

Disinformation and Risk Society: What Is at Stake with the Proliferation of Information Disorders

Roberto Gelado-Marcos, José Sixto-García
y Juan Enrique González-Vallés (coords.)
Madrid: Fragua, 2024

<https://revistas.usb.edu.ec/index.php/uru>

<https://doi.org/10.32719/26312514.2026.13.12>

La desinformación ya es considerada, en el ámbito de la comunicación, una pandemia que, por lo menos en diez años, seguirá afectando a las sociedades democráticas. Por lo menos esa es una de las conclusiones que tienen los diferentes autores de esta publicación, parte del proyecto IBERIFIER, financiado por la Unión Europea y que se asienta en España.

Las investigaciones que configuran este volumen son producto de estudios permanentes dentro del más importante proyecto de lucha contra la desinformación con que se cuenta actualmente en las universidades de habla hispana y portuguesa. Los textos fueron presentados en un simposio para intercambiar experiencias, con lo cual este tomo aporta perspectivas y resultados que bien pueden aplicarse en diferentes realidades similares, toda vez que estamos dentro de un mundo globalizado.

Esta globalización extiende y “viraliza” con mayor velocidad los desórdenes sociales y aumenta los riesgos para las democracias y el equilibrio informativo. Estos tres elementos —el orden social, la democracia y el equilibrio informativo— son atacados diariamente por agencias, agentes, actores y comunidades que buscan la desestabilización para obtener un beneficio propio, para imponer su punto de vista, su relato, frente a la diversidad y múltiples formas de comprender y actuar en el mundo.

En diez capítulos prologados por Tamara Vázquez Barrio, se analiza el fenómeno desde lo social, lo político, lo electoral, lo periodístico, lo corporativo, lo legal, el activismo, la configuración de redes y la educación mediática, pues todos estos aspectos del quehacer social y humano intervienen en la lucha contra la desinformación.

En el primer capítulo, Javier Cantón reflexiona sobre el tema como un mal social expandido y cuenta de qué modo es percibido por las diferentes culturas en diferentes geografías, pues cada sociedad tiene una perspectiva de comprensión del fenómeno.

Roberto Gelado, Santana Poch y Maitane Palacios, en el segundo capítulo, estudian la desinformación en procesos electorales y cómo afecta a los resultados, a la propia democracia y a la gobernanza.

Un estudio desde X es el pretexto para que Juan Estraviz y José Sixto-García profundicen en los engaños y la manipulación en esta red sociodigital y cuáles son sus reales impactos en la democracia y en la participación ciudadana del debate público.

En el cuarto capítulo, Juan Enrique González, Mónica Viñarás y José Rafael Santana debaten sobre los “devastadores efectos de los engaños en la comunicación corporativa”, como señala Tamara Vázquez, con lo cual proponen estrategias éticas para un mejor desempeño empresarial en cuanto a imagen, cultura y creación de mensajes corporativos y a su diálogo con los públicos para no recurrir al engaño ni a la falsa publicidad.

Desde las prácticas de contenido digital, Fernando Bonete, Maitane Palacios y Roberto Gelado analizan cómo los *influencers* de Instagram difunden engaños y manipulan la información con la finalidad de beneficiar a ciertos políticos o para hacer daño a otros, y así posicionar entre sus seguidores a actores o instituciones, basados en teorías de conspiración.

Teresa Barceló y Gustavo Fuentes dedican su estudio a mirar de qué modo los creadores de contenido personalizan los algoritmos y usan la inteligencia artificial para su beneficio, alimentando el sesgo que destruye y polariza, y completando el ecosistema de la desinformación.

Pablo Sánchez y Santana Poch trabajan sobre las regulaciones legales en la Unión Europea y las comparan con otras similares en diferentes países y regiones, con la finalidad de evaluar puntos positivos en común y la manera de integrar las particularidades geográficas y legales. Los bulos y la desinformación se presentan como homogéneos, aunque con ciertas diferencias, pero bien se puede alfabetizar y encabezar campañas ciudadanas comunes en la Unión Europea, y que este insumo sirva como ejemplo para regiones como la nuestra: el área andina, el Mercosur y los países de América Central y del Norte.

Los dos capítulos siguientes tienen que ver con los procesos de *fact-checking* y de alfabetización mediática que se llevan a cabo en España y Portugal; en el primer caso, a cargo de Santana Poch, Roberto Gelado y Borja Ventura, y en el segundo, escrito por Neireida Carrillo y Marta Montagut. En ambos artículos se describen los procesos exitosos, las dificultades y prioridades de los medios y los espacios de educación formal, respectivamente, para aplicar herramientas y desarrollar la lucha contra la desinformación.

Finalmente, el investigador Alberto Quian analiza el “fediverso”, la relación y el tejido de redes digitales que aportan a la desinformación, y cómo combatirlas desde el interior del enjambre, un ecosistema digital que potencia la mala intención de los diferentes actores de la sociedad red para triunfar con el relato impuesto.

Este libro es una reflexión sistemática y actual de la situación de la lucha contra la desinformación, los escenarios emergentes y los actores cotidianos que producen, diseminan y “confirman” bulos y engaños en el ecosistema digital, pero también es una propuesta para prevenirse contra este mal y buscar soluciones. Para ello se debe integrar a los diferentes elementos de la sociedad con el objetivo de “evangelizar” contra la desin-

formación y de identificar con herramientas validadas y éticas a los actores y productores que desequilibran la democracia.

Disinformation and Risk Society: What Is at Stake with the Proliferation of Information Disorders debe ser discutido y aplicado en las escuelas y facultades de comunicación, periodismo e información, así como en los propios medios y sus extensiones digitales, pero no solo entre profesionales y expertos. Debe expandirse también hacia los ciudadanos, que al final son los consumidores finales y el público objetivo de los desinformadores, pues hacia ellos/nosotros apuntan sus contenidos virales y emocionales.

La desinformación no es un problema únicamente del periodismo. Por su incidencia en la opinión pública, es un “virus” que debe ser inoculado desde todas las actividades profesionales y con la participación activa de los ciudadanos y usuarios de medios, que no son receptores pasivos, sino audiencias interpretativas activas y críticas.

 Pablo Escandón-Montenegro
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America

Andreu Casero-Ripollés y Paulo Carlos López-López (eds.)

Londres: Routledge, 2024

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

<https://doi.org/10.32719/26312514.2026.13.13>

En este libro en forma de *handbook* de una de las mejores editoriales del mundo, los profesores Andreu Casero-Ripollés y Paulo Carlos López-López presentan una compilación de investigaciones que exploran la relación entre la comunicación y la política en contextos locales y regionales de Iberoamérica. En sus 516 páginas, consta de un total de 29 capítulos, divididos en nueve subtemáticas. El énfasis de los aportes de los más de setenta autores está puesto en el comportamiento de la esfera pública, especialmente la digital, cuyo mayor proceso de cambio se hizo presente en el marco de la pandemia del COVID-19, en la que jugó un rol clave para la difusión de los avances de la investigación, gestión y contención de sus consecuencias.

En este contexto, se incrementaron significativamente el alcance y el tiempo de uso de las plataformas digitales para informarse (aún con los claros escenarios de desinformación y noticias falsas a los que se vieron expuestos los usuarios), socializar, trabajar y otras cuestiones que formaron parte de la cotidianidad. Por ello, si partimos de las implicaciones de la transformación de la vida cotidiana que implica la existencia imprescindible de una dimensión virtual, estos aportes permiten la apertura de nuevas líneas de investigación y promueven la interlocución de propuestas teóricas y metodológicas del ayer y actuales en la esfera de la comunicación política.

Así, en la parte I, se aportan visiones generales del rol de la comunicación política en América Latina, para realizar una exploración del comportamiento de sus sistemas de medios, cuestión explorada en profundidad en el contexto europeo en las últimas décadas por Daniel Hallin, uno de los autores de este segmento. En este caso, la volatilidad y la dificultad de construir categorías que engloben a los países de esta región por “bloques” otorga una riqueza singular en lo que respecta a las posibilidades del papel de las agendas (además de los medios) de actores, instituciones y líderes políticos de la región. Además, en este apartado colaboran autores como Natalia Aruguete y Esteban Zunino, que revisan los estudios de *agenda setting* en Latinoamérica y la península ibérica.

En la parte II, el libro explora tres temáticas clave para entender en algunos escenarios el comportamiento de la comunicación política: la polarización, el populismo y los discursos de odio. Este apartado contribuye con elementos clave para entender la —a menudo inherente— relación entre: 1. la polarización con el surgimiento de liderazgos populistas (que incluye discursos radicales); 2. cómo estos procesos participan directa o indirectamente en la construcción y/o difusión de noticias falsas; y, en consecuencia, 3. el alcance de la desinformación en los usuarios de las plataformas digitales.

Así, sin dejar de lado el hilo conductor que se presenta entre un bloque y otro en el libro recopilatorio, la parte III indaga de forma general los marcos de participación política, activismo y movimientos sociales. Sus cuatro investigaciones coinciden en que la esfera pública digital provee nuevas posibilidades reivindicativas (tal y como concibe el autor Sebastián Valenzuela a los nuevos públicos) y aumenta el alcance de esas nuevas voces que lideran demandas sociales de diversa índole.

En otro orden, la parte IV explora la transición inherente de los procesos de comunicación política de lo análogo al plano digital, profundizando en las herramientas de inteligencia artificial. Además, se rastrea el funcionamiento de las distintas comunidades digitales en escenarios democráticos de la región y el rol y el potencial de los memes en la construcción de marcos de sentido e imaginarios políticos, sociales y culturales.

Con un poco más de especificidad, la parte V rastrea el desempeño de procesos electorales (tanto en campañas como en el ejercicio del sufragio) en Iberoamérica. Como elemento coincidente en las cuatro investigaciones de este bloque, se encuentra que las plataformas digitales dotan de importantes potencialidades y herramientas a los usuarios al momento de alinearse con un liderazgo u otros. Además, la existencia de estos espacios promueve la retroalimentación y el debate continuos. No obstante, los usuarios también están expuestos a las noticias falsas y a la desinformación, lo que se ve potenciado por la inexistencia de un marco general para la filtración y el chequeo de la veracidad de la información, constante debate de las fronteras entre la libertad de expresión y la censura.

La parte VI revisa un par de estudios aplicados a América Latina que utilizan variables clave de la comunicación política. Por una parte, se examina el rol de CIESPAL en los estudios de la comunicación y la política durante las dos últimas décadas. Por otra parte, se resalta el alcance del Latinobarómetro (cuya directora fundadora es Marta Lagos, la autora del capítulo dedicado a este avanzado instrumento), un estudio amplio, basado en una encuesta, que analiza varios aspectos de la opinión pública en América Latina; entre los más importantes están: 1. la democracia y confianza en las instituciones; 2. la economía y percepción del bienestar; 3. los derechos y libertades; y 4. la participación política de la ciudadanía.

Ahora, los últimos cuatro segmentos compilan estudios de comunicación política agrupando bloques de países con base en criterios geográficos. En este orden, la parte VII presenta el comportamiento de la comunicación política (en algunos casos de forma apli-

cada a los medios digitales y/o redes sociales) en países de América del Sur (destacan aquí Brasil, Argentina, Perú, Chile, Ecuador y Uruguay). A través de la interlocución de estas obras, es posible generar nociones de la disciplina de la comunicación política en las naciones sudamericanas (más allá de sus diferencias y semejanzas).

La parte VIII sondea a México y países de las regiones del Caribe y Centroamérica. En este segmento se exploran, por una parte, las características del populismo en el plano digital en Guatemala, Honduras, El Salvador y Costa Rica; y, por otra, se indaga en los escenarios de México, Cuba, Venezuela, El Salvador y Colombia. En estos países, aun con evidentes diferencias en lo que respecta a sistemas políticos y legislaciones, se ha ido presenciando el surgimiento de discursos populistas, escenarios de polarización y prácticas que distan del *statu quo* local.

Por último, en la parte IX se investigan aspectos de la comunicación política de forma aplicada a España y Portugal (como península ibérica). Además de estudiar el recorrido de las campañas digitales en España durante los últimos treinta años, se revisan los procesos de adaptación de líderes y partidos políticos de Portugal al plano digital durante los últimos veinte. Como tercer aporte de este bloque, en una investigación aplicada a ambos Estados, se profundiza en el comportamiento de los partidos populistas de derechas (Vox para España y Chega! para Portugal) en el plano digital y se sustenta la hipótesis (a su vez un desafío para las democracias, en lo que a su tratamiento respecta) de una relación “inseparable” entre populismo, desinformación y redes sociales.

En conclusión, este tipo de obras suponen un aporte clave para entender aspectos de las sociedades iberoamericanas, en este caso, tomando a la comunicación política como elemento transversal e inherente al desarrollo de la vida cotidiana en sus distintos niveles. Resulta fundamental comprender estos fenómenos a nivel micro (individualmente en cada país), meso (comparando países con relaciones históricas y proximidad geográfica) y macro (tomando en cuenta como regiones a América Latina y la península ibérica). Libros como el aquí reseñado propician la continuación de este debate y dan apertura a la construcción de nuevas líneas de investigación. Sin duda, se trata de la obra más completa del siglo XXI para el estudio de la comunicación política en Iberoamérica desde la comunicación, la ciencia política o la sociología.

 Juan Arturo Mila-Maldonado
Universidade de Santiago de Compostela