y Costa, 1993; Klandermans, 1991).

### 2.2 Análisis desde las perspectivas filosófica y legal

#### *Perspectiva filosófica*

Aristóteles, en su obra *Metafísica*, establece una definición objetiva de la verdad como la adecuación entre pensamiento y realidad y distingue lo verdadero de lo falso en función de esa correspondencia. En los entornos digitales contemporáneos, el periodismo de verificación recupera este principio al contrastar las afirmaciones con hechos objetivos y fuentes verificables.

Esta idea conecta con el legado de Sócrates y Platón, quienes defendían la búsqueda constante de la verdad como un deber ético. En la era digital, esta búsqueda se materializa a través del fact-checking, una práctica sistemática que cuestiona el contenido difundido en redes y medios de comunicación. Así, el periodismo de verificación no solo busca refutar falsedades, sino también fortalecer la confianza social en la información verdadera.

#### *Perspectiva legal*

Desde un enfoque legal, el concepto de veracidad está directamente vinculado a la responsabilidad profesional en el periodismo y las comunicaciones. Craig (2021) sostiene que el rápido crecimiento de las redes sociales ha intensificado los desafíos éticos que enfrentan los periodistas, especialmente en relación con la velocidad de difusión de la información y la manipulación deliberada de contenidos. En este contexto, el trabajo periodístico debe adherirse estrictamente a principios éticos y de verificación para mitigar la proliferación de desinformación. La veracidad periodística no solo implica transmitir información, sino también asegurar que esta sea precisa y confiable, incluso frente a los constantes cambios del ecosistema mediático.

Desde el punto de vista jurídico, la veracidad está protegida por el derecho constitucional en diversos países. En el contexto español, Azurmendi (2005) destaca que el Tribunal Constitucional (en adelante, TC) ha establecido que el derecho a recibir información veraz constituye un derecho fundamental, garantizado legalmente. Este principio exige que los periodistas actúen con diligencia profesional, verificando los hechos antes de su difusión.

Para que la información sea considerada veraz, debe basarse en datos objetivos y someterse a una cuidadosa comprobación de las fuentes. Azurmendi aclara que la veracidad no implica la exactitud absoluta de la información, sino que el periodista haya tomado las medidas necesarias para asegurar su exactitud en el momento de la publicación.

En este sentido, el TC español, en sentencias clave como la STC 28/1996 y la STC 192/1999, determina que la diligencia profesional se refiere al esfuerzo del periodista por contrastar los hechos utilizando fuentes serias y fiables. La veracidad, por lo tanto, no garantiza la exactitud absoluta de la información, pero sí evalúa si se han seguido los procedimientos adecuados para evitar la difusión de contenidos erróneos.

Asimismo, en la STC 52/2002, se subraya que la seriedad de la fuente y la capacidad del periodista para contrastar la información son elementos determinantes en la evaluación de la veracidad periodística. Por su parte, la STC 154/1999 establece que, cuando una fuente presenta características objetivas que la hacen fidedigna, seria o fiable, el periodista puede apoyarse en ella sin necesidad de verificación adicional, salvo que existan indicios claros de que la información pueda no ser veraz. Estas sentencias fortalecen el marco legal sobre la veracidad periodística y exigen una clara distinción entre la libertad de expresión y la responsabilidad profesional de transmitir información precisa y contrastada.

Por otro lado, en el contexto de la posverdad, Michailidou y Trenz (2021) sostienen que los periodistas han pasado de ser guardianes de la verdad a mediadores de esta. En lugar de ser los únicos responsables de la detección y transmisión de la verdad, los periodistas ahora facilitan debates públicos que permiten a las audiencias evaluar la veracidad de la información por sí mismas. Desde esta perspectiva, la búsqueda de la verdad se convierte en un proceso dinámico y colaborativo de verificación crítica, donde la verdad no es un valor absoluto, sino el resultado de un consenso social en un marco democrático.

## 2.3 Sesgos ideológicos y su impacto

El impacto de los sesgos ideológicos en la percepción de la verdad es evidente en la forma en que los ciudadanos procesan la información política. Estudios como el de Wood y Porter (2019) muestran que, a menudo, las personas priorizan sus creencias políticas y emocionales sobre los hechos objetivos, rechazando la evidencia que contradice sus opiniones. Este fenómeno está relacionado con la disonancia cognitiva (Festinger, 1957), que explica el malestar que se experimenta al recibir información contraria a las creencias propias. En lugar de aceptar la nueva información, las personas tienden a aferrarse a sus creencias preexistentes.

La identificación grupal también juega un papel fundamental en este proceso. Según Haidt y Bjorklund (2007), las emociones pueden actuar como una intuición moral, guiando las decisiones de los individuos de manera rápida y sin razonamiento consciente. Así, cuando un grupo político apela a valores que resuenan con un individuo, este es más propenso a aceptar la narrativa que refuerza su identidad ideológica y rechazar aquellos argumentos que desafían su cosmovisión. Este proceso emocional supera la racionalidad y promueve el rechazo de las evidencias que contradicen las creencias propias (Moya, 2012).

El trabajo de Kahneman y Tversky (1970) sobre la heurística y los sesgos revela que los individuos toman decisiones basadas en intuiciones rápidas, las cuales están fuertemente influenciadas por el contexto y el riesgo percibido. Estas decisiones son vulnerables a la manipulación informativa, especialmente cuando los medios de comunicación, a menudo financiados por grupos de poder, difunden contenidos que refuerzan los intereses particulares del usuario (Cortada y Macbeth, 2006). Esto fomenta la viralización de información alineada con las creencias del grupo, reforzando los sesgos ideológicos y dificultando la aceptación de hechos objetivos.

Por lo tanto, el sesgo de confirmación, que impulsa a los individuos a buscar y compartir información que confirme sus creencias preexistentes (Andaluz, 2021a), refuerza aún más

las burbujas ideológicas en las que los ciudadanos se envuelven. Este fenómeno refleja la importancia de analizar no solo las mentiras intencionadas, sino también la forma en que las personas procesan la información de acuerdo con sus convicciones. Las narrativas nacionales y las identidades políticas grupales son cruciales para entender cómo se construyen las percepciones de verdad y falsedad en el ámbito político y social (López y Márquez, 2018).

### 3. RESPONSABILIDAD DEL PERIODISMO Y DEL PROSUMIDOR

En el ecosistema mediático actual, la responsabilidad en la creación y difusión de información recae tanto en el periodismo profesional como en los *prosumidores*. Mientras que los periodistas tienen el deber ético y profesional de garantizar la veracidad y precisión de las noticias, los *prosumidores* deben asumir un rol crítico y consciente, verificando la información antes de compartirla para evitar contribuir a la propagación de desinformación.

#### 3.1 Responsabilidad de los emisores y receptores de información

Con la llegada de Internet a los hogares comenzó una transformación digital que cambió la manera en que nos socializamos, comunicamos, compramos y consumimos información. Toffler (1973) ya había anticipado la creación de una nueva sociedad basada en la economía del conocimiento (p.129), y McLuhan (1996) planteaba que el mundo se encaminaba hacia una *sociedad de la información*, en la que toda tecnología que penetra el entorno social termina por impregnarlo profundamente (p. 189). La revolución digital también trajo consigo el nacimiento del *prosumidor*, aquel que es simultáneamente *productor y consumidor* de contenido, un concepto que Toffler (1981) predijo en la transición hacia la tercera ola, donde los medios de masas cederían su hegemonía a los medios *desmasificados* (p.164).

En este nuevo contexto, Miller (2019) señala que la capacidad de los ciudadanos para contribuir a la producción y distribución de noticias cuestiona los límites tradicionales del periodismo profesional y genera interrogantes éticos y legales. A pesar de su potencial democratizador, el periodismo ciudadano enfrenta retos significativos en términos de verificación y calidad, ya que los contenidos generados por usuarios no siempre pasan por los filtros profesionales que garantizan su precisión y credibilidad.

#### 3.2 El rol del periodismo ciudadano

La era digital no solo ha democratizado el acceso a la información, sino que ha permitido que cualquier persona pueda compartir noticias y opiniones en tiempo real. Esta participación ciudadana, que comenzó a ganar fuerza con proyectos como The Independent Media Center (IMC) a principios del siglo XXI, transformó a los ciudadanos en colaboradores activos del periodismo. El *periodismo ciudadano* permite que individuos que no han sido formados en el periodismo profesional recopilen, informen, analicen y difundan noticias e información, a través de las plataformas sociales. Aunque a menudo se les percibe como una forma menos estructurada de periodismo, su relevancia y testimonio es de un valor incalculable (Mwaura, 2021). Wu y Wall (2019) exploran cómo plataformas como WeChat han facilitado la participación de los ciudadanos en la creación de contenido informativo en China, permitiendo a los usuarios distribuir y comentar noticias en entornos públicos y privados. Sin embargo, esta expansión también conlleva limitaciones, especialmente en contextos políticos restrictivos, lo cual enfatiza la necesidad de un marco ético que mantenga la calidad y veracidad de la información.

Uno de los casos más emblemáticos de la efectividad y alcance del periodismo ciudadano fue la

cobertura de las horas posteriores al tsunami en el sudeste asiático en 2004. Hay que tener en cuenta, que aunque el periodismo ciudadano proporciona una valiosa fuente de testimonios directos, este contenido puede carecer de los controles éticos y de precisión del periodismo profesional, por este motivo, el uso de estos contenidos, ha contribuido a los medios a crear estándares y procesos para chequear estos contenidos de manera responsable, asegurando que no comprometan la integridad de la información difundida (Nuswantari y Alyasuci, 2023), dando como resultado a los medios de verificación *y/o fact-checking*.

### 3.3 Desafíos de los prosumidores en la era digital

La figura del prosumidor enfrenta una creciente responsabilidad civil y potencialmente penal, ya que la creación y difusión de contenidos falsos puede tener importantes consecuencias legales. La responsabilidad civil de los prosumidores es crucial en el contexto de contenidos falsos, pues difundir información falsa impacta tanto en la reputación como en los derechos de los afectados. El aumento de casos de desinformación ha intensificado la discusión sobre la responsabilidad de quienes crean y comparten contenidos online sin verificar su exactitud (Bezerra y Florêncio, 2023).

Además, el periodismo ciudadano ha demostrado ser una herramienta poderosa para reflejar las voces de la comunidad, proporcionando testimonios e imágenes que los medios tradicionales no siempre capturan. Sin embargo, esta expansión del rol informativo hacia los ciudadanos requiere mayor conciencia sobre las implicaciones de las acciones *online*, ya que la rapidez en la publicación y la falta de un proceso riguroso de verificación pueden propiciar la desinformación. Como señala Castells (1997b), la sociedad en red se caracteriza por la identidad como fuente de significado, lo que plantea desafíos para discernir información precisa en un entorno tan plural y descentralizado (p.33).

La revolución digital ha democratizado el acceso a la información y la voz pública, pero también ha impuesto un nuevo nivel de responsabilidad para los prosumidores. Los emisores y receptores de información en esta era deben ser conscientes de las repercusiones éticas y legales de sus acciones. Además, la función de los medios de *fact-checking* es indispensable en la regulación de la información generada por ciudadanos, figuras públicas y medios, contribuyendo a la contención de la desinformación en una sociedad interconectada (Vázquez-Herrero, *et al.*, 2023).

## 4. VERDAD INFORMATIVA Y FACT-CHECKING

El periodismo de verificación *y/o fact-checking* ha transformado el compromiso de los medios con la veracidad informativa en un proceso de responsabilidad social que contrasta con las prácticas tradicionales de la profesión (Rodríguez-Pérez *et al.*, 2022). En una era marcada por la *infodemia* (Tangcharoensathien, *et al.*, 2020) y el flujo constante de contenido digital generado por los usuarios, el *fact-checking* se ha consolidado como una metodología indispensable para asegurar que la información pública esté basada en hechos verificables. Este enfoque responde a una demanda cada vez mayor de transparencia y precisión, especialmente en temas de gran impacto social y político.

### 4.1. Metodologías de verificación

El proceso de *fact-checking* *y/o* verificación de información, se basa en metodologías precisas y sistemáticas que garantizan la precisión y objetividad de los contenidos revisados. A diferencia del periodismo tradicional, que delega la verificación en el propio redactor o editor, los medios

de *fact-checking* estructuran su trabajo en varias fases de control exhaustivo. El método de verificación (Kovachy Rosenstiel, 2012), se centra en tres principios: transparencia, independencia y revisión empírica de los datos. Así, los medios como Chequeado en Argentina y Maldita.es en España emplean procesos estandarizados, que incluyen la revisión de declaraciones públicas y el contacto con expertos en la materia a verificar. Además, estos medios hacen uso de escalas de veracidad para clasificar las afirmaciones, como "Verdadero," "Mayormente verdadero," "Falso," o "Sin evidencia," lo cual aporta claridad al usuario y ayuda a contextualizar el mensaje.

Los procedimientos de verificación incluyen herramientas tecnológicas avanzadas, como la inteligencia artificial para la detección de patrones de desinformación en redes sociales y software de rastreo de fuentes visuales y textuales. La validación de la fuente y del contexto de la información son pasos cruciales antes de la publicación, lo cual permite que el *fact-checking* aborde la sobrecarga informativa con un enfoque riguroso y preciso (Andaluz, 2021b).

## 4.2. Comparación con el periodismo tradicional

El periodismo de *fact-checking* se distingue del tradicional en su enfoque metodológico y ético hacia la verificación. En el *fact-checking*, la verificación se realiza sobre publicaciones ya difundidas, enfocándose en desmentir o confirmar afirmaciones específicas tras su circulación pública. Además, no utiliza fuentes *off the record*, lo cual asegura que el usuario pueda replicar el proceso y llegar a sus propias conclusiones, esencial para la transparencia y credibilidad de la información verificada. Según Maldita.es (2024), esta transparencia y accesibilidad permite a los ciudadanos participar activamente en la detección y diseminación de desmentidos, promoviendo una cultura colaborativa contra la desinformación.

La verificación de hechos en el *fact-checking* no se limita a corroborar una declaración aislada, sino que aplica técnicas de análisis empírico diseñadas para eliminar ambigüedades o sesgos. Mientras el periodismo tradicional delega la verificación principalmente en el periodista o editor y carece de un proceso de revisión posterior estandarizado, el *fact-checking* revisa y categoriza las declaraciones públicas tras su publicación, frenando así la propagación de información engañosa con impacto social (Rodríguez-Pérez, *et al.*, 2022).

El periodismo de verificación también exige un enfoque tecnológico avanzado que le permita evolucionar al ritmo de la desinformación. Estas redacciones no solo cuentan con periodistas, sino también con ingenieros de datos, activistas, académicos y expertos en tecnología, quienes colaboran en la verificación. Este equipo multidisciplinario hace el *fact-checking* más riguroso y adaptable a la velocidad de la era digital, una capacidad que el periodismo tradicional no siempre incorpora estructuralmente. Esta distinción permite responder a las demandas contemporáneas de transparencia y responsabilidad social en un contexto saturado de información rápida e impactante (Shesterkina, Lobodenko, Krasavina y Marfitsyna, 2021).

## 4.3. Importancia de los Códigos de Principios

Los códigos de principios de organizaciones como la International Fact-Checking Network (IFCN), The Trust Project y First Draft representan guías éticas clave que regulan la verificación, asegurando que sus miembros mantengan una conducta independiente, transparente y veraz. La IFCN, por ejemplo, promueve la imparcialidad y claridad en sus métodos, exigiendo a los *fact-checkers* un estándar de verificación sin conflictos de interés, lo cual fortalece la confianza pública en un contexto donde la credibilidad de los medios puede cuestionarse fácilmente (IFCN, 2016).

The Trust Project contribuye mediante señales de confianza como etiquetas de transparencia y principios editoriales en los artículos, lo cual ayuda a los lectores a evaluar la fiabilidad del contenido en un entorno mediático donde los usuarios enfrentan dificultades para distinguir la información veraz de la desinformación.

First Draft se especializa en la formación de periodistas y en herramientas colaborativas para

la verificación en situaciones de crisis, permitiendo una respuesta ágil ante eventos de gran resonancia pública (Moran, R. E., y Nechushtai, 2022).

Estas organizaciones son vitales para el periodismo y la sociedad en general. Al promover transparencia y ética, la IFCN, The Trust Project y First Draft proporcionan un marco confiable que permite verificar información y proteger el acceso a datos precisos. Estos códigos de principios sostienen la verificación como una herramienta fundamental para preservar los valores democráticos, reduciendo el riesgo de manipulación y asegurando que el público reciba información honesta (Andaluz, 2022).

## **5. BASES JURÍDICAS. EXPLICACIÓN Y PONDERACIÓN DE DERECHOS, TUTELA Y TIPOS PENALES.**

### **5.1. Libertad de expresión y libertad de información**

Los derechos de libertad de expresión y libertad de información constituyen pilares fundamentales en la regulación de la comunicación y la protección de la veracidad informativa en una sociedad democrática. Ambos están recogidos en el artículo 20 de la Constitución Española y cuentan con una especial protección, que permite que cualquier vulneración sea tutelada mediante procedimientos específicos y, en última instancia, a través del recurso de amparo constitucional ante el TC. Esta protección asegura que ciudadanos y medios de comunicación dispongan de un marco robusto para el ejercicio de estos derechos, permitiendo su defensa frente a posibles vulneraciones, especialmente en contextos de desinformación.

En este marco, el artículo 20.4 de la Constitución establece límites claros cuando estas libertades afectan derechos como el honor, la intimidad, la protección de la juventud y de la infancia. Este límite permite que, en situaciones de conflicto, el sistema judicial pondere los derechos en juego, asegurando que “la libertad de expresión y de información no se ejerza en detrimento de otros derechos fundamentales”. La ponderación, en estos casos, resulta fundamental para asegurar que el derecho a la información y a la opinión pública promueva el bien común, sin comprometer la dignidad y los derechos individuales de los ciudadanos.

#### **5.1.1. Distinción entre la libertad de expresión y el derecho a la información**

El lector podría cuestionarse cómo deben interpretarse los límites entre la libertad de expresión y el derecho a la información. Para responder, el artículo 10.2 del Convenio Europeo de Derechos Humanos (CEDH) ofrece una orientación clave, que, según Diez-Picazo (2021), se basa en tres excepciones: I) que la finalidad sea salvaguardar ciertos bienes jurídicos, como la seguridad nacional, la protección de la moral o la reputación de las personas; II) que el límite se establezca por ley; III) que se trate de “medidas necesarias en una sociedad democrática”. Estas directrices permiten al sistema jurídico ponderar estos derechos de acuerdo con principios democráticos.

A continuación, hemos seleccionado una serie de resoluciones del TC, que clarifican esta distinción y permiten comprender los diferentes efectos y límites de cada derecho.

Una resolución particularmente esclarecedora es la STC 6/1988 (FJº 5º), que aborda el contenido específico de cada derecho. Según el Tribunal, en el artículo 20 de la Constitución Española (CE), la libertad de expresión engloba pensamientos, ideas y opiniones, que incluyen las creencias y juicios de valor. En cambio, el derecho a comunicar y recibir información se refiere principalmente a la transmisión de hechos, o “hechos noticiables”. El Tribunal señala que en la práctica es difícil separar la expresión de pensamientos e ideas de la mera comunicación de hechos, ya que “la expresión de pensamientos necesita en ocasiones apoyarse en la narración de hechos y, a la inversa, la comunicación de hechos o de noticias no se da nunca en un estado químicamente puro y comprende, casi siempre, algún elemento valorativo; es decir, una vocación a la formación de una opinión”.

De igual manera, en la STC 34/1996 (FJº 4º), el Tribunal expone que el artículo 20 CE protege tanto el derecho “a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones” como el derecho “a comunicar y recibir libremente información a través de la palabra, por de pronto, y también a través de cualquier otro medio de difusión”. En esta sentencia se destaca la doble vía de la libertad ideológica y de expresión en el derecho de pensamiento, mientras que el derecho a la información se construye en torno a la noticia o al dato. La libertad de expresión es, en esencia, una manifestación de ideas, mientras que el derecho a la información tiene como objeto la comunicación de hechos.

En la STC 105/1990 (FJº 4º), el Tribunal diferencia la amplitud de ejercicio de los derechos reconocidos en el artículo 20 CE según se trate de libertad de expresión o de información. Para la libertad de expresión, que implica opiniones y creencias sin la intención de presentar hechos objetivos, el campo de acción se amplía salvo en caso de expresiones innecesariamente injuriosas. Este campo se expande aún más cuando el ejercicio de la libertad de expresión incluye la libertad ideológica, amparada en el artículo 16.1 CE. En contraste, “cuando se persigue, no dar opiniones, sino suministrar información sobre hechos que se pretenden ciertos, la protección constitucional se extiende únicamente a información veraz: requisito de veracidad que no puede, obviamente, exigirse de juicios o evaluaciones personales y subjetivas”. El Tribunal reconoce que puede resultar difícil separar en un mismo texto los elementos informativos de los valorativos, y que en tales casos “habrá de atenderse al elemento predominante”.

Finalmente, en la STC 235/2007 (FJº 4º), el Tribunal destaca la importancia de la crítica en el ejercicio de la libertad de expresión, señalando que esta incluye la “libertad de crítica, aun cuando la misma sea desabrida y pueda molestar, inquietar o disgustar a quien se dirige, pues así lo requieren el pluralismo, la tolerancia y el espíritu de apertura, sin los cuales no existe ‘sociedad democrática’”. Con esta sentencia, el TC subraya que el ejercicio de la libertad de expresión no está exento de conflicto, y que la protección de una crítica legítima es fundamental para preservar la pluralidad y los valores democráticos.

### **5.1.2. Ejercicio de la libertad de opinión y/o de la libertad de comunicación vs. derecho al honor**

Cuando el ejercicio de la libertad de opinión (art. 20.1 a) o el de comunicar información a través de cualquier medio de difusión (art. 20.1 d) afecta el derecho al honor de una persona, se produce un conflicto entre derechos fundamentales. Esto implica que no siempre prevalecerá el derecho al honor sobre la libertad de opinión o de información, ni viceversa. En cada caso, será necesario realizar una cuidadosa ponderación entre estos derechos para determinar cuál debe protegerse en esa situación específica.

Es cierto que el derecho al honor aparece en el artículo 20.4 de la Constitución Española, como un límite explícito a las libertades reconocidas en el artículo 20.1. Esta mención podría interpretarse como una protección prioritaria para el derecho al honor, tal como se inspira en el artículo 5.2 de la Ley Fundamental Alemana. Sin embargo, el TC ha aclarado que las libertades de expresión e información no solo son derechos fundamentales de los ciudadanos, sino que también representan “el reconocimiento y la garantía de una institución política fundamental, que es la opinión pública libre, indisolublemente ligada al pluralismo político, un valor esencial y un requisito para el funcionamiento de un Estado democrático”.

### **5.1.3. Protección y Alcance del Derecho al Honor**

*¿Cuáles son las vías de defensa del honor?*

La protección del derecho al honor puede ejercitarse a través de la jurisdicción civil, penal y constitucional. La Ley Orgánica 1/1982 establece que, en general, la vía penal tiene prioridad sobre la civil debido a su efectividad, aunque la responsabilidad civil derivada de un delito debe ajustarse a los criterios de esta última.

### *¿Cómo se define el honor?*

Aunque el honor no tiene una definición legal exacta, la jurisprudencia y la doctrina científica ayudan a comprender su alcance. Según Vázquez González (2019), basándose en Carmona Salgado, se distingue entre el honor subjetivo y el objetivo. En el ámbito subjetivo, el honor refleja la autoestima y valoración personal de un individuo sobre sí mismo. En el ámbito objetivo, se refiere al aprecio y la estima que los demás tienen hacia esa persona, es decir, su reputación y dignidad en la sociedad.

Desde un enfoque normativo y constitucional, el honor se entiende como “el derecho al respeto y reconocimiento de la dignidad personal”, esencial para el libre desarrollo de la personalidad en la vida social. La negación de este derecho ocurre mediante expresiones o calificativos que desacreditan a la persona en su entorno social o profesional (Vázquez González, 2021).

### *Relación entre el Honor y la Dignidad Persona*

El TC, en la STC 53/1985, sostiene que la dignidad humana está íntimamente ligada al desarrollo de la personalidad (art. 10 CE) y derechos fundamentales, como la integridad física y moral (art. 15 CE) y la libertad de ideas y creencias (art. 16 CE). Además, el TC considera los derechos fundamentales como una “erivación de la dignidad” (STC 207/1996), una “proyección de núcleos esenciales de la dignidad” (STC 194/1994) y como parte de la “traducción normativa de la dignidad” (STC 136/2006).

No obstante, existen posturas doctrinales que consideran que los ataques al honor no constituyen directamente ataques a la dignidad de la persona. Alonso Álamo (1983) sugiere que estos ataques afectan más bien el valor ético y social del individuo, mientras que De Pablo Serrano (2018) argumenta que el honor y la dignidad no son idénticos, y que el honor no puede entenderse como una tutela general de la dignidad.

## **5.2. La rectificación y veracidad en el contexto de la desinformación**

En la era digital, donde la desinformación puede expandirse rápidamente y causar daños significativos a personas e instituciones, el derecho a la rectificación y a la veracidad es fundamental para proteger tanto la reputación individual como la calidad de la información disponible para el público. La Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, regula el derecho de rectificación, permitiendo que cualquier persona física o jurídica solicite la corrección de información inexacta que pueda perjudicarle, sin importar el medio de difusión, ya sea impreso, audiovisual o digital<sup>3</sup>.

### **5.2.1. Derecho de rectificación**

El derecho de rectificación permite que los afectados soliciten una corrección pública de la información que consideran inexacta y perjudicial, y se aplica a todas las vías de difusión, incluyendo medios digitales. La STC 35/1983 subraya la importancia de un proceso rápido y eficaz para la publicación de la rectificación solicitada, asegurando que el trámite sea sumario para que la corrección tenga el menor retraso posible.

No solo la persona perjudicada puede ejercer este derecho; también pueden hacerlo sus representantes o, en caso de fallecimiento, sus herederos. Este derecho, detallado en la STC 168/1986, establece que la rectificación no limita la libertad de información (art. 20.1.d CE), permitiendo al medio reafirmar su información original si lo considera necesario. La sentencia concluye que el derecho de rectificación no obliga al medio a retractarse o modificar la información original, sino a publicar una versión alternativa proporcionada por el afectado.

<sup>3</sup> LOPD (art. 14 y 85 y el cloqueo de los datos establecido en el art. 32), así como en lo dispuesto en el REPD (arts. 16, 17 y 19) anteriormente expuestas. Para ahondar sobre el derecho de rectificación en el ámbito civil, acudir a Martínez Calvo (2020, 137-181).

### 5.2.2. Relación entre rectificación y veracidad

La relación entre rectificación y veracidad se aclara en la STC 168/1986, que establece que la rectificación complementa la libertad de información y no la restringe. A partir de su estudio se puede llegar, entre otros aspectos, a las siguientes conclusiones:

- I. El derecho de rectificación no afecta a la libertad de información; es decir, la mentada LO permite que un interesado solicite la corrección pública de la información que considere inexacta o dañina para sus intereses. No obstante, dicho derecho de rectificación no limita la libertad de información (art. 20.1.d CE), ni siquiera si la información original resulta ser acorde con los hechos. Es decir, el medio de comunicación puede seguir publicando información, aunque se introduzca una rectificación.

El derecho de rectificación no condiciona u obliga a modificar la versión original. Sin perjuicio de que el perjudicado solicite la rectificación, el medio no se encuentra obligado a cambiar su contenido o a manifestar la mendacidad de la versión original.

- II. El medio podría reafirmar su información inicial; esto es, si se expone la rectificación, el medio podría confirmar su versión original e incluso aportar datos adicionales que den muestra de la veracidad de lo expuesto. El derecho de rectificación tan solo faculta al afectado a publicar una versión diferente, pero no a que el medio mantenga la información original.
- III. La sociedad tiene el derecho a recibir, y por ende a conocer, una información veraz. El hecho de publicar una versión adicional de los hechos no cambia, ni distorsiona la información original, por lo que la opinión pública tendrá la capacidad de conocer.
- IV. El ejercicio del derecho de rectificación no garantiza que la versión sea verdadera. La naturaleza o función de este derecho no consiste en escoger o dilucidar la veracidad de la información. Tan sólo brindar al afectado presentar la versión de los hechos.
- V. Que existan dos versiones no es obstáculo de que se pueda recibir una información veraz. Que existan dos versiones diferentes un acontecimiento no limita el derecho que la ciudadanía posee a recibir información veraz, en tanto que, como exponíamos, ello propicia que se comparen ambas. En el caso de que se precise el conocimiento de "la verdad" puede acudir a los procedimientos legalmente previstos en orden a su investigación y/o aclaración.
- VI. Difusión de informaciones contrarias y el posible efecto en la libertad de información. La existencia de versiones contradictorias (sin efecto de cosa juzgada) no se vulnera el derecho a la libertad de información. Este derecho complementa al derecho de rectificación y coadyuva el debate público, dando la posibilidad de conocerse un enfoque alternativo, la búsqueda de la verdad y la transparencia.

### 5.3. Delitos relacionados con las fake news

La Fiscalía General del Estado (FGE) aborda el fenómeno de las noticias falsas en su publicación Tratamiento Penal de las *Fake News* (2020). En este documento, se define a las *fake news* como noticias falsas que inundan Internet y las redes sociales, generando confusión y alterando la percepción de la realidad de los ciudadanos. Las noticias falsas, dependiendo de su contenido y modo de difusión, pueden constituir delitos como el odio, el descubrimiento y revelación de secretos, los desórdenes públicos, injurias, calumnias, delitos contra la salud pública, estafas, entre otros.

A pesar de que la FGE identifica ciertos delitos relacionados con las noticias falsas, como los delitos de odio y el descubrimiento y revelación de secretos, es posible que las *fake news* también puedan constituir otros tipos delictivos, según autores como De las Heras Vives (2020). Sin embargo, este trabajo se centrará exclusivamente en los delitos de odio y de revelación de secretos, debido a su relevancia y complejidad. A continuación, se presentan ambos delitos para facilitar su comprensión.

### 5.3.1. Delitos de Odio

Las *fake News* pueden llegar a configurar delitos de odio, especialmente cuando las noticias falsas atribuyen hechos delictivos a determinados colectivos sociales. El expuesto documento (FGE, 2020, p. 1-2) hace referencia a un supuesto en donde la fiscalía provincial de Barcelona presentó dos querellas por la difusión de mensajes falsos contra MENAS (Menores Extranjeros No Acompañados), sancionados bajo el artículo 510.2.a) del Código Penal (CP), con penas de prisión de seis meses a dos años y multa de 6 a 12 meses.

Para entender este delito, es útil el concepto de odio en el Informe de Delimitación Conceptual en Materia de Delitos de Odio (Díaz López, 2018). Según este documento, el odio, en el contexto penal, implica “una negación de la dignidad humana”, que surge de prejuicios o intolerancia hacia un colectivo. En la legislación, el delito de odio abarca acciones motivadas por estereotipos hacia una condición personal de la víctima, como orientación sexual o raza, afectando su dignidad y fomentando actitudes humillantes o intimidatorias. Entre los delitos de odio se incluyen:

- Cualquiera al que le sea de aplicación la circunstancia agravante genérica (art. 22.4ª CP).
- Delito de amenazas a colectivos (art. 170.1 CP).
- Delito de discriminación laboral (art. 314 CP).
- Incitación al odio, violencia o discriminación (art. 510 CP).
- Denegación de servicios públicos o privados por motivos discriminatorios (arts. 511 y 512 CP).
- El delito de denegación de prestaciones en el ejercicio de actividades empresariales o profesionales (artículo 512 CP).
- Asociación ilícita para promover odio o violencia (art. 515.5 CP).
- Los delitos de genocidio y lesa humanidad (arts. 607 y 607 bis CP).
- Los delitos contra la libertad de conciencia y los sentimientos religiosos (artículos 522 a 525 CP).

La doctrina científica ha planteado la posibilidad de incluir ciertos comportamientos específicos dentro del concepto de “delitos de odio”, aunque su clasificación sea debatida. Entre los tipos penales que generan discusión, se encuentran prácticas como la clonación con fines de selección racial (art. 160.3 CP), la revelación de datos personales que exponen características individuales como la religión o la orientación sexual (art. 197.6 CP), y conductas de segregación racial (art. 611.6 CP). Aunque los delitos de terrorismo y violencia de género podrían considerarse relacionados con el odio, no encajan fácilmente en esta categoría, si bien a veces se los etiqueta de esta manera.

Para ilustrar cómo opera la jurisprudencia en el contexto de los delitos de odio, se pueden citar casos como el abordado por la STAP de Alicante (Secc. 1ª, n.º 465/2023, de 6 de octubre de 2023), que considera la expresión de actitudes humillantes y despreciativas hacia una persona debido a su orientación sexual como un delito de odio sancionado por el artículo 510.2.a) del CP. En este sentido, el tribunal reconoce que las acciones que reflejan animadversión hacia la orientación sexual de una persona violan la dignidad humana y el derecho a la no discriminación.

Además, el TC (STC 41/2006, FJº 3º; STC 41/2013, FJº 6; y STC 92/2014, FJº 4º) ha señalado que el artículo 14 de la Constitución Española (CE) ampara la protección contra la discriminación por orientación sexual, considerando que cualquier trato desfavorable por esta razón cae bajo la

prohibición de discriminación en la cláusula “cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

En el caso de la librería Kalki, la STS, Sala 2ª, 259/2011, de 12 de abril, FJº 15º abordó la difusión de ideas pro-nazis, incluyendo justificaciones del genocidio. Aunque el tribunal expresó un fuerte rechazo hacia esas ideas, concluyó que su difusión no constituye un delito de incitación directa al odio o a la violencia, como establece el artículo 510 del Código Penal. No se consideró que dicha propaganda creara un clima hostil susceptible de concretarse en actos de violencia contra determinados grupos.

El Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH), en la sentencia de 24 de febrero de 1997 en el caso De Haes y Gijssels contra Bélgica, subraya que la libertad de expresión protege no solo las ideas inofensivas o indiferentes, sino también aquellas que pueden “contrariar, chocar o inquietar” al Estado o a sectores de la población. Esto demuestra la importancia de salvaguardar la libertad de expresión sin comprometer, en la medida de lo posible, la protección contra el discurso de odio.

Por último, para un análisis detallado de la vulnerabilidad de ciertos grupos a los delitos de odio, la Guía Práctica para la Abogacía (Assiego, *et al.*, 2018) ofrece valiosa orientación. Además, para comprender mejor la relación entre desinformación y discurso de odio, la obra de Aguerri y Miró-Linares (2023) proporciona un enfoque actualizado sobre el impacto de las *fake news* en el aumento de actitudes hostiles y prejuicios.

### 5.3.2. Los delitos de descubrimiento y revelación de secretos

Los delitos de descubrimiento y revelación de secretos, regulados en el Libro II del Código Penal (CP), específicamente en el Título X sobre *delitos contra la intimidad, el derecho a la propia imagen y la inviolabilidad del domicilio*, se dirigen a proteger la privacidad de las personas en sus diversas dimensiones.

#### *Protección constitucional de la intimidad*

La Constitución Española (CE), en el artículo 18, asegura el derecho a la intimidad personal y familiar, a la propia imagen y al secreto de las comunicaciones. Este artículo también prohíbe la intervención en el domicilio y las comunicaciones de una persona sin su consentimiento, salvo autorización judicial o en casos de flagrante delito. Además, el artículo 18.4 introduce el concepto de *habeas data*, o faceta de informática de la intimidad, *privacy* o libertad informática, que protege la privacidad de los ciudadanos en el ámbito digital, garantizando su derecho a controlar su información personal (Morales Prats, 2005).

La jurisprudencia define la intimidad personal como “la esfera en la que se desarrollan determinadas facetas reservadas de la persona” (STAP de Pontevedra, Secc. 1ª, núm. 15/2001, de 18 de mayo), mientras que la privacidad comprende una serie de aspectos personales del individuo que éste tiene derecho a mantener en reserva (AAP de Madrid, Secc. 23ª, núm. 32/2004, de 21 de enero). La revelación de información íntima sin consentimiento, que podría derivar de la propagación de noticias falsas, es castigada bajo el artículo 197.3 CP con penas de prisión de 2 a 5 años, con agravantes si se afecta la ideología, religión, creencias, salud, origen racial, o vida sexual de la víctima, o si el delito se comete con fines lucrativos.

#### *Vías de defensa del derecho a la intimidad*

La protección del derecho a la intimidad, en caso de una injerencia por parte de un tercero, puede ejercitarse no solo en la jurisdicción penal, sino también a través de la jurisdicción civil y administrativa. En el ámbito administrativo, esta defensa se establece mediante la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPD), y el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo del 27 de abril de 2016. Este reglamento protege a las personas físicas en lo relativo al tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos, sustituyendo a la Directiva 95/46/CE (REPD).

Además, y de acuerdo con los artículos 3 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal (LECrim) y 4 de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa (LJCA), la intromisión en la intimidad por información falsa o lesiva contra la intimidad y/o el honor de una persona puede ser también abordada en la jurisdicción civil bajo la Ley Orgánica 1/1982. Esta normativa permite sancionar la difusión de información que vulnere dichos derechos, imponiendo la correspondiente responsabilidad civil para resarcir los daños y perjuicios causados y posibilitando la adopción de medidas cautelares que eviten su difusión.

## 6. CONCLUSIONES

La desinformación representa una amenaza creciente en la era digital, afectando desde procesos democráticos hasta la salud pública y la seguridad colectiva. Aunque este trabajo no profundiza en ejemplos adicionales debido a las limitaciones de extensión, se destaca la necesidad de equilibrar la regulación con la libertad de expresión, promoviendo herramientas y políticas que protejan la calidad informativa.

A nivel jurídico, el fenómeno de las noticias falsas plantea la necesidad de abordar sus efectos legales, ya que ciertas formas de desinformación pueden derivar en delitos graves. Los delitos de odio, por ejemplo, pueden incluir la difusión de contenidos falsos que promuevan prejuicios hacia grupos vulnerables y están contemplados en el artículo 510 del Código Penal español, que sanciona estas conductas con penas de prisión y multas. Asimismo, los delitos de descubrimiento y revelación de secretos, establecidos en el Título X del Código Penal, buscan proteger la intimidad y privacidad de los ciudadanos ante la divulgación no autorizada de datos personales, un riesgo que se incrementa con la circulación de noticias falsas.

La legislación española y europea provee marcos de defensa ante la vulneración de derechos provocada por la desinformación. La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, junto al Reglamento Europeo de Protección de Datos (REPD), amparan a los individuos frente a injerencias en su privacidad digital. Por otro lado, la Ley Orgánica 1/1982 permite la protección civil contra daños derivados de la difusión de información falsa, otorgando herramientas legales para mitigar el impacto de la desinformación y reforzar la responsabilidad en el ámbito informativo.

No obstante, ante el auge y el impacto de las fake news, se podría plantear en futuras investigaciones, la necesidad de valorar la creación de un delito autónomo en el ámbito penal que sancione específicamente la creación y difusión deliberada de noticias falsas cuando estas generen daños significativos en derechos fundamentales o procesos democráticos.

En conclusión, aunque la era digital ha democratizado el acceso a la información, también ha potenciado los riesgos de desinformación. Las leyes de protección de la intimidad, el honor y la veracidad informativa son esenciales para equilibrar la libertad de expresión y la responsabilidad de proporcionar información precisa, garantizando la seguridad y dignidad de los ciudadanos en un entorno mediático cada vez más complejo.

## REFERENCIAS

- AAP de Madrid, Secc. 23ª, núm. 32/2004, de 21 de enero.
- Aguerri, J. C., y Miró-Llinares, F. (2022). ¿Comunicación ofensiva y de odio o desinformación programada? Un análisis de las características y discurso del evento conspiranoico #ExposeBillGates. *IDP Revista de Internet Derecho y Política*, 0(37). <https://doi.org/10.7238/idp.v0i37.397192>
- Alandete, D. (2019). *Cómo sobrevivir a la era de la desinformación*. Editorial Planeta.
- Alonso Álam, M. (1983) Protección penal del honor. Sentido actual y límites constitucionales, *Anuario de derecho penal y ciencias penales*, Tomo 36, pp. 127-152.
- Andaluz Antón, L. (2021a). *Implicación de las emociones, la orientación política, la identidad nacional y la opinión sobre la inmigración como estrategia en la difusión y viralización de bulos en twitter* (Doctoral dissertation, Universidad Europea de Madrid).
- Andaluz Antón, L. (2021b). *Medidas preventivas en contra de la desinformación en Europa*. En *El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores* (pp. 171-194). Dykinson.
- Andaluz Antón, L. (2022). La expansión actual de las iniciativas de fact-checking. Organizaciones en activo. En Mañas Viniegra, L., Rivera Salas, P. E., y Cerdá Bertoméu, M. J. (Coords.) *Mediaciones comunicativas* (pp. 47-64). Thomson Reuters Aranzadi.
- Andaluz Antón, L. (2024). *El terrorismo global, agravado por la desinformación y la manipulación, desafía la seguridad mundial*. Editorial Tirant Lo Blanch.
- Aristóteles. (1994). *Metafísica* (4ª ed., Libro IV, 1011b25). Gredos. (Original del siglo IV a.C.).
- Assiego Cruz, V., Orejón Sánchez De Las Heras, N., Alises Castillo, C., Gracia González, J.V., Santiago Reyes, C. (2018). Guía Práctica para la abogacía, Fundación Abogacía Española [www.abogacia.es/wp-content/uploads/2018/12/GUIA-DELITOS-DE-ODIO.pdf](http://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2018/12/GUIA-DELITOS-DE-ODIO.pdf)
- Audiencia Provincial de Alicante, Secc. 1ª, Sentencia n.º 465/2023, de 6 de octubre de 2023.
- Audiencia Provincial de Pontevedra, Secc. 1ª, Sentencia n.º 15/2001, de 18 de mayo de 2001.
- Azurmendi, A. (2005). De la verdad informativa a la «información veraz» de la Constitución Española de 1978. Una reflexión sobre la verdad exigible desde el derecho de la información. *Comunicación y sociedad*, 18, 67-83. <https://doi.org/10.15581/003.18.36318>
- Barroso Batista, R. y Ilharco Galvão, A. (2023) "La naturaleza de la verdad: teorías y reflexiones", *Revista Portuguesa de Filosofia* 79, no. 3: 839-48, [https://doi.org/10.17990/RPF/2023\\_79](https://doi.org/10.17990/RPF/2023_79)
- Benkler, Y., Faris, R., y Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press.
- Benkler, Y., Tilton, C., Etling, B., Roberts, H., Clark, J., Faris, R., Kaiser, J., y Schmitt, C. (2020). *Mail-in voter fraud: Anatomy of a disinformation campaign* (Berkman Center Research Publication No. 2020-6). SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3703701>

- Bennett, W. L., y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bezerra, R. C. S., y Florêncio, S. V. (2023). Civil responsibility and fake news. *Revista Gênero E Interdisciplinaridade*, 4(01), 429-457. <https://doi.org/10.51249/gei.v4i01.1227>
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Comisión Europea. (2024). *Código de buenas prácticas en materia de desinformación*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/code-practice-disinformation>.
- Constitución Española. Boletín Oficial del Estado, 29 de diciembre de 1978, núm. 311, pp. 29313 a 29424 Cita en texto: (CE 1978).
- Cortada, J. W., y Macbeth, D. K. (2006). *Human judgment and decision-making in risk and uncertainty*. *Behavioral Science Journal*.
- Craig, D. (2021). *Desafíos éticos del periodismo en redes sociales*. *Ethics & Information Technology*.
- De las Heras Vives, L. (2020). Las fake news ante el derecho penal español. *Actualidad jurídica iberoamericana*, (12), 70-77.
- De Pablo Serrano, A. (2018) Honor, injurias y calumnias. Los delitos contra el honor en el Derecho histórico y en el Derecho vigente español, Valencia, Tirant lo Blanch.
- Díaz López, J.A. (2018) Informe de delimitación conceptual en materia de delitos de odio [www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/InformeConceptualDelitosOdio.pdf](http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/InformeConceptualDelitosOdio.pdf)
- Diez-Picazo, L.Mª (2021) *Sistemas de derechos fundamentales*, Valencia, Ed. Tirant Lo Blanch.
- Espiritusanto, Ó., y Rodríguez, P. G. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación*. Fundación Telefónica.
- EUvsDisinfo (Julio, 2023). *Contrarrestar las continuas campañas de desinformación de Rusia: Ocho años de EUvsDisinfo*. [Plataforma digital]. <https://euvsdisinfo.eu/es/contrarrestar-las-continuas-campanas-de-desinformacion-de-rusia-ocho-anos-de-euvsdisinfo/>
- Fernández Fernández, Á., Revilla Guijarro, A., y Andaluz Antón, L. (2020). *Análisis de la caracterización discursiva de los relatos migratorios en Twitter: El caso Aquarius*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 1-18.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- FGE (2020) Secretaría del Estado [www.icab.es/export/sites/icab/.galleries/documen-noticies/tratamiento-penal-de-las-fake-news-fiscalia-general-del-estado.pdf](http://www.icab.es/export/sites/icab/.galleries/documen-noticies/tratamiento-penal-de-las-fake-news-fiscalia-general-del-estado.pdf)
- Garrote De Marcos, Mª y Vila Ramos, B. (2015) *Jurisdicción constitucional y el procedimiento de defensa de los derechos*, Madrid, Ed. Dykinson.
- Haidt, J., y Bjorklund, F. (2007). *Social Intuitionists Answer Six Questions About Moral Psychology*. En W. Sinnott-Armstrong (Ed.), *Moral Psychology* (pp. 188-194). MIT Press.
- International Fact-Checking Network (IFCN). (2016). *Código de principios de la IFCN*. Poynter

Institute.

Kahneman, D., y Tversky, A. (1970). *Heurística y sesgos en la toma de decisiones*. *Journal of Behavioral Economics*.

Klandermans, B. (1991). *Perspectives on Collective Behavior and Social Movements*. Allyn and Bacon.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. (A. D. Rodríguez, trad.) Santillana Ediciones Generales, S.L. (Original publicado en 2001).

Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, BOE n.º 115, de 14/05/1982.

Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, BOE n.º 281, de 24/11/1995.

Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, *reguladora del derecho de rectificación*. BOE n.º 74, de 27/03/1984.

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, «BOE» núm. 294, de 06/12/2018.

Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial, BOE n.º 157, de 02/07/1985.

Liu, X. (2022). *Ignorance and error in Plato and Socrates' philosophy*. *Journal of Classical Studies*. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

López, C. y Márquez, M. G (2018). Aportaciones de la Psicología a la comprensión de las narrativas nacionales y la identidad nacional: pensamiento narrativo, identidades sociales y emociones colectivas. En *¿Qué saben de su historia nuestros jóvenes?: Enseñanza de la historia e identidad nacional*. Comares, 99-117.

Maldita.es. (2024, 26 de enero). *Fact-checking works: the evidence on verification and the fight against disinformation* [plataforma de verificación de información]. Maldita.es. <https://maldita.es/index.php/politicas-publicas/20240126/fact-checking-works/>

Martínez Calvo, J (2020) *El derecho de rectificación ante informaciones falsas o inexactas, con especial mención a las publicadas en internet*, Revista de Derecho Civil, Vol. VII, núm. 4, Estudio.

McLuhan, M. (1996). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.

Michailidou, A., y Trenz, H. J. (2021). *Post-Truth and the Mediatization of Politics*. *International Journal of Communication*.

Miller, S. (2019, marzo 26). Citizen Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication* <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-786>.

Morales Prats, F. (2005) Delitos contra la intimidad, el derecho a la propia imagen y la inviolabilidad del domicilio. Comentarios a la Parte especial del derecho Penal. Navarra, Ed. Thomson Aranzadi.

Moran, R. E., y Nechushtai, E. (2022). Before reception: Trust in the news as infrastructure. *Journalism*, 24(3), 457-474. <https://doi.org/10.1177/14648849211048961>

- Moya, P. (2012). *La intuición moral y la psicología de la emoción*. *Psicología Social*.
- Mwaura, J. (2021). The Practice of Citizen Journalism at Kibera News Network. *African Journalism Studies*, 42(4), 31–45. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.2021262>
- Nuswantari, S. A., & Alyasuci, P. (2023). The developments and challenges of citizen journalism in Indonesia. *ETTISAL: Journal of Communication*, 8(1), 111-125.. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i1.9690>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022). *Reglamento (UE) 2022/2065 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales)*. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 277, 1-102. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065>
- Prokopović, S., y Vujović, J. (2021). *An approach to regulating disinformation: A review of international frameworks*. *International Journal of Legal Studies*, 43(1), 78-92. <https://doi.org/10.22190/FULP2003175M>
- Real Decreto de 14 de septiembre de 1882 por el que se aprueba la Ley de Enjuiciamiento Criminal, Gaceta de Madrid» n.º 260, de 17/09/1882.
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos, «DOUE» núm. 119, de 4 de mayo de 2016.
- Rodríguez, M., Sabucedo, J. M y Costa, M. (1993). Factores motivacionales y psicosociales asociados a los distintos tipos de acción política. *Psicología Política*, (7), 19-38. <https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N7-2.pdf>
- Rodríguez-Pérez, C., Seibt, T., Magallón-Rosa, R., Paniagua-Rojano, F. J., y Chacón-Peinado, S. (2022). Purposes, Principles, and Difficulties of Fact-checking en Ibero-America: Journalists' Perceptions. *Journalism Practice*, 17(10), 2159-2177. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2124434>
- San Martín Ulloa, R. (2006). El significado de las categorías «izquierda» y «derecha»: información, contraste y participación política juvenil. *Última Década*, 14(24), 125-149. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2338577.pdf>
- Shesterkina, L., Lobodenko, L., Krasavina, A., y Marfityna, A. (2021). Fact-Checking and Information Verification in the Context of Journalism Education. , 10, 94-108. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(1\).94-108](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(1).94-108).
- Singer, F. (2024, agosto 29). *Maduro reivindica el triunfo de "la verdad y el amor" y acusa a Machado de formar un "pacto satánico" con Musk*. El País [Periódico digital] <https://elpais.com/america/2024-08-29/maduro-reivindica-el-triunfo-de-la-verdad-y-el-amor-y-acusa-a-machado-de-formar-un-pacto-satanico-con-musk.html>
- Springer, S., y Özdemir, V. (2022). Disinformation as COVID-19's Twin Pandemic: False Equivalences, Entrenched Epistemologies, and Causes-of-Causes. *OMICS A Journal Of Integrative Biology*, 26(2), 82-87. <https://doi.org/10.1089/omi.2021.0220>

Tangcharoensathien, V., Calleja, N., Nguyen, T., D'agostino, M., Garcia-Saiso, S., Landry, M., Rashidian, A., Hamilton, C., AbdAllah, A., Ghiga, I., Hill, A., Hougendobler, D., Andel, R., Nunn, M., Brooks, I., Sacco, P., Domenico, M., Mai, P., Gruzd, A., Alaphilippe, M., y Briand, S. (2020). *Framework for Managing the COVID-19 Infodemic*. *Bulletin of the World Health Organization*, 98(6), 518-524. <https://www.jmir.org/2020/6/e19659/>

TC de España, Sentencia 105/1990, de 6 de junio, BOE n.º 160, de 05 de julio de 1990.

TC de España, Sentencia 136/2006, de 8 de mayo, BOE n.º 136, de 08 de junio de 2006.

TC de España, Sentencia 138/1992, de 13 de octubre, BOE n.º 276, de 17 de noviembre de 1992.

TC de España, Sentencia 154/1999, de 14 de septiembre, BOE n.º 244, de 11 de octubre de 1999.

TC de España, Sentencia 168/1986, de 22 de diciembre, BOE n.º 17, de 20 de enero de 1987.

TC de España, Sentencia 176/1995, de 11 de diciembre, BOE n.º 11, de 12 de enero de 1996.

TC de España, Sentencia 192/1999, de 25 de octubre, BOE n.º 283, de 26 de noviembre de 1999.

TC de España, Sentencia 194/1994, de 23 de junio BOE n.º 177, de 26 de julio de 1994.

TC de España, Sentencia 20/1990, BOE n.º 52, de 1 de marzo de 1990.

TC de España, Sentencia 207/1996, de 16 de diciembre, BOE núm. 19, de 22 de enero de 1997.

TC de España, Sentencia 235/2007, de 7 de noviembre, BOE n.º 295, de 10 de diciembre de 2007.

TC de España, Sentencia 28/1996, de 26 de febrero, BOE n.º 63, de 13 de marzo de 1996.

TC de España, Sentencia 281/2006, de 9 de octubre, BOE n.º 274, de 16 de noviembre de 2006.

TC de España, Sentencia 34/1996, 11 de marzo, BOE n.º 93, de 17 de abril de 1996.

TC de España, Sentencia 35/1983, de 11 de mayo, BOE n.º 120, de 20 de mayo de 1983.

TC de España, Sentencia 41/2006, de 13 de febrero BOE n.º 64, de 16 de marzo de 2006

TC de España, Sentencia 41/2013, de 14 de febrero, BOE n.º 61, de 12 de marzo de 2013.

TC de España, Sentencia 49/2001, de 26 de febrero BOE n.º 77, de 30 de marzo de 2001.

TC de España, Sentencia 49/2001, de 26 de febrero, BOE n.º 77, de 30 de marzo de 2001.

TC de España, Sentencia 52/2002, de 25 de febrero, BOE n.º 67, de 19 de marzo de 2002.

TC de España, Sentencia 53/1985, de 11 de abril, BOE n.º 119, de 18 de mayo de 1985.

TC de España, Sentencia 6/1988, de 21 de enero, BOE n.º 31, de 05 de febrero de 1988.

TC de España, Sentencia 81/1992, de 28 de mayo, BOE n.º 157, de 01 de julio de 1992.

TC de España, Sentencia 92/2014, de 4 de julio, BOE n.º 162, de 4 de julio de 2014.

Toffler, A. (1973). *Future Shock*. Bantam.

Toffler, A. (1981). *The Third Wave*. Bantam.

Tribunal Europeo de Derechos Humanos, Sentencia de 24 de febrero de 1997, De Haes y Gijssels contra Bélgica.

TS, Sala 2ª, Sentencia 259/2011, de 12 de abril de 2011.

Vázquez González, C. (2021) Delitos contra el honor, en Curso de Derecho Penal Parte Especial, VV.AA, ed. 3ª, Madrid, Ed. Dykinson.

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M., y López-García, X. (2023). *El papel del fact-checking en la contención de la desinformación. Estudios sobre el Periodismo de Verificación*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2164328>

Wood, T., Porter, E. (2019) The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence. *Polit Behav* 41, 135–163. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y>

Wu, Y., y Wall, M. (2019). Prosumers in a digital multiverse: An investigation of how WeChat is affecting Chinese citizen journalism. *Global Media and China*, 4(1), 36-51. <https://doi.org/10.1177/2059436419835441>

**ZONA**

**ABIERTA**





Revista de Comunicación Digital

## Funciones y estrategias comunicativas en X/Twitter de las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio”

### Functions and communicative strategies in X/Twitter of Ibero-American women politicians ‘of change’

 **Romina Pepe-Oliva**  
rpepe@uji.es  
Universitat Jaume I de Castelló

 **Andreu Casero Ripollés**  
casero@uji.es  
Universitat Jaume I de Castelló

#### Resumen

X (antes Twitter) es una de las principales plataformas utilizadas en la comunicación política digital debido a su capacidad de difundir mensajes de manera rápida y accesible. Esta cualidad viralizadora brinda una mayor visibilidad a los agentes sociales y políticos alternativos permitiéndoles introducir y promover sus propios temas, generando así procesos de automediación. En este contexto, surgen la presencia de mujeres que demandan tener voz y visibilidad propia más allá de los mecanismos establecidos por la política tradicional. Estas actrices, que desde sus diversas formas de participación y activismo proponen una transformación de la realidad, son las que llamaremos mujeres del “cambio político”. Esta investigación tiene por objetivo conocer qué funciones tienen mayor presencia en su estrategia comunicativa en X. Para ello, se analizan comparativamente los perfiles de X de Miriam Bregman (Argentina); Vilma Ripoll (Argentina); Camila Vallejo (Chile); Ana Erazo (Colombia); Ada Colau (España); Teresa Rodríguez (España); Martha Tagle (México); Verónica Mendoza (Perú), Marisa Matias (Portugal); Verónica Mato (Uruguay) durante el año 2020. La técnica de investigación usada es el análisis de contenido, incluyendo tanto un enfoque cuantitativo como cualitativo, basado en el análisis crítico del discurso. Los resultados evidencian que el uso de X se orienta, principalmente, a atacar o criticar a sus oponentes políticos. Al hacerlo combinan una dinámica constructiva y destructiva de la crítica. La segunda función más utilizada es la construcción de comunidad, orientada a difundir sus valores e ideología.

#### Palabras clave

X (Twitter), comunicación política, mujeres políticas, Iberoamérica, medios digitales

#### Cómo citar este artículo:

Pepe-Oliva, R. y Casero-Ripollés, A. (2025). Funciones y estrategias comunicativas en X/Twitter de las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio”. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 122-139. DOI. 10.7203/drdcd.v0i11.308

Recibido: 26/07/2024

Aceptado: 13/11/2024



## Abstract

X (formerly Twitter) is one of the primary platforms for digital political communication due to its capacity to spread messages quickly and accessibly. This viral quality provides increased visibility for alternative social and political agents, allowing them to introduce and promote their own issues, thereby generating self-mediation processes. In this context, women emerge, demanding to have their own voices and visibility beyond the mechanisms established by traditional politics. These actors, who, through various forms of participation and activism, advocate for a transformation of reality, are what we term women of “political change”. This research aims to identify which functions are most prominent in X’s communication strategy. To do so, the X profiles of the following individuals are comparatively analyzed: Miriam Bregman (Argentina), Vilma Ripoll (Argentina), Camila Vallejo (Chile), Ana Erazo (Colombia), Ada Colau (Spain), Teresa Rodríguez (Spain), Martha Tagle (Mexico), Verónica Mendoza (Peru), Marisa Matias (Portugal), and Verónica Mato (Uruguay) during the year 2020. The research employs content analysis with both quantitative and qualitative approaches, based on critical discourse analysis. The results show that the primary use of X is to attack or criticize political opponents, employing a dynamic of both constructive and destructive critique. The second most common function is community building, aimed at disseminating values and ideology.

## Keywords

X (Twitter), political communication, political women, Latin America, digital media.

## 1. INTRODUCCIÓN

La investigación ha demostrado ávidamente cómo las tecnologías digitales y, especialmente las redes sociales, han cambiado nuestras sociedades. En lo que se refiere a la comunicación política, el entorno digital ha generado una transformación en la relación de los actores implicados en la misma. Esto ha afectado a eventos políticos relevantes como las campañas presidenciales de Obama, o el fracaso del golpe de estado turco de julio de 2016, cuando Erdogan asumió la iniciativa mediante una emisión en Facebook Live (Enguix Oliver, 2017). También han sido soporte para iniciativas ciudadanas con impacto político como el 15M (Feenstra et al., 2016) y de reclamo social como el *Yo sí te creo* (Esquivel Domínguez, 2019; Ballesteros Doncel y Blanco Moreno, 2021) o *Ni una menos* (Laudano, 2017; Accossatto y Sendra, 2018; Revilla Blanco, 2019).

Entre sus principales características destaca la posibilidad de que la ciudadanía se convierta en creadora de contenidos (Casero-Ripollés, 2015), además de que los actores políticos puedan dirigirse a los seguidores sin ninguna mediación, lo que permite entablar una comunicación más directa con los usuarios (López-Meri et al., 2017; Miquel-Segarra et al., 2017). Sin embargo, estas mismas características han demostrado ciertas limitaciones, como la desconfianza generada por la abundancia de información, el aumento de noticias falsas, la polarización política y la fragmentación del entorno digital (Casero-Ripollés, 2020).

Entre el abanico de redes sociales, X se ha convertido en un canal imprescindible en las estrategias comunicativas de los actores políticos, no solo en períodos de campaña electoral, sino también fuera de ellos (López-Meri et al., 2017; López-Meri et al., 2020; López-Rabadán et al., 2016; López-Rabadán y Doménech-Fabregat, 2021; Pérez-Curiel y García-Gordillo, 2020; Cuevas Gómez, 2023). Sin embargo, el uso que las mujeres políticas hacen de estas plataformas digitales en sus estrategias comunicativas es un tópico menos explorado. Conocer las principales funciones que le otorgan a esta red social que puede tener una influencia e impacto en el escenario político es una cuestión pendiente. Profundizar en ella nos permitirá continuar analizando la evolución que las tecnologías digitales están generando tanto en la gestión de la comunicación política como en la vida cotidiana de las sociedades actuales. El objetivo de este artículo es analizar cuáles son las principales funciones atribuidas a X por parte de las mujeres políticas “del cambio”. Pretendemos averiguar qué hacen en esa plataforma y qué implicaciones tiene lo que hacen desde la perspectiva de la comunicación política.

## 1.1 Medios sociales y transformación de la comunicación política

En las últimas décadas la digitalización, especialmente la web 2.0 y las redes sociales, han introducido numerosas novedades en el campo de la comunicación política. La principal característica de esta es la proliferación y abundancia de medios de comunicación, la ubicuidad, el alcance y la celeridad de transmisión de la información (Blumler y Kavanagh, 1999). En este nuevo contexto los actores políticos – y no sólo ellos, sino también la ciudadanía en general – puede aspirar a alcanzar autonomía comunicativa (Casero-Ripollés, 2015) pudiendo comunicarse directamente con el público. Las redes sociales han aportado numerosas transformaciones en el campo de la comunicación política e impactado sobre la vida democrática de los ciudadanos, permitiendo no solo ampliar su alcance, sino también captar la atención mediática de las demandas de los sectores no tradicionales tales como organizaciones, movimientos políticos alternativos y plataformas sociales (Finkelievich y Kisilevsky, 2005; Alonso-Muñoz, 2016).

El proceso de comunicación genera, en definitiva, un flujo activo de participación (Campos-Freire, 2008). Actores sociales, políticos, organizaciones y ciudadanos independientes en muchas partes del mundo están utilizando esta capacidad que tienen las redes sociales para darse a conocer, defender sus ideas o plantear sus puntos de vista. En este punto se encuentra lo que se denomina sistema mediático híbrido, que generó un cambio en la naturaleza de la comunicación política modificando la relación entre los medios, los políticos y el público (Chadwich, 2017).

Este proceso de incorporación de los medios digitales ha generado un doble efecto en la comunicación política. Por un lado, ha introducido nuevas prácticas comunicativas y nuevas estrategias para los actores políticos. Por otro lado, las redes sociales han permitido la emergencia de nuevas dinámicas y la transformación de los viejos actores y procesos que han dominado la comunicación política durante el siglo XX y que se están adaptando al nuevo contexto (Rúas-Araújo y Casero-Ripollés, 2018).

Los medios sociales sitúan a los usuarios en el centro del proceso comunicativo frente a la comunicación de masas que ponía el foco de atención en los medios de comunicación tradicionales (De Aguilera y Casero-Ripollés, 2018). En consecuencia, no se trata sólo de una nueva herramienta que optimiza lo existente, haciéndolo más cómodo y rápido, sino de un cambio cualitativo que puede afectar a las relaciones de poder (Subirats, 2011; Cáceres-Zapatero et al., 2015).

## 1.2 Usos y funciones de X en la comunicación política digital

La academia se ha centrado en aspectos muy dispares de los usos y funciones que pueden hacerse de X en el campo de la comunicación política. Numerosas investigaciones analizan el potencial de esta red social para la acción política y/o partidista (Rodríguez-Andrés y Ureña Uceda, 2011; López-Rabadán et al., 2016; Ufarte-Ruiz et al., 2018; Marín-Dueñas et al., 2019; González-List, 2022). Otras destacan cómo incrementan su influencia los políticos, para aprovechar así el efecto instantáneo de sus mensajes con fines electorales (López García, 2016; Dader y Campos-Domínguez, 2017; Pérez-Curiel et al., 2021), permitiendo que se conviertan también en *influencers*, altavoces y prescriptores (Deltell et al., 2013).

Como principales características de uso de esta red social predomina la difusión de información autorreferencial, ya que permite a los políticos anunciar su participación en mítines o compartir sus propios contenidos (Criado et al., 2013). Además, a menudo incluyen peticiones específicas dirigidas a los usuarios. Estas solicitudes pueden abarcar desde la asistencia a eventos y actos de campaña, la colaboración como voluntarios, hasta la realización de donaciones para apoyar la campaña. Los partidos y sus líderes también atribuyen a X la capacidad de movilizar el voto y la participación (Gainous y Wagner, 2014; Aguirre-Sala, 2012), así como de servir como un instrumento para influir y difundir propaganda en contextos políticos y durante situaciones de crisis (Carrasco et al., 2018).

Podría suponerse que se ha concentrado casi exclusivamente en la eficacia que tendría esta plataforma como herramienta electoral, destacando la relevancia de utilizar temas relacionados con la estrategia política para obtener votos. No obstante, se ha demostrado que el interés

principal de muchos partidos y candidatos se centra en criticar la gestión de gobiernos y opositores, establecer acuerdos y pactos, abordar temas personales o confrontarse con los medios de comunicación (Pérez-Curiel y García-Gordillo, 2020b; Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, 2019; Pérez-Curiel et al., 2021).

Diversas investigaciones sobre el impacto de los medios sociales en el cambio político y social señalan que estas tecnologías abren nuevas oportunidades, aunque no transforman de manera radical las dinámicas ya existentes en la comunicación política (de Aguilera y Casero-Ripollés, 2018). No necesariamente promueven una mayor pluralidad ni garantizan una tendencia hacia el consenso social. Por el contrario, muchas veces se convierten en un espacio donde predominan la polarización y la desinformación (Borbath, Hutter y Leininger, 2023; Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, 2024). Además, los contenidos que circulan por estas plataformas suelen enfocarse hacia aspectos personales o anecdóticos, en lugar de profundizar en las razones de fondo de las acciones sociales o decisiones políticas (Bravo Mancero et al., 2023). Esto tiene consecuencias para la calidad del debate público y la participación política de la ciudadanía.

Si bien X se ha convertido en una de las redes sociales principales para el debate político, las investigaciones anteriores han demostrado que los actores políticos tradicionales no emplean su potencial dialéctico ni para dialogar ni para replicar con su audiencia (Shogan, 2010; Alonso-Muñoz et al., 2016; Alonso-Muñoz et al., 2016; Campos-Domínguez, 2017). Esta utilización unidireccional (Gamir-Ríos, et al. 2022; Marín-Dueñas, et al 2019), en vez de potenciar una comunicación constructiva entre los diferentes actores involucrados, podría potenciar el conflicto y las divisiones sociales dentro de las sociedades (Casero-Ripollés, 2018).

También destaca el crecimiento progresivo de X para polarizar a la población (Campos-Domínguez et al., 2021; Blanco-Alfonso et al., 2022), lo que sigue siendo una preocupación relevante para las democracias actuales. Esto se acentúa por la proliferación de cuestiones como la difusión de rumores, desinformación y noticias falsas (Pérez Curiel et al., 2022; López-Martín et al., 2023; Rando-Cueto et al., 2024), el crecimiento de los discursos populistas (Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, 2018; Toro González y Pérez-Curiel, 2021; Lava, 2021) y el auge de la extrema derecha (Miller-Idriss, 2022; Guerrero-Solé et al., 2022; Tuñón-Navarro y Bouzas-Blanco, 2023).

## 2. OBJETIVO

Esta investigación tiene como objetivo general analizar el uso que las mujeres políticas del “cambio” iberoamericanas hacen de X como herramienta de comunicación en el marco de su discurso público cotidiano. En concreto, se pretende conocer las principales funciones que dichas mujeres políticas otorgan a esta plataforma digital.

La idea de “cambio” se propone como una “nueva” manera de concebir y hacer política, un espacio de contrapoder donde se transmiten, respaldan y desafían transformaciones tanto sociales como políticas (Castells, 2009), permitiendo reconceptualizar la ciudadanía y la democracia en su conjunto. Denominamos mujer política “del cambio” (Pepe-Oliva y Casero-Ripollés, 2023) a aquellas que se construyen discursivamente como representantes de una nueva fuerza política, encargadas de vigilar, pero también de aportar y transformar las sociedades iberoamericanas actuales.

El interés por la región de Iberoamérica resulta relevante porque permite entender la complejidad cultural, social y política de una zona que, aunque comparte un origen histórico y un idioma, es profundamente diversa en sus expresiones culturales, tradiciones y procesos sociales. Además, desde un punto de vista comparativo resulta interesante porque ayuda a identificar patrones y diferencias en la manera en que cada país enfrenta cuestiones clave, como la desigualdad social, la consolidación democrática o el desarrollo político económico. Entender esto desde la perspectiva de género y la comunicación política en las plataformas digitales ofrece una perspectiva más amplia de cómo las mujeres generan espacios de visibilidad en estos medios.

### 3. METODOLOGÍA

Mediante una metodología basada en el análisis de contenido, que combina una dimensión cuantitativa junto a otra de naturaleza cualitativa basada en el análisis crítico del discurso (Van-Dijk, 1993, 2006; Fairclough, 2010), se analizan los mensajes en X de diez mujeres políticas iberoamericanas.

Para ello, se han seleccionado diez perfiles de X: Myriam Bregman (Argentina); Vilma Ripoll (Argentina), Camilia Vallejo (Chile); Ana Erazo (Colombia); Ada Colau (España); Teresa Rodríguez (España); Martha Tagle (México); Verónica Mendoza (Perú); Marisa Matías (Portugal) y Verónica Mato (Uruguay). La elección de estas mujeres políticas responde a tres criterios. El primero es que se introduce una elevada diversidad geográfica al incorporar representantes de ocho países iberoamericanos. El segundo, que representan perfiles distintos dentro del eje gobierno-oposición. Y, finalmente, en tercer lugar, todas ellas se autodefinen como críticas en relación con el ejercicio tradicional de la política y como defensoras de causas vinculadas al cambio social.

La muestra de esta investigación se centra en el período que comprende el año 2020. Para la obtención de los mensajes se ha seleccionado una semana de cada mes, optando así por un período rutinario y evitando acontecimientos políticos relevantes como las campañas electorales. El total de tuits analizados es de 1559. Los mensajes que componen la muestra se descargaron mediante la herramienta *Twitonomy*. El análisis se realizó de forma manual y no automatizada. El coeficiente de fiabilidad de codificadores se ha calculado con el método Holsti, alcanzando un nivel de 0,9 en todas las variables. Esto demuestra la validez del modelo de análisis.

Para responder al objetivo de investigación, se utiliza el protocolo que permite analizar las funciones (Tabla 1) y que incluye 18 categorías excluyentes, basadas en los trabajos previos de López-Meri, et al. (2017).

**Tabla 1. Protocolo de análisis empleado en la investigación**

Función	Descripción
Agenda de actos políticos	Mensaje que comunique sobre actos políticos organizados por el partido o agrupación a los que acudirá ella o algún miembro, en los que se especifica lugar y hora. Tuits donde la política explica qué está haciendo o dónde se encuentra para cumplir con sus obligaciones.
Agenda mediática	Mensaje en los que la política anuncia que irá ella o algún miembro de su partido va a participar en un programa de radio o televisión o nos invita a leer nota en el periódico escrito por ella o algún compañero de fila. Así como invita a participar o escuchar a través de sus distintos canales de redes sociales.
Crítica al adversario político	Mensaje que incluyen críticas a adversarios políticos o ideológicos, tanto internacionales como nacionales y regionales. Tuits que critiquen al Gobierno, sea nacional, provincial o local (la crítica puede ser a la persona que encabeza el Gobierno, como al equipo en general).
Crítica a las instituciones internacionales	Mensaje donde se critiquen instituciones internacionales como FMI, Banco Mundial, FAO, Unión Europea, Consejo de Europa, ONU, OMS, etc.

Crítica a la función judicial	Mensaje donde se critique el actuar de jueces, fiscales o miembros de poder judicial o de los altos cargos de la Judicatura.
Crítica a la actuación policial o militar	Mensaje donde se denuncie o critique el accionar de policías o militares tanto locales, nacionales como provinciales.
Apoyo a la movilización ciudadana	Mensaje donde muestre su apoyo a la movilización ciudadana o popular, apoya marchas, acampadas, escraches, piquetes, así como comunique la importancia o confirme su asistencia. Mensaje en los que se muestra dando apoyo a organizaciones ciudadanas, barriales o comunitarias. Además, incluye tuits que invitan a participar, acompaña o insiste en su importancia.
Programa/promesas/propuestas	Mensaje en los que se comuniquen programas, propuestas o promesas que realizará si llega al Gobierno, si se aprueban sus iniciativas legislativas. Mensaje sobre propuestas políticas de futuro o sobre propuestas programáticas concretas.
Logros de gestión/oposición	Mensaje en los que se comunica, celebra o alaba logros conseguidos por ella o su partido.
Logros de terceros	Mensaje en los que se comunican, celebren o alaben logros conseguidos por formaciones políticas, líderes de otros partidos o movimientos ciudadanos o sociales, entre otros.
Fomento de la participación electoral	Mensaje que buscan de forma directa el voto, la petición de donativos económicos.
Interacción y diálogo con los usuarios	Mensaje que responden a un mensaje lanzado por un usuario sobre cuestiones políticas, económicas o sociales.
Construcción de Comunidad: Valores e ideología	Mensaje que refuerzan los valores del partido y que contienen conceptos que identifican al partido, su ideología o sus valores.
Construcción de Comunidad: Vida personal/ <i>Backstage</i> actos políticos	Mensaje en los que se hace referencia a la vida privada o se muestra el <i>backstage</i> de un acto político al que se ha acudido.
Construcción de comunidad: Entretenimiento	Mensaje que fomentan la construcción de comunidad alrededor del partido o del líder con un enfoque basado en el entretenimiento.
Humor	Mensaje que incluyan chistes, memes u otros recursos humorísticos.
Protocolo o cortesía	Mensaje de agradecimiento, pésame, buenos días/noches, efemérides, etc.

Otros	Mensaje que no puedan incluirse en ninguna de las categorías anteriores.
Fuente: Adaptado de López-Meri, et al. (2017)	

## 4. RESULTADOS

El análisis coincide en la mayoría de los casos estudiados, ya que, en términos generales, todas las actrices excepto Ada Colau y Marisa Matias, utilizan X principalmente como un medio desde el que atacar o criticar a sus oponentes políticos. Estos son el Gobierno de turno, las instituciones nacionales o internacionales y las grandes empresas y corporaciones. Esto tiene reflejo en las principales funciones atribuidas a esta red social (Tabla 2), siendo la función más usada la crítica a terceros que supera el 40% en perfiles como los de Bregman o Vallejo. La segunda función más utilizada en general ha sido construcción de comunidad, superando más del 25% en el caso de Rodríguez o Mato. Como tercera función, destaca la agenda de actos políticos, llegando a superar el 27% en el caso de Matias.

### 4.1. Crítica al adversario

La mayoría de las mujeres políticas “del cambio” iberoamericanas usan X para realizar críticas al adversario (Tabla 2), siendo la función con la media global más alta (20%). Las actrices políticas identifican a sus rivales con nombres y apellidos o apelan a su cargo público. Generalmente, los mensajes están plagados de información directa para persuadir a sus seguidores con propuestas, contraargumentos o planteamientos estratégicos destinados a desacreditar o desestabilizar a quienes ellas consideran sus adversarios.

Destaca en este aspecto Camila Vallejo (35,05%), cuyo foco de sus críticas directas son el presidente del gobierno chileno, Sebastián Piñera, pero también los miembros del gobierno, ministros, diputados o senadores. En este caso, la crítica está enfocada a las medidas sanitarias en tiempo de pandemia, pero también a nivel de operatividad y gestión de la política nacional. La legisladora porteña Myriam Bregman presenta también un porcentaje elevado en esta categoría (33,63%). En el caso de esta actora, el foco de sus críticas es Horacio Larreta, alcalde de la Ciudad de Buenos Aires, el expresidente Mauricio Macri, así como su equipo, legisladores del partido, diputados o senadores nacionales, con especial énfasis en las políticas sociales, económicas o sanitarias. Vilma Ripoll es otra que utiliza esta función con asiduidad (23,53%). Recalcando en este caso sus críticas hacia el gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof, las personas a su cargo, pero también las medidas económicas del Gobierno nacional, el accionar de ciertos diputados por la provincia o los protocolos en pandemia.

En una misma línea encontramos a Martha Tagle (20,57%), Teresa Rodríguez (20%), Ana Erazo (18,26%) y Verónica Mato (18,46%), que presentan valores similares entre sí. Desarrollan una estrategia similar en la que el blanco de sus críticas son el presidente del gobierno, los diputados o partidos de la oposición parlamentaria. Finalmente, con un porcentaje más bajo, se sitúa Verónica Mendoza (13,85%).

En este sentido, se observa como el eje gobierno-oposición es determinante en el empleo de la crítica en X, ya que las políticas que se encuentran en la oposición utilizan con mayor frecuencia esta función en sus mensajes, mientras que las que están en el gobierno mantienen un perfil institucional y moderado recurriendo en menor medida a este tipo de ataques.

Esta utilización de la crítica al adversario político se conforma a través de la personalización negativa de los rivales políticos (López-Meri et al., 2017; López-Meri et al., 2020). Como se ha advertido, el centro de las acusaciones en este caso son los representantes de la oposición, los presidentes de los gobiernos nacionales, los ministros y los diputados o senadores. La crítica va dirigida ya sea a su figura o sus propuestas políticas. Esta personalización negativa contribuye, así, a la construcción y afirmación de su estrategia discursiva. Esto les permite posicionarse en el sentido opuesto, visibilizar sus propias propuestas y presentarse como una alternativa.

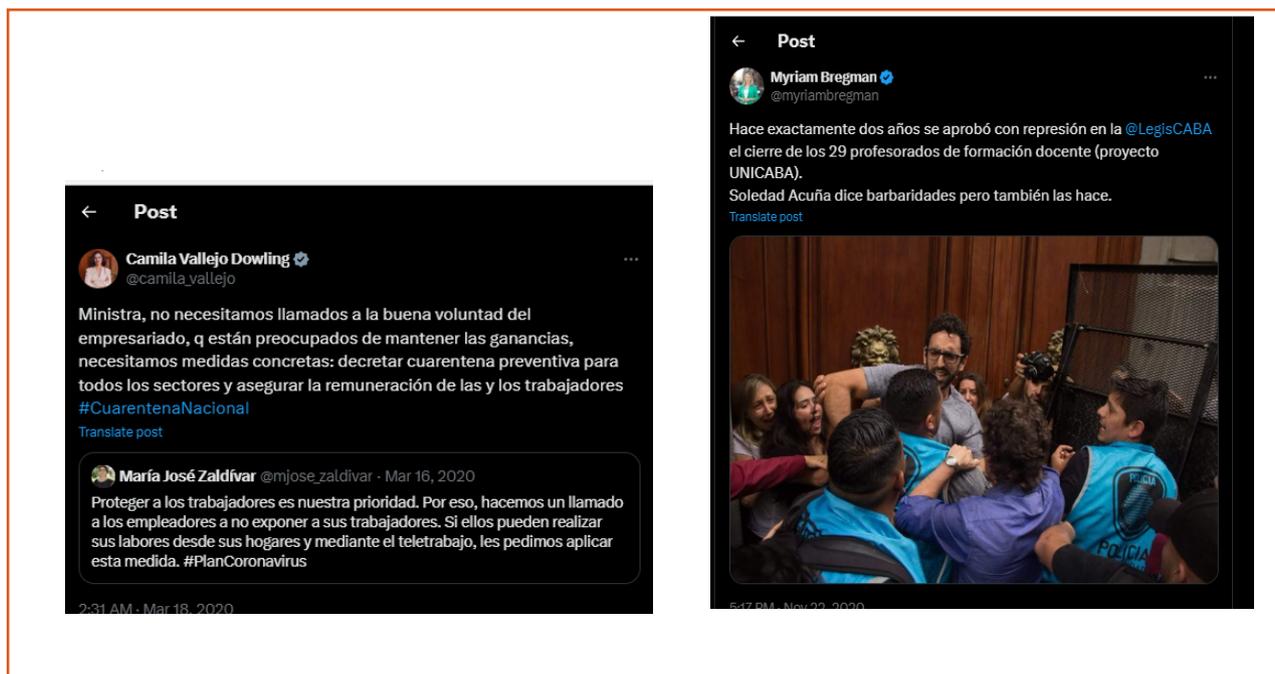


Figura 1. Ejemplos de crítica al adversario. Fuente X

## 4.2. Construcción de comunidad: valores e ideología o la idea de “pueblo”

La siguiente función más utilizada es la construcción de comunidad a partir de los valores y la ideología, con una media global de 12,71%. Seis de las diez líderes recurren a ella (Tabla 2). Sus publicaciones buscan fortalecer, afirmar y dar difusión a su ideología o valores con un lenguaje acorde a la retórica, generalmente, progresista, de transformación social, economía sostenible, solidaridad, derechos humanos, justicia social, así como una mirada ecologista, de género y orientada hacia las minorías, la diversidad y la inclusión. Otro aspecto recurrente en sus narrativas dentro de esta función es también un discurso que avala la necesidad de un cambio político en las instituciones y una transformación de la democracia.

Esta función resulta una de las esenciales dentro de la estrategia comunicacional de las actrices políticas estudiadas, ya que permite no solo captar la atención de sus seguidores, sino también crea un espacio de conexión para buscar colaboración y generar confianza, para construirse comunicativamente como actrices políticas “del cambio”. Al proponer narrativas alternativas, de reflexión o al iniciar discusiones de aspectos claves de la realidad latinoamericana, buscan despertar atención general de la ciudadanía y orientarla hacia el cambio social potencial.

Otra característica de esta función es la apelación reiterada al concepto de “pueblo”, característica central en la fundamentación y práctica del populismo político (Alonso-Muñoz, 2021). Este aspecto no puede ser pensado sin los de “nación”, “clase” o “multitud”, moneda corriente en la discusión política y también en el ámbito de los debates (Link, 2023). Se configuran, así, como “lo diferente” o lo opuesto de aquellos que ostentan el poder de manera tradicional remarcando su distancia de las élites y vinculándose a la gente “de a pie”. Con ello, persiguen generar cercanía con los usuarios de X, aspecto que podría fortalecer los lazos dentro de la misma comunidad de seguidores.

Verónica Mato (20,00%) y Teresa Rodríguez (20,00%) son las que más utilizan esta función y superan la media global. Ambas actrices establecen una estrategia discursiva centrada en la idea del cambio o regeneración política. Ellas construyen una estrategia para posicionarse del lado del pueblo y para diferenciarse de la política tradicional. Aparecen referencias también a la idea de igualdad y la inclusión de las mujeres o para dar visibilidad a la vida social y política de su comunidad.

Otras políticas que utilizan esta función y que también superan la media son Ripoll, Colau y Matias. Si bien no lo hacen con la intensidad que Rodríguez y Mato, sí está presente en su narrativa con relativa frecuencia. Vilma Ripoll (15,44%) presenta un discurso directamente

relacionado con su ideario político, en el cual también está presente el pueblo, así como la lucha o la movilización ciudadana para la transformación de la realidad. Ada Colau (13,61%) lo hace apelando a valores democráticos, republicanos, pero también el antiracismo, la tolerancia sexual, el esfuerzo de la gente de su ciudad, su orgullo por la situación que se ha vivido y cómo se ha estado a la altura para hacer frente a la pandemia. Marisa Matias (13,56%) construye una visión de comunidad en dos sentidos, por un lado, su pueblo, el portugués y, por otro, los valores europeístas. Finalmente, Camila Vallejo (10,75%) propone una mirada de unión para sacar adelante la situación de crisis sanitaria, pero también exige igualdad o la búsqueda de justicia para todas las personas. En la mayoría de los casos está presente la dignidad de las mujeres, los trabajadores o el respeto al medioambiente como valores principales.

### 4.3. Otras funciones destacadas

La función de agenda mediática es la tercera más utilizada y alcanza una media global de uso intermedia (11,79%) entre las actrices políticas estudiadas. Es Martha Tagle quien la supera ampliamente (26,95%), debido a que compagina su actividad como diputada en el Congreso de México con diversas organizaciones sociales de redes de mujeres o derechos humanos en las que está constantemente invitando a escuchar, participar o reflexionar. La siguiente es Marisa Matias (20,34%), quien utiliza el espacio de X para invitar a escuchar el podcast *O Lado a Lado*, secciones de programas o debates en el cual ella o compañeros de partido participan. Vilma Ripoll (15,44%) comparte las publicaciones del diario del *Movimiento Social de los Trabajadores*, así como su web, columnas de opinión, enlaces o vídeos relacionados. También hace públicas entrevistas que le realizan a ella, o a sus compañeros, en canales de televisión local, artículos de prensa nacional o enlaces para conectarse y participar *vía streaming*. Por último, Teresa Rodríguez (12,57%) anima a leer notas o entrevistas que le realizan a ella o integrantes de su grupo, tanto de prensa como televisión local o nacional.



Figura 2. Ejemplos de mensajes sobre agenda mediática. Fuente X

Otra de las funciones utilizadas es la agenda de actos políticos, con una media global similar a la anterior (11,38%). En este caso, es Marisa Matias (27,12%) quien supera ampliamente la media porque, en el año de análisis de esta investigación, la misma se encontraba de campaña política para la presidencia de Portugal. La actora política compartió una gran cantidad de mensajes, desde la presentación de su candidatura hasta los diversos eventos, charlas o visitas a las que asistió. Por otra parte, se dedica a explicar las actividades que realiza su grupo en el Parlamento Europeo, del que forma parte. En la misma línea, Martha Tagle (17,02%) destaca también por hacer públicas todas sus intervenciones, acciones o actos en los que participa, ya sea como diputada, apelando al público a escuchar por el canal de diputados de México, describiendo los motivos de su decisión o argumentando su voto. Verónica Mato (16,92%) se dedica a compartir

todas las actividades que realiza para el partido dentro del hemiciclo, pero también fuera, en la calle, en los centros de trabajo con la gente de los barrios.

Con datos inferiores a la media, pero también destacables, están las estrategias de Ada Colau (10,88%) y Ana Erazo (10,05%). Ambas usan esta función para dar a conocer sus agendas de actividades relacionadas con sus cargos públicos. En ambos casos, esta función ha sido utilizada más como un modo de informar sobre las actividades o dar visibilidad a lo que están haciendo, que para fomentar la participación política en los espacios públicos. Este último dato puede entenderse, ya que, al haber sido el año de la emergencia de la pandemia, los actos multitudinarios o los encuentros se vieron reducidos o anulados por dicha situación. Por tanto, en menor medida se encontraron mensajes con peticiones concretas para que los usuarios asistan a grandes actos de campaña, promoción o participen en eventos públicos que no fueran online o con aforos reducidos.

La función programa/promesas/propuestas está presente en todas las narrativas analizadas, con una media global de 11,12%. Este dato es superado por cuatro de las diez políticas estudiadas. Destaca Verónica Mendoza (24,62%), ya que utiliza con frecuencia X para dar a conocer sus propuestas o medidas. Enfatiza diversos aspectos que propone, desde cuestiones que deberían tenerse en cuenta a la hora de conformar el gobierno o cambios en la Constitución vigente, hasta nuevas leyes que se deberían impulsar para mejorar la calidad de vida de los peruanos. Por su parte, Ana Erazo (18,72%) destaca las necesidades de su ciudad y las cuestiones pendientes, tanto desde la alcaldía como desde su rol de concejala y los distintos equipos de trabajo. Teresa Rodríguez (15,43%) emplea esta función para dar a conocer las acciones futuras de su grupo y las medidas propuestas dentro del parlamento andaluz. Sin embargo, dedica especial atención a propuestas para paliar la situación en la que la pandemia ha dejado a las familias y personas con necesidades. Finalmente, Martha Tagle (13,48%) busca dar visibilidad a propuestas contra la violencia machista y acciones para hacer frente a esta lacra que vive México, así como a otros tipos de violencia como la digital.

La función de apoyo a la movilización ciudadana alcanza una media global de 9,04%. La actora que mayor uso da a esta función es Vilma Ripoll (23,53%). Este dato resulta coherente en tanto que esta actora propone una estrategia comunicativa acorde con su perfil político sindicalista. Además de promover, activa y participa en diversas actividades en forma de manifestaciones, acampadas, asambleas o toma de espacios públicos. En sus mensajes, se invita a participar, se apoya esa participación y se reflexiona sobre la importancia de esa movilización. Aporta, así, un doble mensaje. Por un lado, proporciona información práctica sobre la concentración (día, hora y lugar) y, por otro, genera en sus seguidores un espacio de reflexión sobre la importancia de ese acontecimiento para la transformación de la realidad. Verónica Mendoza (15,38%) también supera la media global. Esta política utiliza esta función para dar valor a diversos gremios de trabajadores, estudiantes y movimientos indígenas, visibilizando la lucha de estos sectores. Sin embargo, a diferencia de Ripoll, quien es parte activa de estos espacios de lucha y movilización, Mendoza se propone más como un altavoz que como parte de esa iniciativa. Por último, Teresa Rodríguez (12,00%) utiliza esta función tanto participando activamente en la movilización, ya sea ella misma o sus compañeros, como difundiendo actividades.

Como aspecto relevante cabe destacar la función de protocolo o cortesía, con una media de uso global relativamente baja (6,35%) en comparación con las funciones principales. Pero debemos señalar que aquí destaca ampliamente Ada Colau (25,17%). Su cargo como alcaldesa hace que utilice esta plataforma digital con una función institucional. En esta línea, también se encuentra Ana Erazo (8,68%), que presenta agradecimientos y condolencias.

La función de logros de gestión/oposición es un caso muy similar al anterior, ya que presenta una media global baja (5,14%). Destacan también Colau (19,05%) y, más alejada, Vallejo (9,35%). La primera propone mensajes para informar al público sobre las acciones del ayuntamiento, como proyectos e inversiones futuras, medidas sanitarias, mejoras educativas y asistenciales, así como logros de su grupo político. De manera similar, Vallejo destaca los logros de su grupo en el Congreso chileno, ayudando a familias, ciudadanos y pymes durante la pandemia. Estos mensajes se centran en los logros alcanzados por su trabajo y el de su grupo político, más que en la oposición en el Parlamento.

Finalmente, del resto de las funciones, resultan residuales los mensajes dedicados al humor, el fomento a la participación electoral – debido a que no se ha analizado un año electoral en la mayoría de las actrices políticas estudiadas – o a los logros de terceros. También presentan valores muy bajos la interacción y diálogo con los usuarios, aspecto que refuerza investigaciones previas.

Tabla 2. Principales funciones utilizadas (%)

Función	Colau	Rodríguez	Matias	Bregman	Ripoll	Vallejo	Mato	Mendoza	Erazo	Tagle	General
Crítica al adversario político	8,16	20,00	8,47	33,63	23,53	35,05	18,46	13,85	18,26	20,57	20,00
Crítica a la actuación policial o militar	0,68	-	-	7,67	6,62	6,07	3,08	15,38	5,48	-	6,43
Crítica a la función judicial		2,29		3,24	1,47	1,40	-	4,62		4,26	2,88
Crítica a las grandes empresas o empresarios	-	1,14	-	2,36	0,74	0,47	-	-	2,74	-	1,49
Crítica a las instituciones internacionales	0,68	0,57	1,69	0,59	1,47	-	-	-	-	-	0,83
Construcción de Comunidad: Valores e ideología	13,61	20,00	13,56	8,85	15,44	10,75	20,00	7,69	8,68	8,51	12,71
Construcción de comunidad: Vida personal/Backstage actos políticos	2,04	3,43	1,69	1,47	-	0,47	6,15	1,54	0,91	-	2,21
Construcción de comunidad: Entrenamiento	2,04	2,29	1,68	1,47	0,74	0,47	1,54	-	-	-	1,46
Agenda mediática	-	12,57	20,34	9,44	15,44	3,27	3,06	-	3,20	26,95	11,79
Agenda de actos políticos	10,88	6,29	27,12	4,13	2,94	7,94	16,92	-	9,13	17,02	11,38
Programa/promesas/propuestas	4,76	15,43	8,47	8,55	1,47	3,74	9,23	24,62	21,46	13,48	11,12
Apoyo a la movilización ciudadana	6,12	12,00	1,69	9,44	23,53	2,80	7,69	15,38	9,59	2,13	9,04
Protocolo o cortesía	25,17	1,71	8,47	2,36	2,21	4,21	3,08	6,15	8,68	1,42	6,35
Logros de gestión/oposición	19,05	0,57	3,39	2,06	1,47	9,35	-	1,54	3,65	-	5,14
Logros de terceros	6,12	0,57	1,69	-	1,47	3,74	3,08	-	4,11	2,84	2,62
Otros		1,14	1,69	2,65	0,74	3,74	4,62	6,15	1,37	1,42	2,61
Fomento de la participación electoral	-	-	-	0,29	0,74	4,67	3,08	1,54	1,37	-	1,95
Humor	-	-	-	1,18	-	1,40	-	-	-	1,42	1,00
Interacción y diálogo con los usuarios	0,68	-	-	0,59	-	0,47	-	-	1,37	-	0,93

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta investigación realiza contribuciones relevantes sobre las funciones que otorgan las mujeres políticas “del cambio” a la red social X, especialmente en el contexto iberoamericano desde una perspectiva de género.

Los resultados demuestran que predomina la crítica a los adversarios políticos como función principal. Esta estrategia comunicativa coincide en la mayoría de los casos estudiados, ya que, en términos generales, todas las actoras, menos Colau y Matias, utilizan X como un medio desde el que arremeter o criticar a sus oponentes políticos, entre los que se encuentran el Gobierno o diferentes instituciones nacionales e internacionales, así como la justicia, las grandes empresas y las corporaciones transnacionales. Este ejercicio de la narrativa crítica les permite posicionarse en el sentido opuesto y articularse como alternativa frente a aquellos a los que critican. Así, impulsan una estrategia de diferenciación de la política tradicional por medio de la crítica. Esta función asume de esta manera una dinámica constructiva, orientada a edificar su liderazgo político.

Esta estrategia se detecta, generalmente, en todas las mujeres políticas que están en la oposición o fuera de las instituciones oficiales. La utilización de la crítica al adversario político se conforma a través de la personalización negativa de los rivales políticos (López-Meri et al., 2017). Se enfatiza una estrategia que tiende a invertir más esfuerzo en atacar y resaltar las incapacidades del oponente que en destacar o dar a conocer sus propias habilidades como representantes de la ciudadanía (García-Beaudoux et al., 2005; Geer, 2006; Valera-Ordaz y López-García, 2014; García Beaudoux y D’Adamo, 2013). De esta forma, combinan una dimensión constructiva, antes indicada, con otra destructiva, dirigida a desacreditar a sus rivales políticos.

Otro hallazgo relevante es que las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio” usan X para la construcción de una comunidad política. Estas actoras emplean esta plataforma para crear un relato en torno a los valores y la ideología o cosmovisión política del partido o grupo de pertenencia. Es interesante destacar que esta función recurre a elementos del populismo, como la apelación al “pueblo”, pero también a la lucha o la movilización ciudadana para la transformación de la realidad. Esto se combina con el recurso a valores democráticos, republicanos, pero también al antirracismo o la tolerancia sexual. Es importante subrayar que en el contexto de emergencia sanitaria de la COVID-19, muchas de estas actoras han aprovechado para reforzar el imaginario colectivo de comunidad y han apelado al “esfuerzo” de la gente de su ciudad, al “orgullo” que han sentido por la responsabilidad con que la gente ha cumplido las medidas y cómo se ha estado a la altura para hacer frente a la pandemia. Todas estas expresiones han servido a muchas de las actoras estudiadas para generar una narrativa de cercanía, unión entre los iguales, de personas responsables y cívicas.

Otro hallazgo relevante tiene que ver con el uso de X como mecanismo para difundir su agenda mediática y de actos políticos. En relación con la primera, enlazan sus artículos, apariciones en entrevistas, tertulias o debates; esta estrategia permite observar que se combina el uso de viejos y nuevos medios (Chadwick, 2017). Demuestran, así, que no reniegan de las tradicionales formas de comunicación política, sino que las amplían con las que ofrecen las redes sociales como X (Casero-Ripollés et al., 2016), tratando de generar sinergias entre ambos espacios comunicativos. Además, emplean el entorno digital como mecanismo de autopromoción de sus actividades para hacer oír su voz.

Una novedad que aporta esta investigación en relación con esto es que estas actoras políticas usan X para difundir su presencia en medios afines ideológicamente, ya sea en formato podcast o en la prensa online. Con ello, buscan también reforzar la construcción de comunidad antes indicada, pero ahora en el terreno mediático. El hecho de que empleen esta plataforma digital para comunicar sus apariciones en medios afines con regularidad e insistencia se articula como otra manera de darse visibilidad ante la ciudadanía.

En lo que respecta a la agenda de actos políticos, utilizan X para retransmitir declaraciones políticas, para difundir propuestas que integran su programa u otras medidas y para comunicar la celebración de actividades, visitas oficiales, encuentros con otros responsables y asistencia a eventos. Su intención es mostrar una función de tipo informativo, funcionando a modo de agenda o programa electoral (Jackson y Lilleker, 2011).

Finalmente, un último hallazgo remarcable tiene que ver con el uso de la función relativa a programa/promesas/propuestas. Las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio” enfatizan desde cuestiones que deberían tenerse en cuenta a la hora de conformar el Gobierno hasta cambios en la Constitución o leyes pendientes que se deberían impulsar. También están presentes en sus mensajes en X medidas para mejorar los servicios públicos, las ayudas a las familias más necesitadas o las ayudas para las mujeres que más han padecido en tiempos de pandemia. Por tanto, en esta función se destacan cuestiones de índole política, pero con un gran calado social, aspecto éste también en consonancia con las maneras de comunicar su visión del quehacer público.

Hemos podido comprobar, por tanto, que el uso de esta red social les permite a las mujeres políticas “del cambio” construir una voz propia y visibilizar sus posiciones. Esta estrategia se convierte en una herramienta clave para que las mujeres ganen relevancia y atraigan el interés público, desafiando los estereotipos de género (Quevedo-Redondo, 2022) que las asocian con un tono más conciliador o menos confrontacional. Más allá de expresar oposición, esta postura les permite posicionarse activamente en el ámbito político y reafirmar la legitimidad de su rol. Al criticar directamente a sus oponentes, logran marcar una distinción entre “lo viejo” y “lo nuevo”, por un lado, y “lo tradicional” y “lo alternativo”, por otro. Así, se proyectan como alternativas de liderazgo y cambio frente al *statu quo*, alineándose con el discurso de renovación democrática (Pepe-Oliva y Casero-Ripollés, 2023).

Finalmente, es necesario reconocer las limitaciones de esta investigación. En primer lugar, solo se ha analizado un ámbito geográfico específico, pudiendo ampliarse si se analizara el uso de X por mujeres políticas en toda la región de América y Europa de manera comparativa. Por otra parte, es necesario reconocer que la muestra ha estado afectada por la crisis de la pandemia del COVID-19, hecho que ha intensificado en todas las narrativas la referencia a la misma. Por último, si bien esta investigación ha querido profundizar en las estrategias comunicativas de las mujeres políticas en una plataforma digital, sería interesante contrastarla con el uso que hacen en otras redes sociales, aspecto que permitiría seguir profundizando en el conocimiento de los entornos digitales y las mujeres políticas en futuras investigaciones.

A pesar de las limitaciones descritas, este artículo contribuye a ampliar el conocimiento sobre el uso de entornos digitales por mujeres políticas en el contexto iberoamericano, con un énfasis particular en la plataforma X. Los aportes de esta investigación son significativos, pues profundizan en el estudio de la comunicación política desde la perspectiva de género. Analizar cómo utilizan estas plataformas para la participación política no solo nos permite entender mejor las sociedades democráticas actuales, sino también profundizar en las diferentes formas de comunicación política desarrolladas en el entorno digital.

## Financiación

Este artículo está vinculado a los proyectos de I+D con referencia PID2023-152679NB-I00 y RED2022-134652-T, financiados por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y “FEDER Una manera de hacer Europa”.

## REFERENCIAS

- Accossatto, R., y Sendra, M. (2018). Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (08), 117-136.
- Aguirre Sala, J. F. (2012). La contribución de las redes sociales a la participación política. *Perspectivas de la Comunicación*, 5(2), 7-22. ISSN 0718-4867

- Alonso-Muñoz, L. (2021). Everything for the people, but without the people? Illustrated populism on social media in the European political context. *International Journal of Communication*, 15, (20). <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15603>
- Alonso-Muñoz, L. (2016). Estrategia comunicativa de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca en las redes sociales. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 3(5), 42-53. <https://doi.org/10.24137/raeic.3.5.6>
- Alonso-Muñoz, L., y Casero-Ripollés, A. (2024). El rol de la ciudadanía en la conversación política en X. El caso de la #MocionDeCensura de 2023 en España. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(2), e26829. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.26829>
- Alonso-Muñoz, L., y Casero-Ripollés, A. (2018). Comunicación de los líderes populistas europeos en Twitter: construcción de la agenda y efecto "más es menos". *Profesional de la información*, 27(6), 1193-1202. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/64906>
- Alonso-Muñoz, L., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2016). Political leaders in (inter) action. Twitter as a strategic communication tool in electoral campaigns. *Trípodos*, (39), 71-90. [https://tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/381](https://tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/381)
- Alonso-Muñoz, L., Miquel-Segarra, S., y Casero-Ripollés, A. (2016). Un potencial comunicativo desaprovechado. Twitter como mecanismo generador de diálogo en campaña electoral. *Obra digital: revista de comunicación*, (11). <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/315496>.
- Ballesteros Doncel, E., y Blanco Moreno, F. (2021). «Yo sí te creo». Estereotipos sexistas hacia las víctimas de agresión sexual. Un estudio de caso sobre la Audiencia Provincial de Baleares (2018). *iQual. Revista de Género e Igualdad*, (4), 89-108. <https://doi.org/10.6018/iqual.442801>
- Blanco-Alfonso, I., Rodríguez-Fernández, L., y Arce-García, S. (2022). Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter. *Revista de Comunicación*, 21(2), 33-50. <https://dx.doi.org/10.26441/rc21.2-2022-a2>
- Blumler, J. G. y Kavanagh, D. (1999). The third age in Political Communication: Influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Borbath, E., Hutter, S., y Leininger, A. (2023). Cleavage politics, polarisation and participation in Western Europe. *West European Politics*, 46(4), 631-651. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2161786>
- Bravo Mancero, J., Larrea Naranjo, C., Ruales Parreño, R., & Vaca Cárdenas, A. (2023). Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital. *Revista Enfoques De La Comunicación*, (10), 24-73. Recuperado a partir de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/134>
- Cáceres-Zapatero, M. D., Brändle, G., y Ruiz San-Román, J. A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma Social*, (15), 643-684. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.7.4>
- Campos-Domínguez, E., Penteado, C., y Cervi, E. (2021). Polarización en Twitter. El caso de Brasil a través de cinco conflictos políticos. *Cultura, Lenguaje Y Representación*, 26, 127-147. <https://doi.org/10.6035/clr.5837>

- Campos-Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), ISSN: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81912006023>
- Carrasco Polaino, R., Villar Cirujano, E., & Tejedor Fuentes, L. (2018). Twitter como herramienta de comunicación política en el contexto del referéndum independentista catalán: asociaciones ciudadanas frente a instituciones públicas. *Revista ICONO14 Revista científica de comunicación y tecnologías emergentes*, 16(1), 64-85. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1134>
- Casero-Ripolles, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional De La información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El profesional de la información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R. A., & Tormey, S. (2016). Old and new media logics in an electoral campaign: The case of Podemos and the two-way street mediatization of politics. *The international journal of press/politics*, 21(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/1940161216645340>
- Casero-Ripollés A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 533-548. [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n2.51399](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51399)
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial. Madrid.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Criado, J. I., Martínez-Fuentes, G., & Silván, A. (2013). Twitter en campaña: las elecciones municipales españolas de 2011. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 12(1), 93-113. [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3\\_14](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3_14)
- Cuevas Gómez, M. E. (2023). ¿Qué ofrecen los políticos a México? Análisis de la comunicación en campaña por redes sociales de 2021 a 2023. *Question/Cuestión*, 3(76), e830. <https://doi.org/10.24215/16696581e830>
- De Aguilera, & Casero-Ripolles, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 16(1), 1-21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1162>
- Dader García, J. L., y Campos-Domingue, E. (2017). *La búsqueda digital del voto: cibercampañas electorales en España 2015-16*. Valencia: Tirant lo Blanch. ISBN: 978-84-9169-184-6
- Deltell, L.; Claes, F. y Osteso, J. M. (2013). Predicción de tendencia política por Twitter: Elecciones Andaluzas 2012. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, (22), 1-13. <https://bit.ly/2X6hdMf>
- Enguix Oliver, S. (2017). Impacto político e informativo de las redes sociales: esferas de actuación y comparación con los medios. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (56), 71-85. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3090>
- Esquivel Domínguez, D.C. (2019). Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales. *Comunicación y medios* 28(40), 184-198. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2019.53836>
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. NewYork:

Routledge.

- Feenstra, R. A., Tormey, S., Casero-Ripollés, A., y Keane, J. (2016). *La reconfiguración de la democracia*. Routledge.
- Finkelievich, S., y Kisilevsky, G. (2005). La sociedad civil en la era digital: organizaciones comunitarias y redes sociales sustentadas por TIC en Argentina. *Documentos de trabajo*, (41). [lanic\\_laoap\\_iigg\\_dt041.pdf \(168.32 KB\)](#)
- Gainous, J., y Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to power: The social media revolution in American politics*. Oxford University Press.
- Gamir-Ríos, J., Pop, A.-I., López-García, G., Llorca-Abad, G., & Fenoll, V. (2022). Unidireccionalidad, promoción partidista y polarización. Actividad en Twitter de los candidatos a la presidencia del Gobierno de España en las elecciones generales de 2019. *Profesional De La Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.03>
- García-Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2013). Propuesta de una matriz de codificación para el análisis de las campañas negativas. *Revista Opera*, (13). <https://ssrn.com/abstract=2443123>
- García-Beaudoux, V., D'Adamo, O., y Slavinsky, G. (2005). *Comunicación política y campañas electorales*. Barcelona: Gedisa
- Geer, J. G. (2006). *In Defense of Negativity. Attack Ads in Presidential Campaigns*. Chicago: The University of Chicago Press.
- González-List, V. (2022). La participación política en Twitter. Nadie estudia a los deshilvanados. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (36), 43-69. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.02>
- Guerrero-Solé, Frederic, Mas-Manchón, Lluís, & Aira, Toni. (2022). El impacto de la ultraderecha en Twitter durante las elecciones españolas de 2019. *Cuadernos.info*, (51), 223-245. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.51.27471>
- González-List, V. (2022). La participación política en Twitter. Nadie estudia a los deshilvanados. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (36), 43-69. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.02>
- Jackson, N., y Lilleker, D. (2011). Microblogging, constituency service and impression management: UK MPs and the use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, 17(1), 86-105. <https://doi.org/10.1080/13572334.2011.545181>
- Laudano, C. N. (2017). Movilizaciones# NiUnaMenos y# VivasNosQueremos en Argentina. Entre el activismo digital y# ElFeminismoLoHizo. In 13th Women's Worlds Congress 30 de julio-4 de agosto de 2017 Florianópolis, Brasil. Transformations, Connections, and Movements. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
- Lava, D. (2021). Estrategias populistas y temáticas en Twitter. Estudio comparativo de la campaña electoral en las elecciones catalanas de 2021. *Más Poder Local*, (44), 54-80. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/estrategias-populistas-twitter-elecciones-catalanas-2021-mpl44>
- Link, D. (2023). Ideas de pueblo. Presentación. *Nueva Revista de Literaturas Populares*, 1(1). <https://www.revistas.untref.edu.ar/index.php/nrlp/article/view/1848>
- López-Martín, A., Gómez-Calderón, B., y Córdoba-Cabús, A. (2023). Disinformation, on the rise: An analysis of the fake news on Spanish politics. *International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 14(1), 1-12. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4596>

- López-Meri, A., y López-Rabadán, P. (2024). Evolución de las funciones electorales de Telegram en la extrema derecha: El caso de Vox en España. *Revista Prisma Social*, (44), 331–358. <https://revistaprismasocial.es/article/view/5278>
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2020). Estrategias comunicativas en Facebook: personalización y construcción de comunidad en las elecciones de 2016 en España. *Doxa Comunicación*, 30, 229-248. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a12>
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2017). What do politicians do on Twitter? Functions and communication strategies in the Spanish electoral campaign of 2016. *Profesional De La información*, 26(5), 795–804. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.02>
- López-Rabadán, P., López-Meri, A., y Doménech-Fabregat, H. (2016). La imagen política en Twitter. Usos y estrategias de los partidos políticos españoles. *Índex Comunicació*, 6(1). <http://hdl.handle.net/10115/15471>
- López-Rabadán, P., & Doménech-Fabregat, H. (2021). Nuevas funciones de Instagram en el avance de la “política espectáculo”. Claves profesionales y estrategia visual de Vox en su despegue electoral. *Profesional De La información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.20>
- Marcos-García, S. y Alonso-Muñoz, L. (2019). ¿Elecciones del cambio? Gestión estratégica de Twitter en los comicios municipales de Madrid 2015. En C.C. Flores Pérez, A. Arévalo Salinas y A. Barranquero Carretero (ed.), *Comunicación, cultura de paz e igualdad tejiendo ciudadanía comunicativa*. Universidad. Zacatecas (México). 70-80. ISBN 978-607-8368-93-8,
- Marcos-García, M., Alonso-Muñoz, L., y Casero-Ripollés, A. (2017). Usos ciudadanos de Twitter en eventos políticos relevantes. La# SesiónDelInvestidura de Pedro Sánchez. *Comunicación y hombre*, (13), 25-49. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2017.13.214.25-49>
- Marín Dueñas, P.P., Simancas González, E., y Berzosa Moreno, A. (2019). Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016. *Cuadernos.info*, (45), 129-144. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.45.1595>
- Miquel-Segarra, S., Alonso-Muñoz, L., y Marcos-García, S. (2017). Buscando la interacción. Partidos y candidatos en Twitter durante las elecciones generales de 2015. *Prisma social*, 18, 34-54. <http://revistaprismasocial.es/issue/view/116>
- Miller-Idriss, C. (2022). *Hate in the homeland: The new global far right*. Collections: Race, Justice & Equity Book. Pages: 272.
- Enguix Oliver, S. (2017). Political and informative impact of social media: fields of action and comparison with the media. *Anàlisi*, 56, 71–85. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3090>
- Pepe-Oliva, R., & Casero-Ripollés, A. (2023). Constructing counter-hegemony on Twitter: Discourse of Ibero-American political women of “change” in the digital environment . *Profesional De La información*, 32(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.04>
- Pérez-Curiel, C., Jiménez-Marín, G., & Pulido-Polo, M. (2021). Corrupción política, liderazgo e influencia en Twitter. Un análisis sobre la transparencia pública en el marco de las elecciones del 28 de abril en España. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 12(2), 209–226. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000029>
- Pérez Curiel, C., Jiménez-Marín, G., y Domínguez-García, R. (2022). Twitter como herramienta de comunicación y desinformación. Un análisis sobre la transparencia informativa y

- la corrupción política en España. *Política y sociedad*, 59 (3). <https://dx.doi.org/10.5209/poso.75666>
- Quevedo Redondo, R. (2022). La feminización política y su extrapolación al discurso de líderes y lideresas. Estudio de caso de Yolanda Díaz. *IC Revista Científica De Información Y Comunicación*, (19), 165-188. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.119.08>
- Rando Cueto, D., De las Heras-Pedrosa, C., y Paniagua-Rojano, F. J. (2024). Análisis sobre desinformación política en los discursos de líderes del Gobierno español vía X. *Revista Latina de Comunicación Social*, (83), 1-24. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2308>
- Revilla Blanco, M. L. (2019). Del ¡Ni una más! Al #NiUnaMenos: movimientos de mujeres y feminismos en América Latina. *Política y Sociedad*, 56(1), 47-67. <https://doi.org/10.5209/poso.60792>
- Rúas-Araújo, X. y Casero-Ripollés, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *AdComunica, [en línea]*, n.º 16, pp. 21-24. <https://www.raco.cat/index.php/adComunica/article/view/342949>
- Rodríguez Ruibal, A., & García-López, J. (2013). Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 963-969. [https://doi.org/10.5209/rev\\_esmp.2013.v19.42181](https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.42181)
- Rodríguez Andrés, R., y Ureña Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, 10, 89-115. <https://doi.org/10.36576/summa.30573>
- Shogan, C. J. (2010). Blackberries, tweets, and YouTube: Technology and the future of communicating with Congress. *PS: Political science & politics*, 43(2), 231-233. <https://doi.org/10.1017/s1049096510000041>
- Soler, D. M., Alonso-Muñoz, L., y Casero-Ripollés, A. (2022). La negatividad digital como estrategia de campaña en las elecciones de la Comunidad de Madrid de 2021 en Twitter. *Revista Prisma Social*, (39), 48-73. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4860>
- Subirats, J. (2011). *Otra sociedad, ¿otra política?* Barcelona: Icaria.
- Toro González, S., y Pérez-Curiel, C. (2021). Populismo político en tiempos de COVID. Análisis de la estrategia de comunicación de Donald Trump y Boris Johnson en Twitter. *Revista De Comunicación De La SEECI*, (54), 1-24. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e700>
- Tuñón-Navarro, J., y Bouzas-Blanco, A. (2023). Extrema derecha europea en Twitter. Análisis de la estrategia digital comunicativa de Vox y Lega durante las elecciones europeas de 2014 y 2019. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 241-262. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23334>
- Ufarte-Ruiz, M.J., Peralta-García, L., y Murcia-Verdú, F.J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Profesional De La información*, 27(4), 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Valera-Ordaz, L. y López-García, G. (2014). Agenda y marcos en las webs del PP y PSOE en la cibercampaña de 2011. *Revista Latina de Comunicación Social*, (69). <https://doi.org/10.4185/rlcs-2014-1000>
- van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140. <https://doi.org/10.1080/13569310600687908>
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>



Revista de Comunicación Digital

# Rizósfera: ensamblajes e implicaciones teórico-conceptuales en el activismo digital

## Rhizosphere: assemblages and theoretical-conceptual implications in digital activism

**Raul Anthony Olmedo Neri**

raul.olmedo@politicas.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México

### Resumen

Este trabajo plantea elementos teórico-conceptuales derivados del análisis del activismo digital en México. A partir de la experiencia y conocimiento adquiridos en la investigación cualitativa sobre el activismo en Internet se plantean elementos desde una aproximación teórica sobre la comunicación en red y los movimientos sociales contemporáneos. Se destaca que Internet trasciende su función instrumental para configurarse como un potencial espacio de contrapoder que los movimientos sociales aprovechan para definir y desplegar sus repertorios de acción conectiva.

Así, se propone pensar Internet como la rizósfera donde los movimientos sociales emplean los recursos tecno-operativos a su alcance para concretar sus demandas y fortalecer sus vínculos internos. Así, la noción de rizósfera destaca la afinidad estructural del espacio digital y los movimientos sociales que actúan en red dentro de la red.

### Palabras clave

Internet, activismo digital, movimientos sociales, ARS, plataformas sociodigitales

### Cómo citar este artículo:

Olmedo Neri, R. A. (2025). Rizósfera: ensamblajes e implicaciones teórico-conceptuales en el activismo digital. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 140-158. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.320

Recibido: 17/11/2024 Aceptado: 24/02/2025



**Abstract**

This work raises theoretical-conceptual elements derived from the analysis of digital activism in Mexico. Based on the experience and knowledge gained from qualitative research on online activism, elements are proposed from a theoretical approach to networked communication and contemporary social movements. It is highlighted that the Internet transcends its instrumental function to configure itself as a potential space of counterpower that social movements take advantage of to define and deploy their repertoires of connective action.

Thus, it is proposed to think of the Internet as the rhizosphere where social movements use the techno-operational resources at their disposal to realize their demands and strengthen their internal links. Thus, the notion of rhizosphere highlights the structural affinity of the digital space and the social movements that act as a network within the network.

**Keywords**

Internet, digital activism, social movements, SNA, sociodigital platforms

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde la segunda mitad del siglo XXI los movimientos sociales han reconocido Internet y las plataformas sociodigitales como espacios de contrapoder puesto que a través de ellas agilizan su organización mediante la interacción asincrónica, incrementan la visibilidad de sus acciones a través de los circuitos informativos de orden urbano-global, facilitan el diálogo de saberes entre los miembros de diferentes movimientos sociales al suprimir las distancias geográficas y redimensionan la disputa simbólica en el imaginario colectivo. Las plataformas adquieren relevancia ya que son espacios digitales donde las dinámicas de socialización promovidas por sus lógicas tecno-operativas encubren los mecanismos de explotación en las que se fundan. Son plataformas en tanto estructuras que ensamblan lo digital y social a partir de los designios del capital, el cual las somete a una permanente innovación para instalar mecanismos de acumulación a través de la datificación, la explotación del tiempo y la transformación del tiempo de ocio en tiempo productivo no pagado en estas plataformas (Fuchs, 2015).

Sumado a lo anterior, la innovación permanente en las interfaces de las plataformas orilla a dimensionar nuevas formas de agencia en el espacio digital que no están condicionadas a las estructuras organizativas, sino a la capacidad de participación mediante el aprovechamiento de las lógicas tecno-operativas para potenciar sus agendas, voces y acciones, con el fin de exhibir y desmontar su subalternización (Poell & Van Dijck, 2018).

Por ello, contribuir teórica y analíticamente a este fenómeno creciente permite enriquecer las discusiones en torno a sus oportunidades y limitantes en las esferas de la vida social más allá de la visión tecno-optimista o tecno-pesimista (Olmedo Neri, 2022). Entonces, abordar la relación sujeto-tecnología que se gesta en el activismo digital contemporáneo posibilita descifrar los ensamblajes entre los movimientos sociales y el ecosistema mediático (Tréré, 2020).

Por lo anterior, el objetivo de este trabajo es problematizar las implicaciones organizativas y comunicativas de este proceso de incorporación tecnológica por parte de los movimientos sociales, con la finalidad de identificar la potencialidad de la noción de red dentro de este contexto que diluye sus bordes analógicos/digitales para comprender un mundo *onlife* (Floridi, 2015). Los planteamientos aquí presentados descansan en la experiencia y el conocimiento adquiridos sobre el estudio del activismo digital desarrollado en México por el movimiento feminista, LGBT+ y estudiantil desde la segunda década del siglo XXI. Este conocimiento acumulado en el proceso de investigación permite enriquecer el debate conceptual contemporáneo. Desde dicha experiencia y desde un punto de vista analítico se propone la noción de rizósfera como un término útil para enunciar el espacio co-producido y resignificado donde las heterogéneas dinámicas de agencia se desarrollan *en y a través de* Internet y su interfaz; también se abordan los repertorios de acción conectiva y las implicaciones discursivas y contrahegemónicas de los productos digitales como los *hashtags* (Reguillo, 2017; Tarullo & García, 2020).

Para otorgar coherencia epistemológica al término rizósfera y articularlo con los repertorios de acción

conectiva es preciso establecer un puente teórico-metodológico transversal que permita hacer un ensamblaje conceptual. Así, el paradigma de la red se presenta como un recurso epistemológico que puede contribuir a este esfuerzo analítico; en este sentido, la noción de red se ha convertido en una categoría que destaca una reconfiguración profunda en la estructura social y en la lógica de producción del conocimiento (Castells, 2010, 2015; Deleuze & Guattari, 2004). Su creciente uso ha recuperado la larga tradición teórica y metodológica anclada en la sociología (Kadushin, 2013, Requena Santos, 1989), pero enriqueciéndose de las aportaciones hechas desde la perspectiva comunicacional (Craig, 1999; Miège, 2015). Así, este recurso se vuelve característico de la sociedad contemporánea y de los propios movimientos sociales (Peirone, 2012; Castells, 2015; Olmedo Neri, 2021; Reguillo, 2017).

Así, reivindicar la metáfora, metodología y paradigma de la red ofrece cruces que dan soporte tanto a las propuestas conceptuales como a las manifestaciones empíricas que evidencian las reconfiguraciones de la interacción social contemporánea, la cual oscila permanentemente entre lo digital y lo no digital.

## 2. RIZÓSFERA Y PARADIGMA DE LA RED

El cuerpo teórico-conceptual en el que descansa la noción red está compuesto por los trabajos emanados de las ciencias sociales, las matemáticas y más recientemente de las ciencias computacionales (Lozares, 1996). Como bien menciona Watts (2006), los inicios de la red y de su visualización abstracta (grafo) puede ubicarse temporalmente en 1736 con el problema matemático de los siete puentes de Leonhard Euler. Aunque desde esta área se centraban más en los componentes que integraban un sistema y cómo se relacionaban colectivamente, serán las aportaciones de la sociometría de Jacob Moreno la que dará nombre a los nodos (los componentes que se relacionan) y peso a los vínculos desarrollados en su sentido individual y dinámico (Requena Santos, 2003).

Entonces, la propia historia y conformación de la red como paradigma es “una manifestación del tema mismo que estudia, es decir, una red de científicos que resuelven problemas que no pueden ser resueltos por un solo individuo o aún por una sola disciplina” (Watts, 2006, p. 31).

Aunque pareciera ser que la noción de red ha tenido menor trayectoria en el campo de la comunicación, si se asume su definición más básica, esto es como un conjunto de componentes que están vinculados entre sí a partir de un atributo común directo o indirecto, se puede reconocer que la idea de red se encuentra presente en varias aportaciones teórico-conceptuales, aunque con valor apenas visible: desde los modelos de comunicación como la tuba de Schramm, la comunicación en dos pasos y el flujo de la comunicación interpersonal (Gallardo Cano, 2002; Wolf, 1987), pasando por el modelo de cascada del flujo de comunicación de Karl Deutsch (Stairs, 1970), hasta llegar a la noción de Ecología de Medios (Scolari, 2012, 2015; Treré, 2020), queda claro que los flujos de información, símbolos e interacciones construyen extensas, densas y profundas redes sociales, tecnológicas y comunicativas tanto *en* los medios como *a través* de ellos.

De hecho, la noción de red en comunicación adquiere una creciente relevancia a partir de la llegada de Internet (Olmedo Neri, 2020; Rovira, 2017; Trejo Delarbre, 1996), y solo allí es posible problematizar la sociometría como un corpus teórico-metodológico que no solo reivindica sus postulados, sino que además lo enriquece a partir de la información que se puede recopilar, sistematizar y analizar (Gunter, 2014; Rogers, 2023). Además de lo anterior, la estructura reticular del espacio digital es relevante porque evidencia una mutación específica: de sus inicios como un instrumento para la transmisión de información, Internet se ha convertido en un espacio donde se gesta una nueva cultura y forma de organización social (Papacharissi, 2002; Sfez, 1995; Quinn & Papacharissi, 2018).

Esta reconfiguración ha contribuido indirectamente a que los movimientos sociales exploren los alcances e identifiquen los límites del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) dentro de sus repertorios de acción. Por lo anterior, este proceso configura una relación entre los sujetos y la tecnología que obliga a una mirada interdisciplinaria; dicha necesidad teórica y exigencia empírica solo puede ser superada desde las aportaciones de la

perspectiva comunicacional sobre los movimientos sociales y el consecuente activismo digital.

La perspectiva comunicacional no solo reivindica la dimensión comunicativa de los fenómenos sociales, sino que a través de ella se pueden enriquecer los marcos teórico-conceptuales ya consolidados (Craig, 1999; Miege, 2015). En términos específicos, la perspectiva comunicacional no prioriza al sujeto o a la tecnología, sino que se enfoca en descifrar la forma en que se construye la relación dialéctica entre estos dos factores con el fin de analizar sus particularidades sociohistóricas y materiales. De allí que esta perspectiva reconozca que no solo el sujeto ejerce un dominio sobre la tecnología, sino que esta última transforma el modo de ver y actuar en el mundo de dicho sujeto conforme se impone como un recurso que interviene en diversas prácticas y esferas de lo cotidiano; así se fragua una relación sociotécnica bidireccional, donde sujeto y tecnología se relacionan a través de procesos de apropiación, domesticación, negociación y rechazo, siempre a partir de su enmarcamiento situado, histórico e interseccional.

Desde la perspectiva comunicacional, por ejemplo, se reconoce que la larga tradición sociológica de los movimientos sociales reduce la relevancia de la innovación tecnológica al asimilarla como una herramienta/soporte más de difusión que es empleada de manera racional (Binder, 2019; Olmedo Neri, 2022; Tilly & Wood, 2010). Esto limita el análisis y no reconoce que además de su función como canal para la transmisión de información, las TIC e Internet amplían sus funciones desde el momento en que se convierten en un espacio donde progresivamente las personas convertidas en usuarios-operadores disputan la legitimidad de sus lugares de enunciación, imaginarios e ideologías (Sfez, 1995).

Por ello es que, desde la segunda década del siglo XXI, se observa una proliferación de investigaciones que denuncian el reduccionismo tecnológico sobre la relación movimientos sociales y tecnología, para así apelar a una articulación teórico-conceptual que descansa en la comunicación como proceso/acto con el fin de abordar las prácticas mediatizadas de los movimientos sociales (Candón-Mena, 2011; Mattoni & Treré, 2014; Rovira, 2017; Treré, 2020). En ese proceso, estas investigaciones recurren directa e indirectamente a la noción de red en tanto metáfora, teoría y método, por lo que puede desarrollarse un puente entre la perspectiva comunicacional y sociológica a través de la noción de red que se encuentra presente tanto en el sujeto (estructuras reticulares de acción y organización) como en la tecnología (interfaces).

Para darle fortaleza epistemológica al puente teórico-metodológico de la red es preciso describir las particularidades de Internet en tanto espacio y cómo se generan los ensamblajes tecnosociales a partir de la noción de red. En primer lugar, si Internet se constituye perceptiva y empíricamente como un lugar donde se desarrollan variados procesos de la vida cotidiana, y si los elementos allí presentes se articulan bajo estructuras reticulares, entonces es posible y necesario nombrar ese espacio a partir de esta esencia que se despliega de manera expansiva. Se propone definir ese espacio como rizósfera.

El término rizósfera tiene su origen en la botánica y es empleado para referir aquel lugar delgado y específico entre las raíces y el suelo donde se llevan a cabo la mayor cantidad de procesos microbianos, tanto positivos como negativos, que tienen diversos efectos en la planta como su nutrición, crecimiento y productividad. La importancia de conocer la rizósfera no solo es para ubicar el lugar donde se desarrollan procesos cruciales para la planta, sino también para hacer acciones que permitan mantener ese espacio en óptimas condiciones para su presente y futuro.

Recurrir a términos de las ciencias naturales para explotar su nivel metafórico sobre procesos sociales es una estrategia analítica y filosófica que tiene larga tradición en las ciencias sociales (Castells, 2010; Deleuze & Guattari, 2004); la comunicación no es la excepción, porque la capacidad explicativa de la metáfora permite reducir la complejidad de procesos sociales dentro de la relación sujeto-tecnología-comunicación (Pearce 1994; Sfez, 2007).

Entonces, la semejanza empírica entre lo aludido por la rizósfera en la botánica y lo que acontece en el espacio digital hace factible su empleo metafórico y conceptual. De esta manera, la rizósfera remite al lugar ubicado entre la interfaz que limita la cultura digital y la vida cotidiana, por un lado, así como la interfaz que distancia al sujeto del *software* y *hardware* que constituyen a las TIC, por otro lado. Al ser un espacio de alta actividad tecnosocial, en la rizósfera se dan encuentro los componentes (empresas, gobiernos, usuarios operadores, medios, contenidos)

que participan en la constitución permanente de la vida *onlife*. De allí que en la rizósfera estos componentes se vinculan entre sí de manera heterogénea y contingente para decantar en productos, procesos o prácticas que se visibilizan dentro del espacio digital. La Figura 1 esquematiza la noción de rizósfera en el campo del espacio digital.

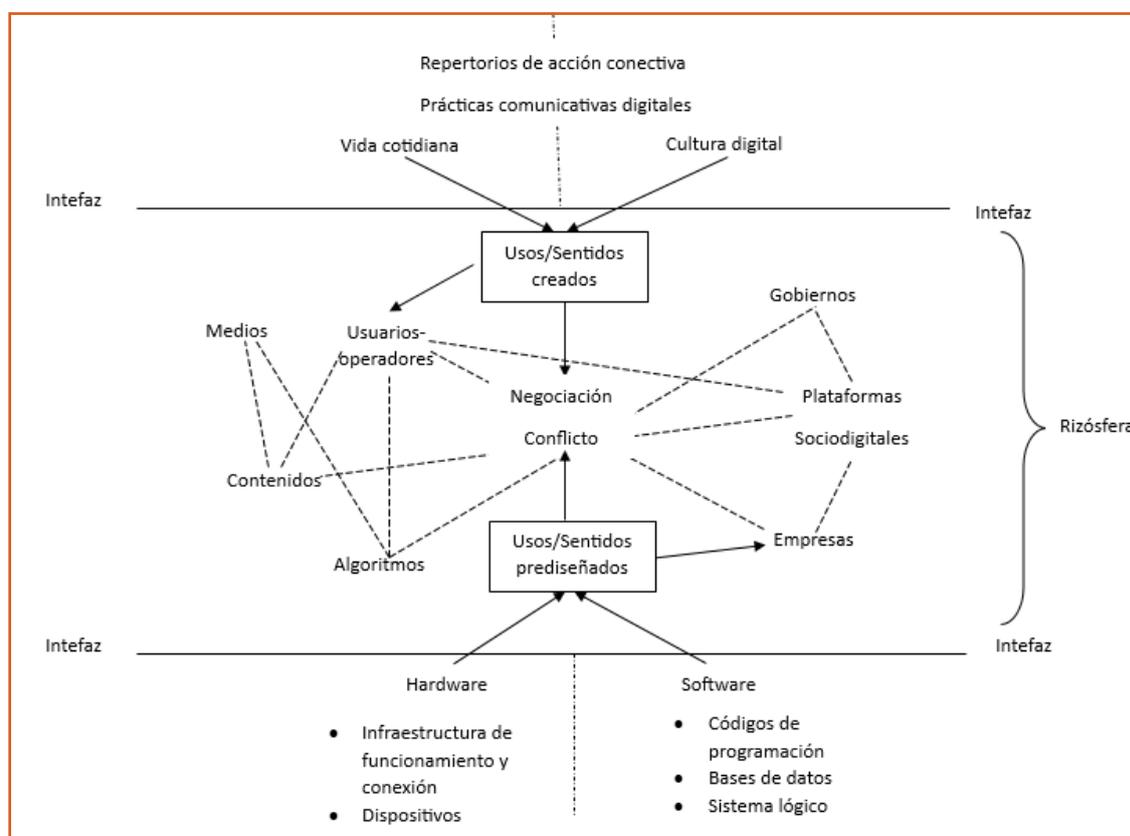


Figura. 1. Esquemmatización de la rizósfera en Internet. Fuente: Elaboración propia

Así pues, en la rizósfera se gesta un diálogo entre sus componentes para generar diversos resultados y productos; no obstante, este espacio puede verse erosionado si no se conserva o no se garantizan las condiciones mínimas para su reproducción. Al igual que en las plantas, algunos de los componentes presentes en la rizósfera pueden generar procesos que afecten de manera negativa no solo su funcionamiento -en este caso la vida cotidiana y la propia cultura digital en tanto expresiones emanadas de la rizósfera-, sino que pueden llegar a erosionar la propia rizósfera.

En la relación sujeto-tecnología y específicamente lo que acontece con la privatización de Internet, las restricciones que generan las reglas de convivencia en las plataformas sociodigitales y la circulación de discursos de odio terminan reproduciendo las asimetrías de poder (Fuchs, 2015, 2020; Martínez Castillo, 2017; Poell & Van Dijck, 2018). A esto se suma la desinformación, la polarización y la generación de burbujas relacionales que no promueven el diálogo, sino el monólogo ideológico que, lejos de deliberar las ideas, las refuerza (Han, 2018; McChesney, 2015). En suma, en la rizósfera se da un permanente conflicto de intereses entre los componentes allí presentes que decantan en resultados y procesos que pueden tensionar su relación y desgastar el espacio de encuentro que da soporte al contexto *onlife* donde la vida cotidiana y la cultura digital se mezclan.

Ahora bien, los componentes de la rizósfera están configurados a nivel operativo y procesal: a nivel operativo se encuentran los principios que permiten la articulación entre los diferentes componentes; por su parte, en el nivel procesal se encuentran los productos que se generan y las estructuras que se conforman como las redes sociales. Es necesario precisar ambos procesos.

Respecto al nivel operativo, los principios de homofilia y propinquidad muestran este empalme empírico al intervenir en los mecanismos que los usuarios-operadores emplean para ampliar o

crear sus redes sociales. La homofilia alude a la capacidad de un usuario-operador para establecer vínculos con otras personas con quienes comparte una afinidad cultural, económica, ideológica, territorial, lingüística o de clase social (Kadushin, 2013; Lozares & Verd, 2011). En las plataformas sociodigitales, los algoritmos posibilitan esta interacción no solo por los flujos de información, sino por los comportamientos de los usuarios-operadores *en y a través de* la interfaz.

Por su parte, la propinquidad refiere al encuentro entre dos sujetos en un espacio determinado de manera no planeada (Kadushin, 2013). En el espacio digital, este principio se manifiesta mediante la interacción y navegación del usuario en las plataformas y también a través de la interacción con el contenido. Este cruce de caminos entre dos usuarios-operadores permite que se establezcan vínculos perdurables o efímeros dependiendo tanto de la interacción como de la potencial afinidad entre ellos.

Si bien la homofilia y la propinquidad operan de manera articulada en Internet, las redes que se forman en dicho espacio no son iguales; esto se debe en parte a la lógica conectiva que se instala en las plataformas sociodigitales y en la preponderancia de los contenidos y la información como mediadores de la interacción social (Van Dijck, 2016).

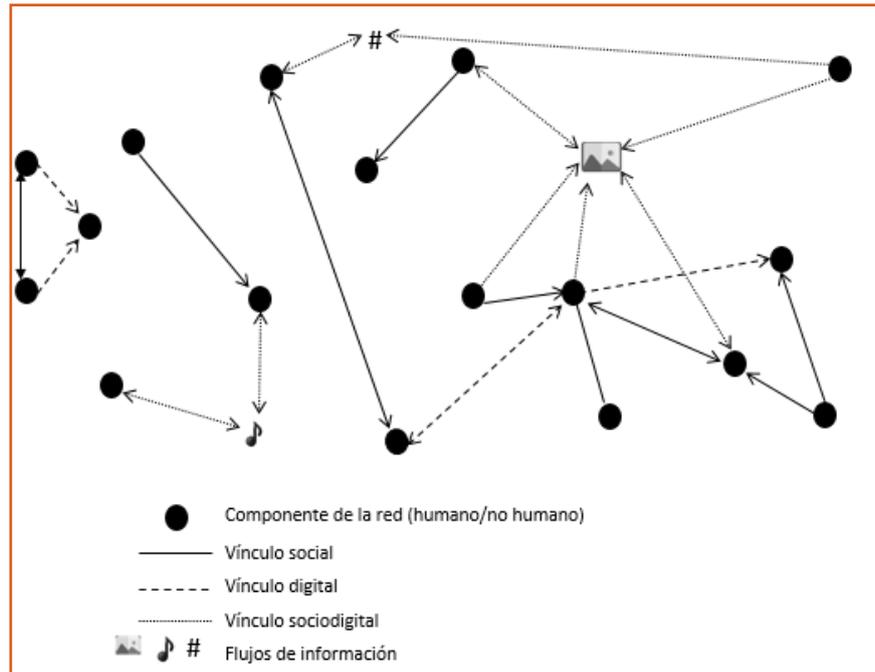
En términos generales, se pueden identificar tres tipos de redes: las sociales, las digitales y las sociodigitales (Flores-Márquez, 2017; Olmedo Neri, 2021). Su caracterización responde en buena medida las vertientes que se han desarrollado dentro de la Teoría y Análisis de Redes Sociales (TRS y ARS) (Luna, 2004). Así, las redes sociales son aquellos vínculos que el individuo desarrolla con aquellas personas con quienes articula su vida cotidiana; estos enlaces tienen un peso y anclaje fundamentalmente territorial, por lo que pueden ser replicados parcial o totalmente en las diferentes plataformas sociodigitales. Esta posibilidad descansa en dos condiciones: 1) que las personas efectivamente reproduzcan parte de su *self* a través de un perfil/cuenta (boyd, 2011) y 2) que exista un consenso en replicar dicho vínculo en Internet, ya que los usuarios tienen la capacidad de mantener el vínculo fuera del espacio digital por necesidad o por propio gusto (Bauman & Leoncini, 2018).

Por su parte, las redes digitales se estructuran por aquellos enlaces que se materializan dada la ampliación conectiva que adquieren los usuarios en cada plataforma. Estas redes pueden ser a) una extensión del primer tipo de red o b) una extrapolación de los intereses culturales, ideológicos, económicos o de clase del propio individuo. Al (r)establecer contacto con algún familiar que radica en otra región/país es un ejemplo del primer tipo vínculo; por su parte, "ser amigo de" o "seguir/ser seguido por" un periodista, cantante, organización, medio de comunicación, partido político o universidad es un ejemplo de este segundo tipo de red.

De hecho, este tipo de enlaces son importantes no sólo porque muestran los gustos/intereses del usuario, sino porque el nodo objetivo no necesariamente es un sujeto en sí, sino un ente creado en que no tiene corporeidad social, pero sí posibilidad de asociación, como, por ejemplo, los circuitos de información y sus respectivos contenidos (audio)visuales y textuales.

Finalmente, las redes sociodigitales son aquellas arquitecturas formadas por enlaces en los que media el carácter de las propias lógicas internas e impuestas de Internet y las plataformas sociodigitales (Flores-Márquez, 2017; Olmedo Neri, 2021). Este tipo de redes también se relaciona con las anteriores, solo que su estructuración se da por los mecanismos de interacción de la interfaz y la operatividad de los algoritmos que comprenden y cuantifican la psique individual/colectiva (Han, 2018). De esta manera, el comportamiento de un usuario y el contenido con el que interactúa permiten que el algoritmo proponga a potenciales amigos/seguidores, en el que los gustos, intereses y comportamientos incrementan la posibilidad de que dos usuarios-operadores puedan establecer, mantener y fortalecer un vínculo (Aral, 2020; Cheney-Lippold, 2017).

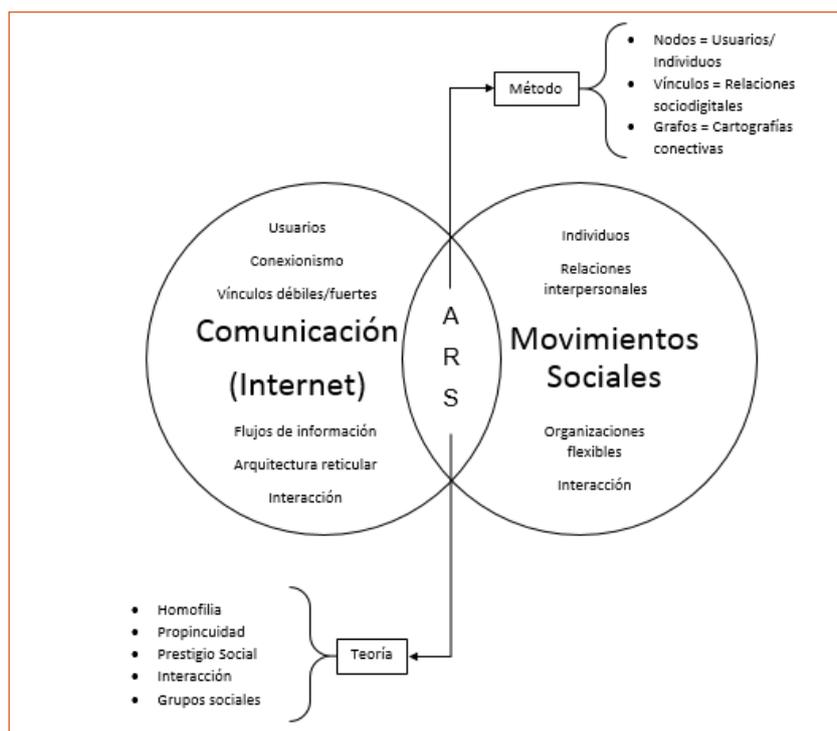
Por su parte, el contenido y los flujos de información transitan de manera arbitraria por los tres tipos de redes, incrementando la visibilidad de los contenidos y a la vez modificando estas estructuras dado que evidencian la afinidad o cuestionamiento a dicha información por parte del usuario-operador que la comparte, modificando la percepción que éstos poseen del él. La Figura 2 esquematiza estas tres redes y cómo interactúan permanentemente, difuminando sutilmente sus diferencias. Todo esto se lleva a cabo en la rizósfera.



**Figura 2.** La red de redes dentro del espacio digital. Fuente: Elaboración propia

Visualizar cómo los vínculos desarrollados en Internet tienen diferentes orígenes y finalidades también permite considerar que la noción de red no depende enteramente de su estructura, sino de sus elementos constitutivos: nodos y vínculos. La direccionalidad de los enlaces en la Figura 2 muestra que algunos son recíprocos y otros no, lo cual significa que aun siendo parte de la red, un usuario puede estar estructuralmente aislado; esto tiene particular relevancia para los flujos de información, ya que la direccionalidad permite abrir caminos, llegar a más personas o, por el contrario, aislar el flujo a comunidades densamente cohesionadas.

A partir lo comentado hasta el momento, se materializa con mayor fuerza la factibilidad de la noción de red como una característica relevante del espacio digital. La Figura 3 sintetiza el potencial puente a través de la comunicación y los movimientos sociales mediados por el Análisis de Redes Sociales, el cual está implícito en el paradigma de la red.



**Figura 3.** Paradigma de la red como puente teórico-metodológico Fuente: Elaboración propia

Aquí se puede observar el carácter interdisciplinario del estudio de los movimientos sociales y las TIC, pues la tradición sociológica sobre la acción colectiva se ve plenamente enriquecida y ampliada por las aportaciones de la perspectiva comunicacional a través de la relación sujeto-tecnología que se materializa con la apropiación social de la tecnología. Así, la relevancia del carácter interdisciplinario de este fenómeno sociotécnico recae en la profundidad y ampliación de las formas en que los movimientos sociales integran las TIC dentro de sus estructuras y repertorios de acción.

A partir de la Figura 3, es posible observar de qué manera los movimientos sociales utilizan el espacio digital para replicar, fortalecer e incrementar el impacto sus acciones a través de sus redes y las redes de sus redes. Por ello, la noción de red constituye un fértil puente teórico, metodológico y empírico para dar sustento a procesos que fortalecen sus vínculos de manera interna, así como los enlaces y las redes que desarrollan a nivel externo para amplificar su visibilidad y el impacto de sus acciones.

Sea directa o indirectamente, los movimientos sociales reconocen la amplitud de oportunidades y estrategias que pueden desarrollar en Internet, por lo que la incorporación de este espacio dentro de sus repertorios de acción genera cambios específicos relacionados a su organización y comunicación que son consecuencia de esta apropiación tecnológica (Crovi, 2012; Pisani & Piotet, 2009). Una vez identificado sus componentes y cómo se relacionan, es necesario realizar puntualizaciones sobre sus implicaciones fuera de la rizósfera, particularmente la acción conectiva y la creación de *hashtags* como un recurso de anclaje y propagación digital.

## 2.1 Acción conectiva y *hashtags*

La acción conectiva es una propuesta conceptual que intenta mostrar no solo la participación de la tecnología en la conformación de acciones por parte de los movimientos sociales, sino que también reivindica la dimensión reticular que se afianza en su estructura (Reguillo, 2017).

Los repertorios de acción conectiva cobran relevancia pues remiten a usos, prácticas y sentidos que construyen los actores sociales a través de la tecnología, con el fin de incrementar la producción, legitimidad y alcance de sus proyectos/agendas dentro del imaginario social y la esfera pública. Es decir, estas tácticas contrahegemónicas -que tienen un carácter mediático por el soporte tecnológico por el que se despliegan y que superan los usos predeterminados por parte de sus creadores- ofrecen opciones múltiples para hacer frente a los sentidos y poderes contra los que luchan los movimientos sociales para materializar su horizonte de posibilidad. Reguillo (2017) identifica el streaming, la producción de contrasentidos con los memes, el micrófono humano y el *hashtag*<sup>1</sup> como comunic-acciones propias del repertorio de acción conectiva.

De este modo, estas tácticas pueden incrementar la visibilidad de una acción hecha en el espacio público (por ejemplo, una marcha o intervención de un monumento) o ser acciones mediáticas paralelas que contribuyen a su lucha (por ejemplo, el construir debate sobre la importancia de su visibilidad en el espacio público o el etiquetar a las personas tomadoras de decisiones para incrementar la presión social y pública sobre su acción en torno a un tema o problemática que afecta directamente a un movimiento social). Una particularidad de los repertorios de acción conectiva recae en la estructura reticular que impide la concentración del poder y la sedimentación de la representación del movimiento en una sola persona. Por el contrario, permite visibilizar la participación de aquellos otros miembros que no se reconocen dentro del activismo clásico, pero que están contribuyendo a erosionar las narrativas que legitiman su dominio y/u opresión en sociedad (Olmedo Neri, 2023).

El carácter reticular tanto en el medio/espacio como el movimiento social posibilitan que los repertorios de acción se vuelvan híbridos y que amplíen el impacto y su visibilidad en el espacio público. Por ello, pensar y actuar en red se vuelve estratégico para algunos movimientos sociales, particularmente para aquellos cuyas estructuras organizativas no son verticales, por lo que no se concreta el monopolio de la palabra y no decanta en la personificación del movimiento en sus líderes (Pleyers, 2018; Rovira, 2017). Los movimientos campesinos y sindicalistas operan bajo estas estructuras verticales que facilitan la concentración del poder y condiciona la acción al interior de un movimiento social; en cambio, los movimientos que se gestan desde el ámbito cultural como el estudiantil, el feminista y el LGBT+ se caracterizan por tener una estructura descentralizada e intermitente cuyos objetivos son amplios y aparentemente distantes, pero todos ellos contribuyen a materializar su agenda de manera ubicua (Binder, 2019; Olmedo Neri, 2021, 2023).

De todos estos movimientos, es importante enunciar la particularidad que adquiere aquel conformado por las disidencias sexuales y de género, pues, al estar constituido por diversas comunidades, cada una de ellas ha ido construyendo agendas específicas. Esto, sin embargo, no significa una fragmentación del movimiento, sino un desdoblamiento de éste, lo cual le permite que cada comunidad avance en su proyecto emancipatorio sin que esto conflictúe con las demandas de otra comunidad o de otro movimiento social. Por el contrario, el avance progresivo en todos lados y todas las direcciones muestra esta flexibilidad estructural y la dinámica expansiva que tienen las comunidades pertenecientes a este movimiento en el marco de la vida cotidiana.

A partir de lo anterior, se puede inferir que aquellos movimientos sociales cuyas luchas se desarrollan en el campo de la cultura operan bajo estructuras reticulares que les permiten avanzar de acuerdo con sus intereses sin que ello signifique un retroceso para algunos miembros o para otros movimientos.

Reconocer la estructura organizativa dentro de los movimientos sociales es clave para observar los alcances y limitaciones de la apropiación que hacen de las TIC e Internet, ya que la arquitectura reticular del espacio digital puede limitar sus usos ante la potencial pérdida de protagonismo a ciertos actores del movimiento social en cuestión.

1 Desde una primera aproximación, los *hashtags* pueden ser entendidos como un recurso textual generado de manera creativa y con una fuerte carga semiótica con la que diversos usuarios-operadores no solo aglutinan un conjunto de ideas, testimonios y sentires en torno a un tema interpelado por dicha etiqueta, sino que a través de ella visibilizan una problemática que les es común y con la que irrumpen en la esfera pública ampliada en/por Internet.

Dentro del repertorio de acción conectiva, los contenidos adquieren relevancia no solo narrativa sino también relacional (Reguillo, 2017). Es decir, los productos audiovisuales y textuales que los usuarios-operadores producen, consumen o distribuyen permiten ampliar la visibilidad de su lugar de enunciación y vincularse con aquellos otros que navegan en el espacio digital (propincuidad) y que comparten dicha referencia enunciativa o experiencial (homofilia).

De esos recursos, los *hashtags* muestran no solo la relevancia de la generación del contenido, sino que detrás de ello existe un proceso de apropiación tecnológica que se utiliza para crear narrativas contrahegemónicas (Tarullo & García, 2020). Aunque su estudio es reciente, el interés sobre las etiquetas en Internet adquiere nuevos procesos y visualizaciones que también muestran su dimensión discursiva y reticular. Tanto los repertorios de acción conectiva como los *hashtags* son, pues, elementos que se han venido consolidando en los últimos años sobre el abordaje del activismo digital.

## 2.2 Implicaciones reticulares

Internet en tanto espacio está estructuralmente fundado en la noción de red (Castells, 2010; Rovira, 2017; Trejo Delarbre, 1996); entre sus características no solo se encuentra la capacidad de conexión, sino la diversidad de usuarios que allí se manifiestan, los circuitos de información que están en permanente movimiento y la constante expansión de los límites de lo digital.

No obstante, la noción de red no sólo es exclusivo a la esfera digital. Por el contrario, esta dinámica relacional (Pisani & Piotet, 2009) está presente con mayor fuerza en los “nuevos movimientos sociales” que aparecieron en la segunda mitad del siglo XX (Melucci, 2010; Touraine, 2005), así como en los movimientos altermundistas desarrollados en el siglo XXI (Candón-Mena, 2011, 2013; Castells, 2015; Peirone, 2012; Reguillo, 2017).

El movimiento feminista, estudiantil y LGBTQ+, entre otros, tienen un impacto transversal sobre la sociedad en comparación con la antagonista dicotomía burguesía/proletariado; su forma de organización y acción son más flexibles en comparación a las estructuras jerárquicas, la concentración del poder y la (re)presentación que caracterizan la organización de movimientos históricos como el obrero y campesino (Martel, 2013; Meneses, Rocha 2015; Olmedo Neri, 2021; Pleyers, 2018).

Los movimientos sociales surgidos *en y después* de la Primavera Árabe muestran que la estructura reticular sirve como un medio de organización y contención ante las estrategias de los gobiernos que pretenden transformar (Peirone, 2012; Castells, 2015). Además, Internet y los dispositivos tecnológicos se convirtieron en la impronta de estas luchas ya que fueron utilizados nuevos formatos para visibilizar sus acciones y luchas: un *hashtag*, video, meme, gif, audio o *link* se vuelven contenedores de demandas y contextos de interacción y comunicación.

El 15M en España (Candón-Mena, 2011), el movimiento Occupy iniciado en Estados Unidos (Reguillo, 2017), el #NuitDebut en Francia (Pleyers, 2018), el movimiento estudiantil #YoSoy132 en México (Meneses Rocha, 2015), entre otros, son ejemplos de papel estratégico de la tecnología y lo digital para la organización, socialización y la comunicación de estos movimientos, sus agendas y avances.

A esta forma de usar las plataformas sociodigitales se unen poco a poco los movimientos LGBTQ+ (Cizek, 2017; Olmedo Neri, 2019), el feminismo (Acosta & Lassi, 2020; García González, 2023; López Robles, 2022; Pedraza Bucio & Rodríguez Cano, 2019) y los movimientos estudiantiles-juveniles (Meneses Rocha, 2015; Reguillo, 2013). Por tanto, las características de la red de redes “se ajustan a las necesidades de los nuevos movimientos, los cuales en su evolución histórica han ido adoptando formas de organización en red” (Candón-Mena, 2013, p. 95).

Cabe destacar que esta apropiación e incorporación de la tecnología e Internet no desplaza las movilizaciones y la resignificación del espacio público, por el contrario, como identifica Pleyers (2018), el uso de estas tecnologías para convocar a una concentración u ocupación de una plaza provoca que más personas conozcan el acto y en su caso participen. Así, y alejan-

do el análisis del determinismo tecnológico (Castells, 2015) o su pesimismo (Fuchs, 2015; Han, 2016) queda claro que “estas movilizaciones no utilizan la tecnología como algo complementario, sino sinérgico. Lo que ocurre in situ y online son dimensiones imbricadas de un mismo fenómeno” (Rovira, 2017, p. 137).

Asumir estas formas sinérgicas en algunas ocasiones parece ‘sacrificar’ la planeación y la propia organización, sin embargo, esto es parte de la lógica de acción conectiva donde se difuminan los protagonismos y todos actúan/hablan desde su acontecer, el cual comparten sin mediar relaciones de parentesco o de afiliación ideológica.

La noción de multitudes conectadas (Rovira, 2017) o multitudes inteligentes (Rheingold, 2004) ha cobrado relevancia en este tenor tanto por reivindicar el concepto de multitud como por dar cuenta de esta descentralización organizativa: no hay una planeación jerárquica, sino una acción reticular por la que se (re)distribuye constantemente el poder (de la palabra y de la enunciación). Es la forma organizativa en red la que reconoce que el sujeto no solo es individuo, sino a la vez parte de una red potencial y contingente, por lo que “si existe un medio de comunicación que mezcle vida privada y compromiso público, además de ofrecer una plataforma de este individualismo expresivo, son las redes sociales” (Pleyers, 2018, p. 85)

Dicho de otra manera, “la multitud conectada es un acto de fe, de confianza en la red como tal, en la presuposición de la autonomía y capacidad de cada uno de los nodos, renunciando al control o a la perversión, una decisión arriesgada” (Rovira, 2017, p. 151). Entonces, las acciones de los movimientos sociales contemporáneos descentralizan su organización en el espacio digital a partir de la autonomía de cada usuario/operador y aun así se muestra que la red no está definida *per se*, por el contrario, su constitución depende única y exclusivamente de los nodos y los vínculos que le dan forma y límites.

Con esta aparente ‘desorganización’, que en realidad es una reorganización que democratiza al propio movimiento a partir de la personificación del activismo, existe entonces una reivindicación del nodo, ya que no solo es productor de redes, sino que al mismo tiempo es resultado de ellas (Olmedo Neri, 2021, 2023). Así, el sujeto no sólo posee redes, sino que forma parte de ellas y otras más que lo convocan como un elemento constitutivo y constituyente, volviéndose en un *nodo-red* en permanente diseño.

De este modo, la noción de *nodo-red* pretende dar cuenta de la dialéctica relacional que se gesta en la sociedad contemporánea, donde el sujeto es productor y al mismo tiempo producto de las múltiples mallas de contactos, flujos de contenido y tejidos de sentidos que se construyen y operan de manera (in)consciente en la vida cotidiana. Por lo anterior, la idea de *nodo-red* es una forma de (re)conocer que tanto la agencia como la subjetividad de los movimientos sociales y sus integrantes están mediadas por estos vínculos sociales, simbólicos y comunicacionales; a estas mallas entrelazadas se suma el soporte tecnológico contemporáneo que hace posible que dicha relación no solo se fortalezca, sino que al mismo tiempo la expone como la organización social efectiva para materializar los horizontes de posibilidad.

Algunas autoras aluden este carácter al retomar la idea de  $n-1$  como una metáfora en la que la red siempre considera el todo sobre su parte, aunque ésta última se encuentra presente (Reguillo, 2017; Rovira, 2017). El  $n-1$  es parte de una fórmula para determinar la densidad de la red (Wasserman & Faust, 2013), es decir, la cohesión; no obstante, más que pensar en ‘sustraer’ al sujeto es necesario reconsiderarlo. Así, y recurriendo al potencial enunciativo de la metáfora habría que describirla a  $n \neq 1$ . La idea de  $n \neq 1$  resulta más útil para entender conceptual y metafóricamente la red ya que aleja al individuo en apariencia, pero lo reconoce en esencia: es una expresión que da cuenta que la red es más que uno, pero siempre parte de éste, por lo tanto, el sujeto se posiciona como base intrínseca de la estructura y acción conectiva. De allí que por muy mínima que sea una red siempre apelará al individuo porque incluso en un nodo que posee únicamente vínculos reflexivos (aquellos enlaces donde su origen y su destino son el mismo nodo, por lo que los vínculos reflexivos no permiten formar redes por su propia lógica redundante), se evidencia que hay un mismo sujeto que ocupa las dos posiciones al mismo tiempo.

Por lo anterior, el uso de Internet no solo permite ampliar los procesos de conexión y vincu-

lación a nivel local e internacional, sino que también hace eco a través de la dislocación en la distribución del poder por el papel del nodo y sus vínculos en el espacio digital (Castells, 2015). Si se reconoce la descentralización de la organización en una estructura que no tiene ni inicio ni fin, entonces existe la posibilidad de participar y a la vez de utilizar dicha estructura para un fin comunicativo que amplía exponencialmente su impacto. Es a partir de ello que la noción de rizósfera opera como un término útil, pues solo a través de este acoplamiento estructural y sociotécnico los repertorios de acción conectiva surgen como tácticas subversivas de amplio alcance y variado efecto en la vida cotidiana.

### 2.3 Implicación comunicativa: *hashtags*

El carácter comunicativo de los movimientos sociales no sólo se encuentra en las acciones que hacen, sino también en su propia existencia (Melucci, 2010). De allí que la comunicación no sólo se empalme con las causas, sino con las expresiones y los propios integrantes de un movimiento que pueden ser miembros, activistas, organizaciones/colectivos y aliados, quienes de forma reticular desarrollan acciones sinérgicas *en y mediante* la red.

El ámbito de la comunicación en Internet y las plataformas sociodigitales tiene un carácter particular: no solo descentraliza la acción, sino que interviene en la producción y distribución de contenido dentro de la esfera pública (Pleyers, 2018; Rovira, 2017). Lo anterior es particularmente importante porque se suma a la reivindicación del sujeto convertido en usuario-operador dentro de Internet, por un lado, y a la alta capacidad de difusión que adquiere el contenido a través de las redes que en Internet se desarrollan, por otro lado.

En contra de la idea del desplazamiento de los medios de comunicación analógicos por parte de Internet, Candón-Mena (2011), Pleyers (2018) y Trejo Delarbre (2015), entre otros, concuerdan más bien en un proceso de imbricación y relacionamiento a partir de su propio carácter comunicativo y su participación en el ecosistema mediático.

Entonces “las exigencias y protestas que circulan por las redes sociodigitales podrán ser muy intensas, originales e insistentes, pero servirán de poco si no trascienden a los medios tradicionales” (Trejo Delarbre, 2015, p. 37). De esta manera, lejos de ser medios mutuamente excluyentes se da un proceso de convergencia donde Internet se convierte en un meta-medio, en el cual los medios tradicionales generan sus perfiles para mantener e incluso incrementar su carácter masivo (Orihuela, 2002). Entonces, “para comprender los movimientos contemporáneos y los usos de las nuevas tecnologías de información y comunicación se debe integrar al análisis no solamente el papel de los medios masivos, sino sus interacciones con las nuevas plataformas de la información” (Pleyers, 2018, p. 83).

Así, el contenido adquiere un carácter reticular en cuanto a su forma de distribución y flujo. Este contenido, además, posee al menos dos características que son necesarias mencionar: en primer lugar, adquiere un carácter atemporal dado que no se elimina al dejar de tener relevancia contextual, por el contrario, se mantiene latente en el espacio virtual y a veces es retomado por los propios integrantes de un movimiento o por las propias lógicas de algoritmos para ‘reactivar’ la interacción.

En segundo lugar, el contenido deja en un segundo orden el aspecto territorial dado que por la infinitud de Internet dicho contenido puede encontrar contextualización con las demandas de un movimiento regional o nacional dado que comparten los mismos retos. Así, el contenido puede tener un carácter deslocalizado y atemporal, lo que le permite ostentar la ubicuidad y redundancia como características. De hecho, es posible visualizar las estructuras generadas a partir del contenido que cada usuario comparte, comenta, denuncia o anuncia en sus respectivos perfiles, esto es, poder materializar la red de usuarios que interactúan con el contenido (Gunter, 2014; Rogers, 2023).

Con el fin de mostrar cómo se construyen redes a partir de la interacción y la interactividad, se presenta la Figura 4. En ella se observa la articulación entre perfiles (nodos) que comparten, emplean y/o comentan el contenido que posee la etiqueta #OrgulloMx2020 durante el mes de junio; este mes es importante en México -particularmente en la capital del país- porque en él se da un incremento en la visibilidad de las disidencias sexogenéricas.

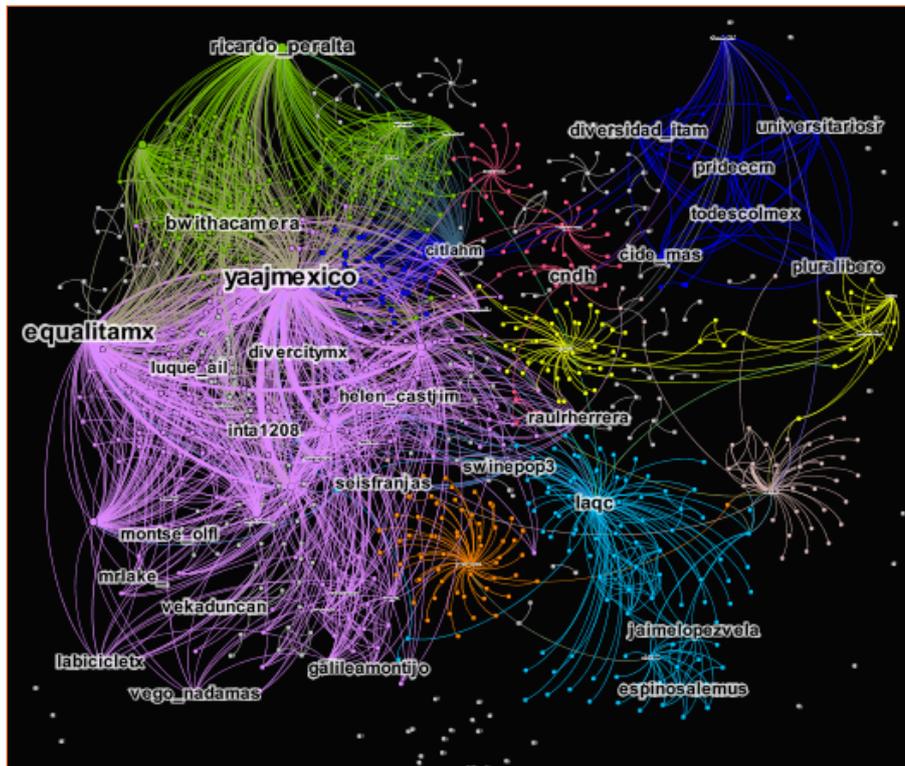


Figura 4. Red alrededor de #Orgullo2020MX, México (junio, 2020)<sup>2</sup>.  
Fuente: Elaboración propia con datos de NodeXL y Gephi

Como se observa, este grafo no responde exclusivamente a las redes de los activistas o de las organizaciones, sino que esta visualización es un reflejo de las redes *sociales*, *digitales* y *sociodigitales* que se han mencionado en este trabajo. Son los componentes humanos y no humanos los que cruzan sus redes y por donde fluye el contenido diverso y acumulativo alrededor de esta etiqueta. Este grafo se evidencia con mayor claridad en la rizósfera porque es allí donde nace y se define; la etiqueta, las narrativas contrahegemónicas que se le adhieren y los impactos que generan se manifiestan en la vida cotidiana y la cultura digital, pero su visibilidad y creación tiene su origen en la rizósfera.

En palabras de Reguillo (2017), los grafos permiten “calibrar el impacto de la palabra y el proceso de articulación de múltiples subjetividades o de la *multitud conectada*” (p. 119), por lo que diferenciar dónde se da la desestabilización del sentido dominante de la palabra y la voz (rizósfera), permite reconocer sus impactos en otros espacios.

Como se ha mencionado, la tipología de redes no se puede ver a simple vista, pero aun así están presentes, ejerciendo un carácter conectivo con los demás usuarios-operadores. Estos grafos son resultado de los “modos interpersonales de construcción de la subjetividad distintos al “reconocerse” que da lugar a nuevas formas proyectivas de los imaginarios colectivos” (Sierra Caballero & Sola-Morales, 2020, p. 32).

Visualizar y analizar este tipo de redes es un ejercicio que permite entender parte de las acciones de carácter *onlife* que realiza un movimiento social, por lo que es una forma contemporá-

2 La obtención de datos y visualización del grafo se dio mediante el *software* NodeXL y Gephi. En los métodos digitales, los *softwares* son estratégicos y a la vez problemáticos porque operan como una caja negra en la que el proceso de extracción y recolección no puede ser controlado de manera total por parte del investigador (Rodríguez Cano, 2021)

nea de dar respuesta y atención a lo que se manifiesta en lo digital. Una vez más, la noción de red se presenta como una realidad que conjuga lo digital y lo no digital. Finalmente, es necesario mencionar la relevancia del *hashtag* como constructor de redes sociales en Internet. De acuerdo con Reguillo (2017):

Los *hashtags* (etiquetas) son una serie de caracteres simples o compuestos que van precedidos por la tecla numeral, también llamada «gato», #. Su finalidad es la de etiquetar información, ideas, eventos, personajes, y hoy constituye un dispositivo clave, principalmente en Twitter [ahora X], al posibilitar a los usuarios que utilizan esa etiqueta compartir una opinión personal, una fotografía o un enlace a algún portal (p. 117).

Este producto, no obstante, adquiere relevancia porque su producción implica al menos dos elementos: por un lado, la creatividad del usuario que lo diseña para que sea conciso y a la vez potente en términos de significado; por otro lado, su difusión responde a la apropiación de la tecnología (Crovi, 2012; 2018) debido a que es un elemento que nace por los propios condicionamientos de la interfaz de Twitter (ahora X), ya que impide realizar extensas publicaciones.

De esta manera, el *hashtag* “se consolida como el signo por excelencia de esta red sociodigital [Twitter], ya que la condición de reducción de su significante es inversa al significado que puede adquirir a través de su reproducción” (Olmedo Neri, 2019, p. 116). Aunque cada etiqueta surge por una situación particular y específica, puede existir la posibilidad que su sentido y significado original cambien derivado de la apropiación y resignificación de los usuarios que lo utilicen.

A partir de estos planteamientos, es posible identificar y proponer una tipología de *hashtags* en relación con la finalidad de cada uno de ellos. En esta tipología se identifican al menos tres tipos de *hashtags*: aquellos de tipo *reivindicativo*, los cuales retoman algún elemento propio del movimiento (identidad, historia, origen, organización) o para traer de la memoria algún factor relevante de acuerdo con sus necesidades de identidad y comunicación; otros más tienen un carácter *enunciativo* y se diferencian por visibilizar las denuncias y los agravios que viven, así como la demandas que construyen su horizonte de posibilidad; finalmente, se encuentran aquellos *hashtags* que tienen un profundo sentido *movilizador*, por lo que con ellos se pretende construir o convocar a la acción *onlife* como un mitin, marcha, performance, entre otros.

Para mostrar estas diferencias mencionadas se muestran algunos *hashtags* usados por movimientos desarrollados en los últimos años.

Tabla 1. Tipología de hashtags a partir de su finalidad <sup>3</sup>			
Movimiento	Tipos de hashtags		
	Reivindicación	Enunciación	Movilización
Estudiantil	#2deOctubreNoSeOlvida #YoSoy132	#NosFaltan43 #Ayotzinapan #UNAMNoPaga	#Marcha2DeOctubre #AccionGlobalAyotzinapa
Feminista	#8M2021 #8M	#SeráLey #RompeElPacto #LeyOlimpiaNacional #NiUnaMenos	#elnueveningunasemueve #el9ningunasemueve #Marcha8M

<sup>3</sup> Estos *hashtags* se han recopilado del estudio sistemático de este proceso de comunic-acción en el caso de las expresiones de los movimientos feminista, estudiantil y LGBT+ en México, durante la segunda década del siglo XXI. Estos *hashtags*, en tanto construcciones de sentido contrahegemónico, no solo exponen la singularidad del contexto en el que emergen, sino que de una u otra manera, se vinculan con la lucha que se lleva a nivel internacional sobre sus diversas demandas. La relevancia de este ejercicio es que en otras coordenadas, las etiquetas podrían replicarse, modificarse o ampliarse de acuerdo con las condiciones objetivas a las que se enfrentan y bajo las que operan dichos movimientos sociales.

Tabla 1. Tipología de hashtags a partir de su finalidad <sup>3</sup>			
Movimiento	Tipos de hashtags		
	Reivindicación	Enunciación	Movilización
LGBT+	#LGBT #LGBTI #Pride #Orgullo	#LovelsLove #AmorEsAmor #LeyAgnes #InfanciasTrans #NadaQueCurar	#ElOrgulloPermanece #MarchaDelOrgullo #Orgullo2020MX
Fuente: Elaboración propia			

Claramente esta tipología es reducida dado el número de movimientos que se enlistan, sin embargo, esta aproximación tiene el objetivo de invitar a la reflexión sobre los procesos que sustentan imaginar, crear y difundir una etiqueta en una plataforma sociodigital. Cada *hashtag* se crea bajo una función particular, por tanto, su objetivo, hace que cada red tenga una estructura diferente y que los nodos que la conforman tengan una posición cambiante.

De allí que la etiqueta no sea un fin en sí, sino un medio por el cual se pretende viralizar la demanda que encierra dicho producto y volverse un referente que permita sentar en la plaza pública digital atención a una demanda, identidad o acción (La Rocca, 2020; Rodríguez Cano, 2020; Olmedo Neri, 2019). Abonar a los estudios alrededor de las funciones del *hashtag* como un producto con el cual es posible estructurar redes hace factible reconocer su carácter tanto de contenido como de un recurso que los movimientos sociales utilizan de acuerdo con sus necesidades y agendas.

Finalmente, el carácter comunicativo que adquieren los movimientos sociales en Internet permite abrir un amplio campo que comienza a ser estudiado desde las ciencias sociales, pero que requiere necesariamente de la comunicación para descifrar aquellos elementos que hoy se han instalado en la cotidianidad de la sociedad hipercomunicada.

### 3. CONCLUSIÓN

Mostrando fidelidad al objetivo planteado en los inicios de este trabajo, cada apartado muestra las formas en que la red se materializa en la relación que establecen los movimientos sociales contemporáneos con las TIC e Internet. Sea como un puente que conecta disciplinas para abordar el activismo digital o como una estructura que transforma la organización y la propia producción de información y comunicación de un movimiento social, queda claro que la reticularidad se destaca como un rasgo distintivo de la sociedad contemporánea.

Mediante la reflexión y la experiencia de investigación alrededor de las implicaciones que posee Internet en los movimientos sociales, ha sido posible reconocer elementos puntuales que modifican su propia esencia y parte de sus acciones; entre las aportaciones de este trabajo yace la propuesta del término rizósfera para nombrar el espacio entre la interfaz donde la acción social y la estructura tecno-operativa permite la creación de diversos usos y sentidos que sirven a los intereses de los movimientos sociales contemporáneos.

A través de la rizósfera se pretende enunciar la heterogénea y contingente capacidad sociotécnica de los movimientos sociales para adoptar y adaptar las posibilidades tecno-operativas a su disposición, con el fin de acelerar la materialización de su agenda, incrementar la visibilidad de sus acciones y recalibrar su posición desfavorable dentro del imaginario colectivo. El uso de este término puede ayudar a entender con mayor precisión dónde se gestan los usos variados y situados de la relación sujeto-tecnología dentro de los movimientos sociales actuales.

De manera paralela, se ha indicado que la relación sujeto-tecnología que construyen los movimientos sociales con las TIC e Internet va de la mano con un conjunto de elementos a considerar sobre el poder, la estructura, las información y la comunic-acción. La descentralización del poder y la reorganización a través de la red permite entrever que la democratización no

sólo se da a través de las demandas que postulan, sino que también el propio movimiento se transforma al interpelar las jerarquías mediante la horizontalidad que yace en cada individuo con participación no afiliativa y sin fines de protagonismo.

En términos estructurales, el nodo no solo es productor de redes, sino que también es resultado de ellas; así, no solo se convoca a las redes, sino que ellas convocan al sujeto al momento de asistir al llamado a la comunic-acción. De esta manera, el nodo y la red se imbrican en una suerte de dialéctica conectiva permanente que dota al individuo de una posición y una relevancia. Así la noción de *nodo-red* pretende dar cuenta de esta reciprocidad estructural y funcional que los movimientos sociales contemporáneos han reconocido y asimilado para potenciar su voz en el espacio público, visibilizar su agenda más allá del plano político, fortalecer sus estructuras internas, robustecer su identidad colectiva e idear nuevas formas de impulsar la transformación social.

El ámbito comunicativo también se ve atravesado por la noción de red en el espacio *onlife*; incluso es posible, a través de los repertorios de acción conectiva, reconocer quiénes forman parte de la acción, en qué momento y con qué finalidad. La comunicación, por tanto, ya no solo responde a la esencia y a la acción del nodo, sino a la interacción y comunicación que despliega sobre el contenido que fluye constantemente. Dentro de la red, el flujo de información pasa por las redes sociales, digitales y sociodigitales de cada nodo, por ende, este flujo adquiere un carácter ubicuo y modifica de manera visible o no dichas redes.

De este modo, esta aproximación a las nuevas formas de acción y comunicación de los movimientos sociales hace pensar más en la promoción de la interdisciplina como recurso teórico-epistemológico. Por ello la idea de comunic-acción pretende mostrar el proceso permanente y coordinado entre hacer y significar, entre tomar las calles y las redes, entre marchar y publicar.

Finalmente, la perspectiva comunicacional permite renovar análisis, perspectivas y conceptos con los cuales se aprehende la realidad. Una vez más se hace necesaria practicar la red a nivel de áreas de conocimiento para poder abonar y entender esta realidad compleja, incierta e hipercomunicada, donde los movimientos sociales se encuentran y despliegan todo su saber-poder.

## REFERENCIAS

- Acosta, M. & Lassi, A. (2020). La conversación digital durante la Huelga Internacional de Mujeres. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(9), 86-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7220311>
- Aral, S. (2020). *The hype machine*. Currency.
- Barabási, A. (2011). Introduction and Keynote to A Networked Self. En Z. Papacharissi, (ed.), *A Networked Self*, editado por Zizi Papacharissi (pp. 1-14). Routledge.
- Bauman, Z. & Leoncini, T. (2018). *Generación líquida*. Paidós.
- Binder, I. (2019). Identidad y agencia colectiva del movimiento ciberfeminista en América Latina. El caso de ciberfeministaslatam. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (5), 210-233. <https://doi.org/10.7203/rd.v0i5.128>
- boyd, D. (2011). Social Networks Sites as Networked Publics. En Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self* (pp. 39-58). Routledge.
- Candón-Mena, J. (2011). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* [Tesis doctoral publicada]. Universidad Complutense de Madrid.
- Candón-Mena, J. (2013). *Toma la calle, tomas las redes. El movimiento #15M en internet*. Atrapasueños.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.

- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data. Algorithms and the making of our digital selves*. New York University Press.
- Ciszek, E. (2017). Todo mejora en el ambiente: An Analysis of Digital LGBT Activism in Mexico. *Journal of Communication Inquiry*, 42(4), 313-330. <https://doi.org/10.1177%2F0196859917712980>
- Craig, R. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Crovi, D. (2012). Apropiación: una aproximación conceptual. En M. Portillo Sánchez & I. Cornejo Portugal (Coords.), *¿Comunicación posmasiva?* (pp. 149-162). Universidad Iberoamericana.
- Crovi, D. (2018). *Para leer la apropiación digital. Una transformación de las prácticas culturales*. Tintable.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2004). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-Textos.
- Flores-Márquez, D. (2017). Movimientos sociales e Internet en México. En G. Pleyers & M. Garza Zepeda (coords.), *México en Movimientos. Resistencias y alternativas*, (pp. 119-126). UACJ-MA Porrúa.
- Floridi, L. (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer Open.
- Fuchs, C. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism*. University of Westminster Press.
- Gallardo Cano, A. (2002). *Curso de teorías de la Comunicación*. Cromocolor.
- García González, L. Á. (2023). Una revisión de la literatura sobre la investigación del activismo digital feminista desde una perspectiva de comunicación y cultura digital, *Global Media Journal Mexico*, 20(38), 94-113. <https://doi.org/10.29105/gmjmx20.38-498>
- Gunter, B. (2014). Los procedimientos de las investigaciones cuantitativas. En K. B. Jensen (ed.), *La comunicación y los medios* (pp. 379-454). FCE.
- Han, B.-C. (2016). *En el enjambre*. Herder.
- Han, B.-C. (2018). *Psicopolítica*. Herder.
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- La Rocca, G. (2020). La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. *BARTARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales* (27), 46-61. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.559>
- López Robles, A. (2022). Activismo hashtag y disputas por el sentido social en Twitter, *Global Media Journal Mexico*, 19(36), 148-169. <https://doi.org/10.29105/gmjmx19.36-473>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, (48), 103-126.
- Lozares, C. & Verd, J. M. (2011). De la Homofilia a la Cohesión social y viceversa. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales* 20, 29-50.
- Luna, M. (2004). Redes sociales. *Revista Mexicana de Sociología*, LXVI (Número Especial), 59-75.
- Martel, F. (2013). *Global Gay. Cómo la revolución gay está cambiando el mundo*. Taurus.
- Martínez Castillo, E. (2017). Las sociedades abiertas de control en el capitalismo virtual. En A. Constante y R. Chaverry (Coords.), *Redes sociales, virtualidades y subjetividades* (pp. 123-138), UNAM.
- Mattoni, A. & Treré, E. (2014). Media practices, mediation processes and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, 24(3), 252-271. <https://doi.org/10.1111/comt.12038>

- McChesney, R. W. (2015). *Desconexión digital. Cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*. El Viejo Topo.
- Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.
- Meneses Rocha, M. E. (2015). *Ciberutopías*. Tecnológico de Monterrey-Porrúa.
- Miège, B. (2015). *El pensamiento comunicacional*. Universidad Iberoamericana.
- Olmedo Neri, R. A. (2019). #AmorEsAmor como constructor de redes digitales en el movimiento LGTBTTIQA en México. *Virtualis*, 10(19), 109-133. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i19.301>.
- Olmedo Neri, R. A. (2020). Implicaciones metodológicas sobre el uso del Análisis de Redes Sociales en redes sociodigitales. *Quórum Académico*, 17(2), 73-94.
- Olmedo Neri, R. A. (2021). Cartografías conectivas: un acercamiento a la construcción de redes sociodigitales del movimiento LGBT+. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (147), 123-142. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i147.4456>.
- Olmedo Neri, R. A. (2022). Activismo digital. Apuntes teórico-conceptuales para una revisión. *Mediaciones*, 18(29), 204-219. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.204-219>.
- Olmedo Neri, R. A. (2023). LGBT+ digital activism. Notes for a communication conceptualization. *Journal of Latin American Communication Research*, 11(2), 157-179. <https://doi.org/10.55738/journal.v11i2p.157-179>
- Orihuela, J. (2002). Internet: Nuevos paradigmas de la comunicación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (77), 1-5.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pearce, B. (1994). Nuevos modelos y metáforas comunicacionales: el pasaje de la teoría a la praxis, del objetivismo al construccionismo y de la representación a la reflexividad. En D. Schitman (Ed.), *Nuevos Paradigmas, Cultura y Subjetividad* (pp. 265-189) Paidós.
- Pedraza Bucio, C. & Rodríguez Cano, C. (2019). Resistencias sumergidas. Cartografías de la tecnopolítica feminista en México. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16 (2), 197-212. <https://doi.org/10.5209/tekn.64163>
- Peirone, F. (2012). *Mundo extenso. Ensayo sobre la mutación política global*. FCE.
- Pisani, F. & Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes*. Paidós.
- Pleyers, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI*. CLACSO.
- Poell, T. & Van Dijck, J. (2018). Social media and new protest movements. En J. Burgess, A. Marwick & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 546-561). SAGE Publications.
- Quinn, K. & Papacharissi, Z. (2018). Our Networked selves: Personal connection and relational maintenance in social media use. En J. Burgess, A. Marwick & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 353-371). SAGE Publications.
- Reguillo, R. (2013). *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Siglo XXI.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes Insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. ITESO.
- Requena Santos, F. (2003). Orígenes sociales del análisis de redes. En F. Requena Santos (Ed.), *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones* (pp. 3-14). Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Requena Santos, F. (1989). El concepto de red social. *Revista Española de Investigaciones Sociales*, (48), 137-152.

- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Gedisa.
- Rodríguez Cano, C. (2020). *La expansión de lo público. Indagaciones tecnopolíticas de la sociedad hiperconectada*. UAM-Unidad Cuajimalpa.
- Rodríguez Cano, C. (2021). Minería de datos y análisis de redes sociales: malabarismos de una experiencia de investigación. En D. Flores-Márquez & R. González Reyes (Coords.) *La imaginación metodológica. Coordinadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital* (pp. 25-58). Tintable.
- Rogers, R. (2023). *Métodos digitales*. ITESO.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Icaria.
- Scolari, C. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*, 22, 204-225.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de medios*. Gedisa.
- Stairs, D. (1970). Karl Deutsch, Teoría del Análisis de Relaciones Internacionales. Englewood Cliffs, NJ: Prentices-Hall INC., 1968, pp. X, 214. *Canadian Journal of Political Science*, 3(1), 171-172. <https://doi.org/10.1017/S0008423900027244>.
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu.
- Sfez, L. (2007). *La comunicación*. Amorrortu.
- Sierra Caballero, F. & Sola-Morales, S. (2020). Espacio público oposicional y ciberactivismo, una lectura materialista de la acción conectiva. *Perspectivas de la Comunicación*, 13(7), 7-41. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000200007>.
- Tarullo, R. & García, M. (2020). Hashtivismo feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @actrices argentinas. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6, 31-54. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.172>
- Tilly, C. & Wood, L. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008*. Crítica.
- Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma para entender el mundo de hoy*. Paidós.
- Trejo Delarbre, R. (1996). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Editorial Diana.
- Trejo Delarbre, R. (2015). México enredado. Auge, ligereza y limitaciones en el uso político de las redes sociodigitales. En R. Winocur Iparraguirre & J. A. Sánchez Martínez (coords.), *Redes sociodigitales en México* (pp. 17-39). FCE-CONACULTA.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido*. Friedrich Ebert Stiftung.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Wasserman, S. & Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Watts, D. (2006). *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Paidós.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós.

# RESEÑAS



## Digital Detox: The Politics of Disconnecting

Tryne Syversten

Emerald Publishing Limited, 2020

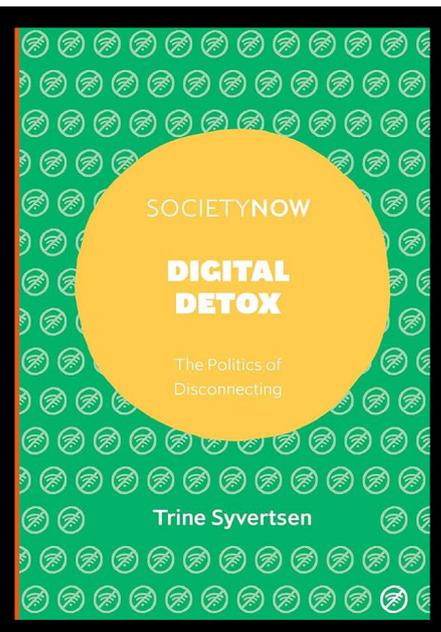
ISBN: 978-1-78769-342-5

153 páginas

**Pablo Antón**

pamaran6@alumni.uv.es

Universitat de València



El fallo eléctrico que sumió a la península ibérica en un apagón no hizo más que poner en relieve la virulenta dependencia hacia las pantallas y las tecnologías que la sociedad presenta. La pérdida de cobertura arrastró consigo a las redes sociales, aquellas tan criticadas por aislar a las personas más que conectarlas. El mundo digital en el que extendemos nuestra economía y nuestra sociedad se vio sustituido por el mensaje “no hay conexión a internet”, y el dibujo de un dinosaurio. Pareciese que habíamos viajado a los tiempos jurásicos, pero se reducía a qué millones de personas habían realizado un exilio forzoso al mundo offline, un detox digital impuesto.

Aunque muchos anunciaron a bombo y platillo, tan rápido como llegó el internet, la “liberación” que les había supuesto salir a dar un paseo o pasar tiempo con sus hijos sin un smartphone de por medio, cabe preguntarse si lo que fue realmente liberador es que el internet perdiera el acceso a nosotros. Si lo que resultó rompedor no fue tanto apartar la mirada del ordenador, sino que parase el incesante goteo de correos y mensajes que reclaman nuestra mirada en una sociedad hiperconectada. Sobre esto reflexiona Trine Syversten en su libro “Digital Detox: The Politics of Disconnecting”, en el que el lector se adentra en las múltiples presiones que recibe para mantenerse siempre en línea a la vez que es presionado para restringir su uso.

Sylversten también indaga en las formas en las que se nos ha presentado, y vendido, el detox digital como una tendencia que se ha de implementar de forma individualista para convertirnos en la mejor versión de nosotros mismos, a la vez que se ignora el problema estructural de la digitalización. Así, la desintoxicación digital se define como los descansos temporales y las reglas dirigidas a eliminar la dependencia de las nuevas tecnologías. Y desde que se popularizó el término hace más de una década para ayudar a aquellos que querían reducir su presencia en línea, se han multiplicado los negocios que ofrecen un respiro de lo digital.

A pesar de que en cada época los nuevos medios han levantado emociones confrontadas de entusiasmo y desagrado, y han motivado iniciativas de reconexión con la vida “real”, la hiperconectividad y la digitalización de la sociedad cambia las reglas del juego. Las nuevas plataformas han supuesto la mediatización definitiva de la cotidianidad ciudadana, y aunque se ejerza cierta resistencia, cuesta observar acción colectiva más allá de la capitalista.

En las 120 páginas, la autora nos aporta sendas reflexiones sobre los usos y relaciones con las nuevas plataformas, y analiza los motivos para “desintoxicarse” para entender como los usuarios expresan y se relacionan con las redes sociales desde el desasosiego. Así, el neoliberalismo ha conseguido cargar en los individuos con la responsabilidad de manejar los problemas y riesgos de los nuevos medios, condenándoles a la autorregulación en aras de que se conviertan en su mejor versión.

En los primeros capítulos, el texto inspecciona los motivos de la dependencia tecnológica y los motivos de descontento. Así, plantea que la medicalización de los usuarios como adictos e intoxicados deja la puerta abierta a olvidar los contextos sociales e históricos que condenan a los individuos a anclar sus ojos en las pantallas. El neoliberalismo patologiza a los individuos por un problema que el propio sistema mantiene y cohesiona, y del que saca rédito económico. El libro expone cómo esto provoca un autodiagnóstico generalizado de los usuarios como adictos, algo que apoya la industria de los libros de autoayuda comparando el uso de pantallas con la adicción a sustancias.

La autora considera que los motivos por los que darse un respiro digital emanan de la idea de retomar una mayor presencia, ser más productivos y conseguir una mayor privacidad. Pero paradójicamente el movimiento cuenta con una gran presencia en línea sustentada por el nicho de mercado que supone.

Sylvertsen nos guía en la reflexión sobre cómo las redes sociales y sus algoritmos son claves para la economía de la atención. Y también cómo la conveniencia y la comunidad de estas propician la dificultad de mostrar resistencia y escapar de ellas. La regulación es una de las piedras angulares del texto, motivo por el cual en el tercer capítulo la autora se explaya en cómo a principios de siglo los Estados occidentales apostaron por la digitalización y delegaron un control infinito e irrecuperable a las empresas tecnológicas.

La vinculación política que se realizó entre los nuevos medios y el avance económico y social pasó por la digitalización del Estado, que se vio como una posibilidad para ahorrar gastos al emplazar a los ciudadanos a realizar trámites desde sus dispositivos. Sin embargo, en una falta de previsión, este proceso ha generado dependencia de los Estados y de los datos ciudadanos con las grandes tecnológicas.

En el cuarto capítulo se encuentran expuestas las soluciones que parten de la desintoxicación digital y que arraigan en la cultura de la autoayuda. Sylvertsen apunta a que la restricción personal está camuflada por un individualismo feroz, que arrebata la responsabilidad a instituciones y compañías para añadírsela a los usuarios, y de lo que saca beneficio la industria del bienestar. También repasa otras soluciones como zonas sin pantallas, manejo del tiempo, eliminación, cambio de ajustes o regreso a lo analógico, aunque todas exigen una gran participación emocional y la restricción.

En el quinto y último capítulo, mediante entrevistas e historias, el texto se adentra en lo que hace útil un descanso digital. Para las personas entrevistadas, el detox ha logrado mejorar la calidad de vida, aunque consideran que es una medida temporal. Y es que aunque la desintoxicación digital es tanto una acción individual como una social, la mayoría que lo realizan no se comprometen con un activismo tecnológico, labrando en sentido contrario a la acción colectiva. La autora diagnostica el movimiento como uno donde confluyen múltiples sujetos e intereses con motivaciones y métodos diversos, y donde más allá de aspirar a convertirse en su mejor versión, se persigue estar en línea con las convicciones morales y profesionales de cada usuario.

En conclusión, Syvertsen hila en este libro una reflexión teórica sobre cómo se articula la desintoxicación digital bajo el neoliberalismo, y de forma excelente explica las aristas del movimiento sin perder en ningún momento el marco social que lo envuelve. Este libro breve indaga sobre la forma más reciente de resistir a los medios, que aunque nacen del legado de la oposición a la televisión o la radio en el pasado, presentan una forma más compleja al contextualizarse en una sociedad atravesada por los medios y en la que la desconexión se vuelve cada vez menos factible.

Syvertsen ofrece aquí una pieza divulgativa que supone una breve introducción a la creciente manifestación del desagrado de los usuarios hacia las nuevas plataformas. Redactado con un estilo preciso y claro, el libro brinda ideas y conclusiones interesantes tanto para lectores especializados como primerizos en el estudio de las plataformas digitales.



## Periodismo Digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos

Dafne Calvo, Guillermo López García y Joaquín Aguar Torres

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2024

ISBN: 978-8494296994

220 páginas

**Estrella Alonso del Barrio**  
 mariaestrella.alonso@uva.es  
 Universidad de Valladolid



El periodismo digital llegó a finales de los años noventa del siglo pasado no solo para quedarse, sino para permear, en el mejor de los casos, a los medios considerados tradicionales (prensa impresa, radio y televisión). El avance continuo de nuevos soportes físicos (como los dispositivos móviles) y lógicos (como las aplicaciones para estos dispositivos) lo convierte en un campo en permanente proceso de cambio. Por ello, resulta especialmente pertinente este trabajo homónimo elaborado por tres autores especializados no solo en la docencia de esta asignatura en distintos momentos en la Universitat de València, sino también en la investigación intensiva en este ámbito: Dafne Calvo, Guillermo López García y Joaquín Aguar Torres.

Si el título, *Periodismo Digital*, no deja lugar a dudas, el subtítulo del libro, *Ecosistemas, Plataformas y Contenidos*, delimita y anticipa un texto a caballo entre el reporte y la reflexión, en el que se examina precisamente eso: la relación entre plataformas y contenidos en un sistema digital en el que, además, las audiencias adquieren un papel especialmente relevante. La estructura del volumen, según explican los propios autores en la introducción, se organiza en dos partes: una primera, compuesta por tres capítulos, aborda cuestiones transversales sobre los fundamentos e historia de Internet, las características de los medios digitales y la producción de contenidos; y una segunda parte dedicada a aspectos más sensibles a los cambios constantes: audiencias, procesos informativos y últimas tendencias.

El repaso inaugural del capítulo 1 a las bases tecnológicas de Internet y su disruptiva incidencia en el periodismo a través de la World Wide Web permite, en primera instancia, comprender la evolución digital no solo desde la perspectiva del soporte, sino también en su efecto sobre aspectos como el propio mensaje, la audiencia o los fundamentos mismos de la comunicación social. Es, en segunda instancia, un mapa de situación que permite al lector adentrarse en los contenidos de los capítulos posteriores, centrados ya en aspectos más específicos del periodismo en línea.

Así, la incidencia de algunas de las características de Internet (inmediatez, multimedialidad, hipertextualidad...) se deja entrever en los cambios que experimentan los géneros periodísticos tradicionales (informativos, interpretativos, opinativos y dialógicos), cuando deben adaptarse a las exigencias de la Red de redes e, incluso, de los medios sociales. Se trata de transformaciones

que van más allá del formato —como la posibilidad de convertir un reportaje en un pódcast o de distribuir una entrevista en pequeñas píldoras en redes sociales— y que afectan, tal como explican los autores en el capítulo dos, incluso a la forma en que debe organizarse la redacción para responder a las exigencias de inmediatez, así como al modo en que se imponen nuevas formas de distribución, ya sea mediante innovadores diseños de portada o a través del posicionamiento en buscadores.

La transición no ha afectado solo a los contenidos, sino también a los propios medios, comenzando por unos redactores que, en la prensa escrita en línea, comienzan a ajustarse a ciclos productivos más cercanos a los de la radio y la televisión que a los del periodismo impreso tradicional, y que, además, deben ser polivalentes. El capítulo tres desarrolla ampliamente las cuestiones relacionadas con los nuevos perfiles profesionales, así como con la nada lineal evolución del periodismo digital en España, hasta llegar a la actual apuesta por los muros de pago, que buscan nuevos modelos de negocio más allá de los ingresos publicitarios.

Esta primera parte deja expedito el camino hacia los tres capítulos siguientes, en los que la atención se centra en las audiencias, la organización de la información en Internet y las nuevas tendencias del periodismo digital. Las audiencias digitales, convertidas en usuarios y, más aún, en prosumidores, no solo emplean sistemas inéditos para informarse —incluida la mensajería instantánea entre pares—, sino que acceden a los contenidos en un *continuum* que no distingue claramente entre información y entretenimiento. En este escenario, las audiencias se vuelven cada vez más fragmentadas y los datos personales se convierten en una moneda de cambio fundamental, al menos para los procesos de metrificación de audiencias.

En lo que respecta a la organización de la información, tema abordado en el capítulo 5, se refleja en buena medida la transformación tratada en los capítulos anteriores, especialmente en lo relativo a las consecuencias —positivas y negativas— del creciente poder de la audiencia como emisora o amplificadora de contenidos, impulsado en gran parte por la descentralización informativa. Así, el control del poder a través de la proactividad de ciudadanos que filtran información contrasta con la proliferación de noticias falsas, difundidas por usuarios de toda índole, con o sin capacidad de influencia. Frente a estos males, los autores plantean posibles antídotos como la verificación, el periodismo abierto, el periodismo lento e incluso, en última instancia, la desconexión digital.

Finalmente, y como reafirmación de esa trayectoria de cambios imparables, los autores cierran la obra con un capítulo dedicado a las últimas tendencias. El futuro aún no está escrito, pero el presente ya comienza a ser redactado por máquinas, robots e inteligencias artificiales; está conectado por el Internet de las cosas, distribuido mediante complejos sistemas algorítmicos y autenticado, en algunos casos, a través de cadenas de bloques (*blockchain*). Un ecosistema en el que los medios de comunicación buscan su lugar entre la adaptación, la evolución y la innovación, y que enfrenta quizás su mayor desafío: el de redefinir modelos de negocio sostenibles.