

Alfabetización digital y tecnopolítica, aspectos clave en una era de comunicación digital política desintermediada

Digital literacy and technopolitics, core enablers in a disintermediated digital political communication age

Ana Pérez-Escoda; Maria-Raquel Freire

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87438>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Pérez-Escoda, Ana; Freire, Maria-Raquel (2023). "Digital literacy and technopolitics, core enablers in a disintermediated digital political communication age". *Profesional de la información*, v. 32, n. 4, e320412.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.12>

Artículo recibido el 17-07-2022



Ana Pérez-Escoda ✉
<https://orcid.org/0000-0002-4895-0043>

Universidad Antonio de Nebrija
Facultad de Comunicación y Artes
Departamento de Comunicación
Santa Cruz de Marcenado, 27
28015 Madrid, España
aperez@nebrija.es



Maria-Raquel Freire
<https://orcid.org/0000-0003-2952-6017>

Universidade de Coimbra
Faculdade de Economia
Centro de Estudos Sociais
Av. Dr. Dias da Silva, 165
3004-512 Coimbra, Portugal
rfeire@fe.uc.pt

Resumen

La creciente interconexión entre tecnología y política y la puesta en práctica de determinados objetivos políticos (tecnopolítica) se ha articulado estrechamente con las emociones y la construcción de narrativas en la política. En el actual contexto de cambio del paradigma de la comunicación, global y desintermediado, que reúne en un mismo espacio digital a distintos actores y tiene una amplia difusión y alcance, los retos para la política internacional son diversos. La alfabetización digital y mediática es, en este sentido, clave para abordar las implicaciones de estos cambios, evitando la difusión de desinformación, fake news y prácticas distorsionadas que podrían tener profundos efectos a nivel social y político. En este contexto, este artículo pretende sentar las bases para entender la conexión emergente y cada vez más clara entre comunicación política, polarización, desinformación y emociones en las redes digitales y la alfabetización digital como factor central para explicar el mal uso o paliar las deficiencias, por un lado, y cómo este contexto está afectando a la reconfiguración de las relaciones internacionales y la política, por otro. El caso de la guerra en Ucrania es ilustrativo de estas tendencias y dinámicas.

Palabras clave

Alfabetización digital; Comunicación política; Política; Tecnopolítica; Desintermediación; Fake news; Democracia; Relaciones internacionales; Medios sociales; Periodismo; Guerra de Ucrania.

Abstract

The growing interconnection of technology and politics and the enactment of particular political goals (technopolitics) has been closely articulated with emotions and the building of foreign policy narratives. In the current context of change in the communication paradigm, global and disintermediated, bringing together in the same digital space distinct actors, and having wide diffusion and reach, the challenges to international politics are diverse. Digital and media literacy are, in this regard, key to address the implications of these changes, avoiding the spreading of disinformation, fake news and distorted practices that might have profound effects at societal and political level. In this context, this paper aims at providing a basis for understanding the emerging and increasingly clear connection between political communication,



polarization, disinformation, and emotions in social networks and digital literacy as a central factor explaining misuse or alleviating deficiencies, on the one hand, and how this context is affecting the reconfiguration of international relations and politics, on the other hand. The case of the war in Ukraine is illustrative of these trends and dynamics.

Keywords

Digital literacy; Political communication; Politics; Technopolitics; Disintermediation; Fake news; Democracy; International relations; Social media; Journalism; Ukraine's war.

Financiación

Este trabajo se ha elaborado dentro de la RED DIG-Compol: "Innovación en la comunicación política digital". Proyecto financiado por el "Programa estatal para impulsar la Investigación Científica, Técnica y de Innovación" del Ministerio de Ciencia e Innovación, Agencia Estatal de Investigación (AEI), España (RED2022-134652-T).

1. Introducción

La (des)información y las narrativas en redes están reconfigurando la política y las relaciones internacionales (RRII) de forma más global y rápida que nunca. Además de la penetración del entorno digital en las sociedades actuales, acontecimientos recientes, como la crisis por Covid-19 o la guerra en Ucrania, han afectado profundamente a las relaciones y percepciones de la seguridad y la política en toda Europa. Como afirman algunos autores, "la información se ha convertido en un arma" (Gerrits, 2018), un proceso que se ha visto incrementado por los medios sociales y la comunicación digital. En este contexto, el "enredo de la tecnología con la política" (Edwards; Hecht, 2010) y la centralidad de las emociones (Hutchison; Bleiker, 2014) han sido especialmente significativas. En esta dinámica, los medios de comunicación, considerados actores sociales legítimos para comunicar la actualidad al público, se han adaptado a dos factores clave: primero, al cambio de paradigma comunicativo que ha provocado un flujo de comunicación diferente entre los distintos actores sociales: medios, gobiernos, políticos, instituciones y ciudadanos; y, segundo, al auge de las redes sociales, donde los discursos de los medios se diluyen expuestos a una rápida difusión y alcance global (Couldry; Livingstone; Markham, 2007) y a las intervenciones directas de los usuarios que participan en igualdad de condiciones erigidos en prosumidores (Ritzer; Dean; Jurgenson, 2012).

El uso de las redes sociales como medio para el discurso de la opinión pública y la apelación emocional evidencia cómo la "dimensión colectiva de las emociones da forma a los procesos sociales y políticos" (Hutchison; Bleiker, 2014), y cómo se han desarrollado nuevos fenómenos (Munger, 2020): clickbaiting, burbujas de filtros, cámaras de eco, personalización de la información, viralidad..., reactivadas más que nunca por el papel de la desinformación y la propaganda. La alfabetización mediática y digital –o su falta– es considerada en la academia de modo creciente, como un aspecto significativo para explicar o paliar estos fenómenos (Guess; Munger, 2022) y como un proceso cada vez más necesario para evitar las malas prácticas en la gestión de la información y las fake news. De acuerdo con autores como Mason, Krutka y Stoddard (2018), la efectividad de esta alfabetización comienza por un conocimiento exhaustivo del entorno mediático.

Este contexto comunicativo, caracterizado y marcado por el fenómeno de la desintermediación (Katz, 1988; Parisi; Rega, 2011; López-Jiménez, 2014) ha alterado la naturaleza de la propia comunicación, de cómo se contextualizan los temas y cómo se pueden manipular y reinterpretar, con un enorme impacto en las relaciones internacionales (Barnett et al., 2017). Esto ha creado un nuevo estado de cosas en el que los medios y los discursos políticos se han fusionado progresivamente en un escenario digital en el que nuevos agentes han aprovechado las diferentes reglas que abordan el ecosistema comunicativo y alteran las relaciones internacionales y la esfera democrática.

El marco de entendimiento ofrecido en este trabajo aporta un análisis descriptivo que conduce a entender la relación emergente entre alfabetización digital, comunicación política y relaciones internacionales. Partiendo de una descripción del cambio de paradigma comunicativo, se subraya cómo ha influido este cambio en la relación de la comunicación política y el periodismo cuyo resultado propiciado por las redes sociales son escenarios de interacción desintermediados que afectan a las relaciones internacionales. Este contexto ayuda a profundizar en un análisis donde la tecnopolítica y las emociones se muestran como conductores en la reconfiguración de la política y las relaciones internacionales, poniendo especial énfasis en el caso de la guerra de Ucrania como ejemplo de desintermediación y tecnopolítica con la estrategia del presidente Zelenski en redes. El trabajo culmina con un epígrafe en el que se muestra la sintonía de la academia, de la esfera internacional y de varios países europeos por fomentar la alfabetización digital en el contexto de la política y de las relaciones internacionales como factor clave de garantía de los procesos democráticos a través de una opinión pública que sepa leer el contexto en clave crítica, siendo consciente del entorno digital, hiperconectado y desintermediado en el que se desarrolla la comunicación política actual.

La facilidad y flexibilidad en la distribución de la información, asociada a la capacidad de cualquier sujeto de generar información e interacción, marcan el principio de una nueva era

2. Cuando todo comenzó: cambio en el paradigma comunicativo

Desde los estudios de comunicación resulta fundamental analizar cómo ha evolucionado no sólo el efecto de la comunicación sobre la ciudadanía, dejando obsoletas teorías clásicas como la de la aguja hipodérmica de **Lasswell** (1927), sino también el control sobre la información tradicionalmente sustentada con la teoría de la agenda-setting (**McCombs**, 1992) o bien con la aparición de nuevas epistemologías que expliquen el fenómeno, como las teorías sobre inteligencia colectiva de **Lévy** (2004), resultado de la evolución digital hacia el paradigma de la cibercultura.

Tratando de establecer un momento de comienzo en lo que ha dado como resultado una nueva era, encontramos a principios de siglo el término “sociedad red” de **Castells** (2001) que se convertirá en la referencia de un nuevo paradigma, poco después definido por otros autores como cultura de la convergencia mediática (**Jenkins**, 2006) o con reinterpretaciones de la ecología de los medios de McLuhan (**Scolari**, 2015). Este punto de inflexión ha supuesto un cambio social extraordinario con el nacimiento de un nuevo medio: Internet, que acabará convirtiéndose en el medio de los medios. Las nuevas tecnologías de Internet permitirán el primer cambio sustancial para el paradigma comunicativo: la facilidad y flexibilidad en la distribución de la información, que, asociado a la capacidad de cualquier sujeto de generar información e interacción, marcarán el principio de una nueva era: la del prosumidor —ya vaticinada años antes por Alvin Toffler (**Ritzer; Dean; Jurgenson**, 2012).

De manera paralela encontramos otro fenómeno que explica el principio del cambio: la web 2.0 (**O’Reilly**, 2004) que constituye la arquitectura fundacional de la web que conocemos hoy caracterizada por algoritmos y *big data* y en la que se ha basado la filosofía participativa e interactiva de Internet. Independientemente de las numerosas definiciones que se encuentran en la bibliografía existente al respecto, lo más relevante es la coincidencia en que el diseño de esta arquitectura está centrado en el usuario, reforzando, así, el cambio de paradigma comunicativo que da voz, capacidad y herramientas de distribución compartida a un protagonista global: la ciudadanía en su conjunto.

Es en este punto que vemos alteradas definitivamente las funciones de los medios de comunicación como tradicionales actores legitimados para distribuir información e influir en las audiencias a través de sus agendas. Desaparecen las audiencias convertidas en usuarios, y los medios se desvanecen como intermediarios de la información que queda como materia prima de lo que **Ebersbach, Glaser y Heigl** (2008) llamaron inteligencia colectiva y **Jenkins** (2006) acuñó como cultura participativa.

Esta evolución paulatina, que supera la mediatización (**Schütz**, 2004) culmina, en el contexto de los estudios sobre comunicación, con el fenómeno conocido como desintermediación, afectando a todos los ámbitos: social, comunicativo, político, democrático, educativo, etc. La desintermediación, acuñada por primera vez por **Katz** (1988) se define, en el contexto comunicativo, como el proceso

“en el que la sociedad comienza a desligarse de canalizar la comunicación por los medios tradicionales, para hacerlo a través de Internet” (**López-Jiménez**, 2014, p. 15).

Esta desintermediación encuentra el máximo nivel de aplicación en las redes sociales, escenarios por antonomasia de la cultura participativa y en red, plataformas donde circula información y se interconectan usuarios, máxima expresión de las comunidades virtuales y ya rasgo definitorio de nuestra sociedad erigidas como “el

quinto poder” (**Pérez-Escoda; Rubio-Romero**, 2021). El uso intensivo de estos escenarios de manera global por usuarios individuales —convertidos en prosumidores—, medios de comunicación, instituciones, políticos y gobernantes y, en general, todo tipo de actores sociales, ha consolidado la desintermediación de manera definitiva abriendo las posibilidades de la libre circulación y distribución de la información hacia todo tipo de prácticas positivas y negativas (**Parisi; Rega**, 2011). Así, los escenarios digitales acrecientan de manera global y viral el escepticismo de Walter Lippmann hacia los medios: el sesgo, las inexactitudes o la falta de verdad implícita, ahora convertidos en desinformación, infoxicación, fake news, cámaras de eco o burbujas de filtro (**Mcchesney**, 2013).

El uso intensivo de las redes ha consolidado la desintermediación como rasgo fundamental del nuevo paradigma comunicativo

3. Comunicación política, periodismo y redes sociales como escenarios de la desintermediación

La desintermediación como proceso de cambio también ha afectado a la comunicación política y las relaciones internacionales que encuentran en las redes sociales escenarios válidos de interlocución entre actores principales: políticos, mandatarios, presidentes y altos cargos que dialogan directamente con sus audiencias en interacciones tradicionalmente mediatizadas por los medios. Este proceso afecta directamente no sólo a la tradicional relación entre periodismo y comunicación política, con la emergencia de la tecnopolítica (**Kurban; Peña-López; Haberer**, 2017) y la comunicación política digital (**Sampeño**, 2021), sino que acaba con el modelo de negociación constante que mantenían ambas élites interdependientes, periodistas y políticos (**Casero-Ripollés**, 2008). Las elecciones norteamericanas han dado buen ejemplo de ello con Obama, Trump y Biden (**Carpenter**, 2010). Pero no sólo eso, sino que han potenciado el sesgo, la manipulación, y por ende la desinformación a un nivel desconocido hasta el momento que trasciende lo local para hacerse global. Como apunta Gerrits:

“En las relaciones internacionales, la desinformación o manipulación de la información es un instrumento para la política exterior” (**Gerrits**, 2018, p. 5)

que no siendo novedoso como amenaza adquiere un giro preocupante y de mayor magnitud por la rapidez, alcance e impacto que las redes sociales permiten como escenarios desintermediados donde el rol del gatekeeper aportado por el periodismo se ha desvanecido.

Tanto la casuística como la bibliografía sobre el papel de las redes sociales en la comunicación política, la esfera pública, la generación de opinión, de polarización, burbujas de filtros o cámaras de eco ha sido tremendamente prolífica en la última década por la dimensión del fenómeno (Casero-Ripollés, 2022; Couldry; Livingstone; Markham, 2007; Barnett *et al.*, 2017; Borge; Brugué; Duenas-Cid, 2022; Jungherr; Rivero; Gayo-Avello, 2022). Autores como Chadwick (2017) han descrito de manera novedosa y minuciosa cómo la comunicación política se ha visto transformada crecientemente por las dinámicas de los medios digitales marcadas por flujos continuos de información que rompen de raíz con las rutinas profesionales de los medios. Quizá lo más novedoso que aporta el autor, en línea con el cambio del paradigma comunicativo, es la nueva caracterización de poder ya no centrada en los medios ni en los organismos políticos sino en las interacciones, interconexiones y capacidades de relación que la red brinda centradas en el usuario.

En este sentido el trinomio analizado política-periodismo-redes ha dado lugar a tres fenómenos interrelacionados que ayudan a describir el contexto comunicativo actual:

- En primer lugar, podemos hablar de un nuevo estilo de participación ciudadana, Vaccari y Valeriani (2021) realizan un análisis sobre el rol de las redes sociales en la diseminación de contenido político y la promoción de la participación política de la ciudadanía en nueve países. El estudio demuestra que las redes son una solución a lo que los autores llaman “enfermedades de la democracia”: desconexión de lo político y desigualdades entre los que alzan su voz y los que permanecen en silencio. Los autores cuestionan con evidencias las creencias más comunes y aceptadas sobre el papel de las redes en la construcción de cámaras de eco, burbujas de filtros o fomento de la polarización, llevando su análisis a la perspectiva de las posibilidades más que al de las desventajas. También, Theocharis *et al.*, (2022) recogen la importancia de la participación política fomentada en redes, asumiendo que si bien son espacios donde se fomenta la propaganda y la desinformación, también son potentes escenarios para movilizar y motivar a la ciudadanía en su compromiso político.
- En segundo lugar, la manipulación de la información que es una “vieja historia” como apuntan Manson, Krutka y Stoddard (2018, p. 3) pero que con las tecnologías desarrolla de forma impredecible las “fake news”. La emergencia de Internet y de las redes sociales altera de manera rotunda la cobertura informativa de los medios y, entender cómo se desarrollan las fake news pasa necesariamente por el entendimiento de las dinámicas comunicativas sociales impuestas por estos entornos y la desintermediación que han supuesto (Jungherr; Rivero; Gayo-Avello, 2020). La influencia de los discursos mediáticos en las democracias, en la comunicación política y en las relaciones internacionales queda descentralizada, rompiendo el modelo informacional top-down que ocurría con la mediatización.
- En tercer lugar, es importante señalar que la irrupción del usuario a través de las redes en la relación política-periodismo introduce un aspecto fundamental en este análisis: la emocionalidad como rasgo distintivo que se relaciona en el debate público con fenómenos como la polarización o las burbujas de filtros (Hutchison; Bleiker, 2014). La emocionalidad en el debate público y relacionado con la comunicación política implica que la gente, por un lado, está más dispuesta a buscar y consumir información que corrobore sus propias creencias, y, por otro, más proclive a desestimar informaciones que no coincidan con sus opiniones preconcebidas.

4. Tecnopolítica y emociones como conductores en la reconfiguración de la política y las relaciones internacionales

El efecto amplificador de las redes y las estrategias de comunicación basadas en el diseño estratégico de narrativas como eje central en las relaciones internacionales están ampliamente reconocidos (Miskimmon; O’Loughlin; Roselle, 2014; Barnett *et al.*, 2017; Bonansinga, 2022). De hecho, en la construcción de la política exterior resultan fundamentales las condiciones materiales como las capacidades militares, los resultados económicos o las consideraciones geopolíticas, pero son insuficientes para comprender la complejidad de los procesos de toma de decisión. Sin embargo, los aspectos intangibles como la construcción de la identidad, la búsqueda de status y la conformación de narrativas resultan aspectos clave (Freire, 2019). De hecho, las narrativas integran conceptos que engloban, por un lado, un reflejo de las creencias, y, por otro, prácticas de interacción, forjándose, a menudo

“sobre una construcción particular de la identidad propia en relación con la identidad concebida de los otros” (Jepperson; Wendt; Katzenstein, 1996).

En este proceso, el contexto en el que tienen lugar las interacciones se construye socialmente (Wendt, 1992), lo que significa que influye en la construcción de las narra-

La desintermediación afecta a la comunicación política y a las relaciones internacionales, y por ende a la desinformación a un nivel desconocido que trasciende lo local para hacerse global

La influencia de los discursos mediáticos en las democracias, en la comunicación política y en las relaciones internacionales queda descentralizada, rompiendo el modelo informacional top-down que ocurría con la mediatización

tivas, tanto reforzando las posiciones políticas como revelando su vulnerabilidad. Como tales, las narrativas son “mecanismos de creación y transmisión de sentido que estructuran la información, estableciendo mapas cognitivos y normativos para comprender el mundo político” (Bonansinga, 2022, p. 4).

Las narrativas en redes son una poderosa herramienta mediática para dirigirse al público y obtener nuevas formas de legitimación política, resistencia o intervención

La forma en que se construyen y comunican esas narrativas es, por tanto, importante, ya que los procesos de manipulación pueden conducir a la desinformación y la propaganda, reconfigurando la política y las relaciones internacionales de manera significativa. Por tanto, las narrativas en redes son una poderosa herramienta mediática para dirigirse a determinados públicos, introducir “procesos de alterización” (nosotros contra ellos) y obtener nuevas formas de legitimación política, resistencia o intervención (Rumelili, 2011; 2015). En este sentido, resulta ilustrativo el cambio en las relaciones amistosas de Ucrania con Rusia a un estado de guerra desde 2014, donde se muestra la reconfiguración de la narrativa identitaria de “hermandad” a “el otro como enemigo”, implicando una adaptación del sistema de significado social y político de Ucrania. La resistencia política a Rusia vino a reforzar la narrativa nacional de Ucrania como independiente y distinta de la de Rusia (Freire, 2020).

En este proceso entrelazado de construcción de políticas y el diseño y difusión de narrativas, el lenguaje supone poder, y las formas en que nos comunicamos son una forma de proyección del poder. La tecnología se convierte en un potenciador o bloqueador de determinadas narrativas y percepciones asociadas a ellas. Esto implica que las redes sociales, las cámaras de eco, los *big data* y la política nacional e internacional interactúan y participan en el proceso de construcción narrativa, dando lugar a dinámicas de reafirmación y de impugnación, que pueden amplificarse o silenciarse, y transmitirse para informar o manipular la opinión. Ciertamente, estas narrativas desintermediadas en redes afectan a las decisiones políticas y a sus implicaciones (Kurban; Peña-López; Haberer, 2017; Edwards; Hecht, 2010), teniendo en cuenta que las tecnologías no son tecnopolíticas per se, sino que es

“la práctica de usarlas en procesos políticos y/o hacia objetivos políticos [lo que] constituye la tecnopolítica” (Edwards; Hecht, 2010, pp. 256-257).

Por otro lado, resulta fundamental tener en cuenta las emociones por constituir parte esencial de las relaciones internacionales y el desarrollo de la política exterior. Según Hutchison y Bleiker (2014) las emociones se reflejan en el modo en el que se perciben los asuntos políticos, como el impacto emocional que supusieron los atentados terroristas del 11S en Estados Unidos, en relación con las percepciones de seguridad nacional, identidad y política de legitimación. El papel del “miedo”, el “odio”, la “humillación” y la “ira” forma parte del constructo narrativo. Otros contextos prevén emociones de solidaridad, como “empatía”, “compasión”, “respeto”, “dignidad”, por ejemplo, una catástrofe natural como el reciente terremoto que afectó a amplias zonas de Siria y Turquía. También se encuentran contextos que invocan narrativas nacionalistas para apelar emocionalmente al apoyo político, basándose en el descontento público y aglutinando creencias, la guerra de Ucrania constituye un buen ejemplo de ello. Estos enfoques emocionales de la política transmitidos a través de los medios de comunicación adquieren un significado que toma nueva dimensionalidad en el espacio público cuando se usan escenarios desintermediados, con capacidad para influir en los procesos democráticos, como en el caso de los procesos electorales antes mencionados, y profundizar en la polarización, como nunca antes. Aunque no son nuevas, las narrativas cargadas de emociones han ido ganando cada vez más espacio en la construcción de identidades políticas y objetivos programáticos con el cambio de paradigma comunicativo.

Esta combinación de redes, política y emociones da forma a procesos sociales y políticos que se replantean y reactivan a través de mecanismos de desinformación y propaganda, dando espacio y voz a ciertos actores y temas, y silenciando a otros. En casos de conflicto violento, como argumenta Reinke-de-Buitrago (2022), hay una tendencia a exagerar las narrativas positivas sobre “nosotros” al tiempo que se exageran las narrativas negativas sobre “el otro”, lo que implica otorgar una importancia y emocionalidad de la alteridad en la dicotomía buenos y malos, tal y como se observa en el caso de la guerra en Ucrania. La construcción binaria de la realidad que resulta de representaciones como “bien y mal, verdad y mentira, información y propaganda” socava la credibilidad comunicativa del “otro” (Simons, 2018). La manipulación narrativa en estos contextos digitales es, por tanto, una pieza central en este juego de poder.

El papel de la desinformación y la propaganda en las relaciones internacionales es ampliamente reconocido como un reto fundamental para la política internacional y, en particular, para los procesos democráticos. El aumento del autoritarismo, los líderes fuertes, la polarización y la disminución de la confianza en las instituciones políticas son algunas de las cuestiones que se destacan, con la “ola antiliberal” de Rusia contribuyendo a debilitar la hegemonía occidental en la esfera mundial de la información (Gerrits, 2018). Aunque no es un fenómeno nuevo, como se ha argumentado, se ha amplificado y ha adquirido nuevas dimensiones en la interacción medios-política potenciada por la evolución tecnológica y las narrativas desintermediadas en redes. Los gobiernos y las organizaciones internacionales han venido tomando medidas para identificar, controlar y

La emocionalidad en la política transmitida a través de los medios toma una nueva dimensionalidad en escenarios desintermediados con capacidad para influir en los procesos democráticos

resignificar las narrativas propagandísticas y de desinformación, como es el caso de la creación por parte de la Unión Europea de la *East StratCom Task Force* en 2015 para contrarrestar la desinformación rusa (EEAS, 2023).

En Rusia se siguen técnicas de espejo y apropiación del lenguaje en las (re)construcciones narrativas (Baumann, 2020). Por ejemplo, la *Doctrina sobre seguridad de la información* adoptada en diciembre de 2016 subraya que

la manipulación de la información tiene un claro impacto en la seguridad y la estabilidad internacionales, que se extiende a la propia Rusia (Gerrits, 2018). Se incluye, además, en dicha doctrina que la narrativa de la presión occidental influye sobre los principios civilizacionales, los valores tradicionales y morales rusos, apelando al apego emocional, y reflejando que la información y la comunicación son parte de las herramientas básicas en el contexto bélico ucraniano (Gerrits, 2018). De este modo, la guerra en Ucrania es representativa de la construcción de narrativas, formulaciones de identidad y apelaciones emocionales, coordinadas con la desinformación y la propaganda, convirtiendo este complejo escenario de conflicto y contestación en uno para la guerra de la información. Esto supone una tecnopolítica al servicio de gobiernos, organizaciones intergubernamentales, grupos militares privados, organizaciones de la sociedad civil, con claros objetivos políticos, materializando la propaganda

“como arma de guerra, y la desinformación como instrumento de política exterior” (Gerrits, 2018).

Esto se analiza con más detalle en la siguiente sección.

5. El caso de la Guerra de Ucrania: desintermediación y tecnopolítica con Zelenski

La invasión rusa de Ucrania el 24 de febrero de 2022 intensificó la guerra en curso desde 2014, cuando estalló la violencia en el Donbass y Crimea fue anexionada por la Federación Rusa. En este contexto, el foco de análisis se sitúa en cómo las narrativas han ido cambiando, buscando ganar legitimidad para las decisiones y movimientos políticos que han estado marcadas por dinámicas competitivas en las noticias falsas, la desinformación y las narrativas propagandísticas entre Rusia y Occidente. Tal y como apuntaban Welch-Larson y Shevchenko (2014, p. 277), se corrobora el

“riesgo de que la continua amargura rusa por su pérdida de estatus de gran potencia”

tras el fin de la Guerra Fría y la disolución de la Unión Soviética, pudiera

“conducir al retorno de una competición geopolítica”.

La humillación percibida y la disonancia de estatus fundamentan claramente los giros en las relaciones de Rusia con Occidente más que las explicaciones convencionales basadas en el poder o los intereses (Welch-Larson; Shevchenko, 2014); esto confirma la importancia de tomar en consideración las interpretaciones materiales e inmateriales de la política exterior y el papel de la amplificación mediática de las mismas.

La “reintegración” de Crimea en 2014, reivindicada por los rusos, entendida como la corrección de una “injusticia histórica escandalosa”, a través de “poderosas palabras emotivas” (BBC, 2014) enmarca este mismo momento en términos históricos e identitarios y aporta emociones para densificar el atractivo de la narrativa política. A esta interpretación se oponen las interpretaciones occidentales como un acto de anexión, ilegal a la luz del derecho internacional. Esta misma línea de desacuerdo marca el intercambio narrativo a lo largo de esta guerra. Argumentos enfrentados plantean visiones distintas de la guerra y del orden internacional: Rusia afirma que el estatus hegemónico de Estados Unidos socava la multipolaridad e impone un orden basado en reglas liberales, la *Alianza Atlántica* es una amenaza directa para la seguridad de Rusia, el espacio postsoviético es parte integrante de Rusia y de su imaginario de identidad colectiva, y la búsqueda de estatus prevé el reconocimiento de Rusia como gran potencia.

Para Occidente, hay que contener el rumbo revisionista y militarizado de Rusia, que pretende derrocar el orden internacional; Rusia se ha convertido en la amenaza más importante para la seguridad europea; hay que reforzar las instituciones occidentales y garantizar la legitimidad del orden basado en normas. Las narrativas enfrentadas se hacen evidentes: se refieren al reconocimiento de la soberanía de Ucrania, pero también a su negación; a la “hermandad” que une a las dos naciones, pero también a la “violencia” que las separa traducida en la narrativa de la “amenaza a los compatriotas” (Strycharz, 2022); y a que el objetivo de la operación militar especial no es ocupar territorio ucraniano, sin embargo los referendos en Donetsk y Lugansk, y en las regiones de Zaporizhia y Kherson condujeron a la anexión de estos territorios por parte de la Federación Rusa.

La cobertura mediática de la guerra arraiga generalmente en estas narrativas distintas y enfrentadas que han tomado una dimensión global para un conflicto transmitido a través de *TikTok* (Chayka, 2022). Los medios de comunicación occidentales y rusos asumieron inmediatamente posturas opuestas y activaron imaginarios colectivos a través de la propaganda y la desinformación. La teoría del espejo se refleja en cómo para Rusia la desinformación tenía como objetivo socavar el apoyo de la opinión pública a Ucrania, mientras que en Occidente ocurría lo contrario. Además, las élites políticas de Rusia son las principales impulsoras de las campañas de desinformación, ya que mantener el control de la

La información en redes resulta claramente disruptiva, afecta a las percepciones y refuerza las contradicciones, por la velocidad, el amplio alcance y la dificultad para separar la información de la desinformación

información contribuye a controlar mejor a las audiencias nacionales (Oates, 2016). Según Pierri *et al.*, la propaganda rusa se hizo

“menos frecuente tras la invasión, a raíz de la intervención de las redes sociales, las sanciones europeas a los medios estatales y la prohibición rusa de *Facebook* y *Twitter*, pero no desapareció por completo” (Pierri *et al.*, 2023, p. 65).

Los contenidos de baja credibilidad mostraron una tendencia estable en el número de reshares y retweets, y un determinado grupo de páginas de *Facebook* y usuarios de *Twitter* influyentes y verificados muestra que un puñado de ellos representa el 60-80% de todos los reshares y retweets de contenidos problemáticos.

Resulta interesante también que las “luchas propagandísticas y las campañas de desinformación” atraviesan el discurso occidental y ruso sobre la guerra en Ucrania, con la narrativa de la “otredad” alimentando visiones enfrentadas, tal y como se ha analizado. No obstante, estas representaciones contrapuestas tanto de Rusia como de Occidente utilizaron el lenguaje liberal como punto de referencia (Baumann, 2020), lo que permitió sucesivas dinámicas de confirmación y negación en la interacción entre estas dos partes en conflicto. Además, Gerrits (2018) subraya que estas campañas de desinformación no crearon realmente divisiones, sino que las exploraron en beneficio propio. Y este proceso se vio reforzado por tweets, retweets, posts, likes y shares, que amplifican el mensaje en función de la audiencia a la que va dirigido, partiendo de la base de que las redes sociales dan cabida a muchas voces diferentes de sectores sociales muy distintos. Esto significa que estos procesos son claramente disruptivos, afectan a las percepciones y refuerzan las contradicciones, por la velocidad, el amplio alcance y la dificultad para separar la información de la desinformación, la comprobación de los hechos de los contenidos propagandísticos, pero no cambian necesariamente “el equilibrio de poder internacional”, en el sentido de que la proyección de poder a la que aspira Rusia no se ha realizado claramente.

El cambio en el paradigma comunicativo abanderado en las redes, con hechos anteriores como la *Primavera Árabe* o el *15M* en España ha quedado de relieve una vez más en la guerra de Ucrania al “redirigir la táctica política y militar” (Morejón-Llamas; Martín-Ramallal; Micaletto-Belda, 2022, p. 4). Sin embargo, existe un factor determinante en el desarrollo de las narrativas de esta contienda que ha marcado una diferencia sustantiva con respecto a otros conflictos y que refuerza el efecto de la desintermediación y la tecnopolítica: la estrategia de comunicación política digital del presidente Zelenski. El presidente ucraniano ha sabido trasladar la guerra a las redes sociales generando

“millones de interacciones y contenidos en las principales plataformas, en las que se multiplican los mensajes de apoyo y llamamientos a la resistencia de Ucrania” (Olivares-García; Román-San-Miguel; Méndez-Majuelos, 2022, p. 2)

y liderando la que se ha venido en llamar la primera guerra en *Tik-Tok* (Chayka, 2022) aunque el presidente haya inundado de contenidos todas las redes sociales (*Instagram*, *Telegram*, *Facebook*, *Twitter* y *TikTok*).

Queda evidenciado que el cambio en el formato, la velocidad y las formas de comunicación a través de los medios digitales, tiene un claro impacto en las relaciones internacionales, y en particular en la política exterior, con una doble vertiente: por un lado, con la construcción de narrativas digitales en el ámbito de la comunicación política novedosas y emergentes, pero, por otro,

“Aumenta la presencia de la alfabetización digital como respuesta no ofensiva pero sí efectiva para contrarrestar la desinformación y la polarización en el ámbito de la política”

con campañas de desinformación y propagandísticas directamente consumidas por el público en general, permitiendo una constante interacción y mimetización de opiniones y puntos de vista vertidos, muchas veces de forma acrítica. De esta forma, el papel de la alfabetización digital ha ido ganando más espacio en las agendas.

6. Alfabetización digital y política: un binomio necesario para un escenario desintermediado

El cambio en el paradigma comunicativo referido en el que el ciudadano es interlocutor directo de políticos e instituciones en el escenario de las redes afecta de manera relevante al contexto político y a las relaciones internacionales como se ha analizado en los epígrafes anteriores. La desinformación, la polarización afectiva propiciada en ese contexto de red se convierte en un fenómeno “con el que debemos aprender a vivir” (Gerrits, 2018, p. 13) bien como insoslayable lastre de nuestras sociedades tecnificadas y en red, que han amplificado el fenómeno propagandístico y manipulador, o como reto ante una transformación de paradigmas irrefrenable y con posibilidades nuevas en comunicación política (Techaris; Boulianne; Michalska; Bimber, 2023) tal y como se refleja con el ejemplo de la guerra de Ucrania.

Independientemente de la perspectiva adoptada, son muchos los autores que, cada vez más, abogan por la alfabetización mediática y/o digital como respuesta no ofensiva pero sí efectiva para contrarrestar la desinformación y la polarización en la política (Ashley; Maksl; Craft, 2017; Mason; Krutka; Stoddard, 2018; Guess; Munger, 2022; Polizzi, 2019; McDugall, 2019; Sun; Kai, 2020) y lo que ella conlleva:

“La educación es la respuesta menos ofensiva, quizá también la más eficaz, pero, por desgracia, es también la más difícil y la que más tiempo requiere para responder a la desinformación” (Gerrits, 2018, p. 14).

Aunque trabajos previos ponían el enfoque en la alfabetización mediática para una participación cívica y política (Kahne; Lee; Timpany-Feezell, 2012; Ashley; Maks; Craft, 2017; Kahne; Bowyer, 2019), trabajos posteriores han puesto ya el énfasis en cómo la alfabetización digital es fundamental para la democracia (Polizzi, 2019; Salma, 2019), incluso cómo puede ser un factor decisivo en las relaciones internacionales (Gerrits, 2018) que también han trasladado su escenario de conversación a las redes (Barnett et al., 2017).

La alfabetización digital es fundamental para la democracia incluso un factor decisivo en las relaciones internacionales que también han trasladado su escenario de conversación a las redes

La relación entre alfabetización digital y compromiso político ha sido puesta de relieve en estudios como el de Ashley, Maks y Craft (2017), o el de Kahne y Bowyer (2019) y el propio concepto evoluciona tratando de abarcar el impacto de las transformaciones digitales que se consolidan en torno a la comunicación y a la política. Así, la alfabetización digital crítica de Polizzi (2017), o la necesidad apuntada por Salma (2019) de que el propio término debe incluir la formación en las actuales estructuras sociales y políticas, incluyendo la tecnopolítica como un área decisiva de formación, resulta clave en la salvaguarda de los procesos democráticos y la lucha contra la desinformación. Trabajos más recientes como los de Olivares-García, Román-San-Miguel y Méndez-Majuelos (2022, p. 4) proponen la curación de contenido y el fact checking

“para sortear la desinformación, contextualizar los hechos y aportar recursos para una alfabetización mediática”.

Pese a ser uno de los conceptos más frecuentemente invocados, encontrar una definición consensuada de la alfabetización digital es ciertamente complicado por tratarse de un concepto poroso frecuentemente solapado con otros como competencias digitales, alfabetización mediática o informacional. En este caso tomaremos como referencia la conceptualización propuesta por Guess y Munguer (2022) que relacionaron en su estudio el comportamiento político online con la alfabetización digital, tomado esta como

“un factor crucial en el comportamiento político online cuyo papel ha quedado oculto hasta la fecha por prácticas disciplinarias diseñadas para un entorno mediático-tecnológico anterior” (Guess; Munguer, 2022, p. 114).

Los autores toman una doble conceptualización del término: por un lado, como capacidad de discernimiento de la información encontrada en la red, y, por otro, combinado con habilidades digitales básicas necesarias para lograrlo. Si bien la alfabetización digital surge asociada a la digitalización de la información (Glister, 1997), la alfabetización mediática surge asociada a la educación en medios y ambas se combinan en la actualidad para intentar dar respuesta a problemas emergidos del cambio de paradigma comunicativo y de la convergencia mediática como se ha venido exponiendo. Así lo evidencian autores como Kahne, Lee y Timpany-Feezell (2012) al hablar de “digital media literacy” o como Polizzi (2017) y Santisteban, Díez-Bedmar y Castellví (2020) al proponer una alfabetización crítica digital.

Fuera del campo académico, también las organizaciones supranacionales apuestan, cada vez con mayor convicción, por el binomio alfabetización digital y política. La Unesco (2022), la OCDE (2021) o la Comisión Europea, que en el informe elaborado en 2018 por el High-Level Group on Fake News and Online Disinformation propuso como una de las principales recomendaciones impulsar la alfabetización mediática y digital de la ciudadanía. También el European Digital Media Observatory (EDMO), creado en 2020 proponiendo entre sus principales acciones motivar la alfabetización mediática como elemento clave para contrarrestar la desinformación.

Desde el entorno político, varios gobiernos en el mundo han entendido la importancia de una correcta alfabetización digital para asegurar una ciudadanía que pueda ejercer sus libertades de manera adecuada y cuya carencia no ponga en peligro las garantías democráticas de un debate público informado y crítico, que sepa protegerse ante la desinformación y la polarización emocional siendo educados en el uso del contexto digital y sus herramientas.

Ejemplo de ello lo encontramos en el gobierno francés, que ha incrementado la inversión desde 2015 con cursos sobre los inconvenientes del entorno online, dotando anualmente a unos 30.000 profesores y otros profesionales de la educación de formación en alfabetización digital (Satariano; Peltier, 2018). También el gobierno italiano, en colaboración con Facebook ha estado formando proactivamente a una nueva generación de estudiantes en el uso seguro de Internet, así como en el reconocimiento de noticias falsas y teorías conspirativas mediante tareas de clase preparadas por reporteros. Los estudiantes de secundaria reciben formación sobre las dimensiones de economía política de las empresas de redes sociales, aprendiendo cómo se monetizan y politizan sus “me gusta” en Facebook (Horowitz, 2017).

Además de un interés manifiesto por la formación de los más jóvenes, hay países con la motivación añadida de proteger a su población de la desinformación internacional que pueda afectar a su política nacional. Es el caso de Finlandia, cuya frontera con Rusia les hizo entender desde 2014, cuando Moscú se anexionó Crimea y apoyó a los rebeldes del Este de Ucrania, que

“la guerra de la información se estaba trasladando a Internet” (Mackintosh, 2019).

La preocupación internacional al respecto tiene su reflejo en el informe anual –desde 2017– *Media literacy index* elaborado por la organización no gubernamental *Open Society Institute-Sofia*, de Bulgaria. El informe intenta promover la

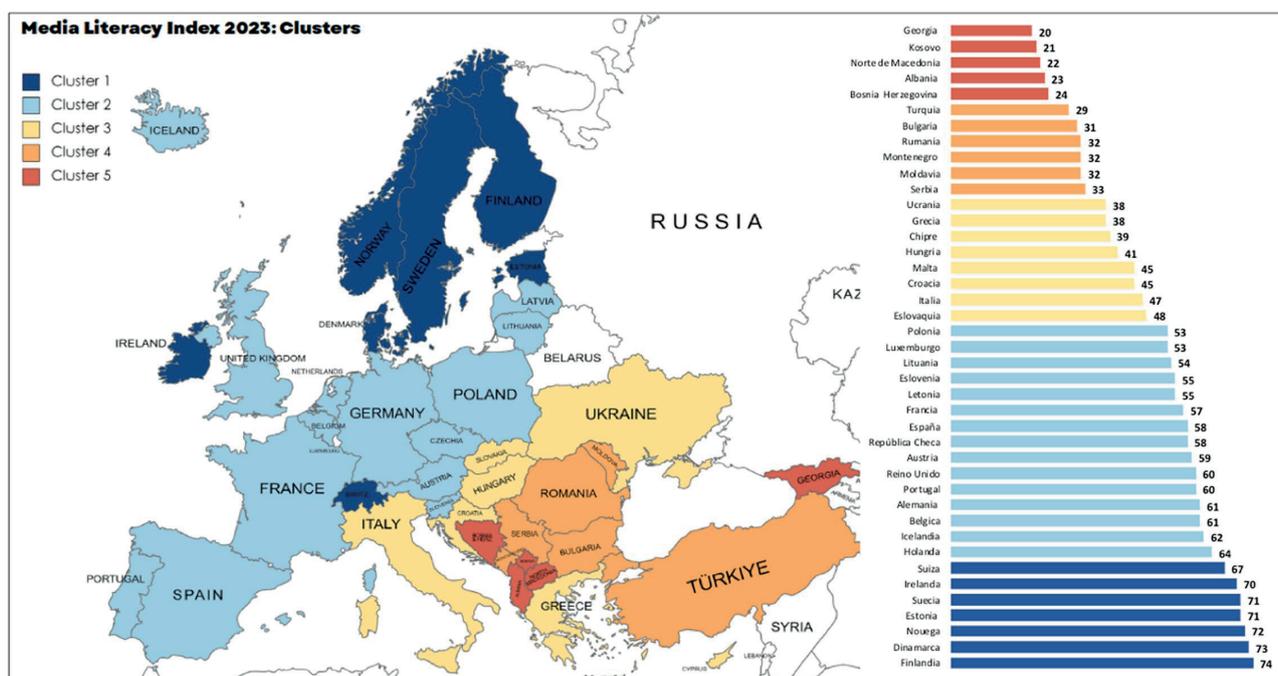


Figura 1. Índice de alfabetización mediática en Europa. Elaborado a partir de Media literacy index 2023.

educación tras la legislación y mide no la alfabetización digital de cada país sino predictores de la alfabetización mediática con el objetivo de clasificar a las sociedades en función de su potencial de resistencia frente a la posverdad, la desinformación y la desinformación. En su metodología de medición se utilizan cuatro tipos de indicadores: libertad de medios, educativos, confianza y nuevas formas de participación (e-participación). De todos los países (un total de 47) que participan en el índice, 41 países son europeos (figura 1) y 6 países de fuera de Europa: Australia, Canadá, Corea del Sur, EUA, Israel y Japón.

7. A modo de reflexión final

Como ponen de manifiesto las evidencias desde el campo de la academia, el contexto internacional y los propios países con acciones específicas que relacionan ambos campos: alfabetización digital y política, la polarización política y la desinformación erosionan la habilidad de los ciudadanos para censurar comportamientos antidemocráticos (Guess; Munger, 2022). Y en este sentido la alfabetización digital puede actuar como catalizador en los procesos de polarización y desinformación que continuamente tienen lugar en las redes sociales, espacios desde los que la población se informa de manera habitual, sobre todo los más jóvenes (Pérez-Escoda; Pedrero-Esteban, 2021).

“ La alfabetización digital es fundamental para ser ciudadanos eficientes y efectivos, también en política, tecnopolítica y comunicación política digital ”

Parece lógico pensar que, si los escenarios de la política también han cambiado o se han amplificado, al igual que otros escenarios –educativo, social, empresarial, etc.– en los que se plantea la alfabetización digital como instrumento fundamental para ser ciudadanos eficientes y efectivos, también en la política, tecnopolítica y comunicación política digital, debe de plantearse de igual modo. Como se ha analizado en este trabajo, la construcción de narrativas en espacios desintermediados, como las redes sociales, es clave para entender las dinámicas de legitimación política, basadas en la identidad, la búsqueda de estatus, con la marcada presencia de las emociones, en particular en el caso de la guerra en Ucrania. La tecnopolítica es la puesta en escena de la política y la tecnología con objetivos claramente definidos, donde las emociones son el catalizador que apela a las audiencias y donde la desinformación desempeña un papel central. Esas narrativas propician la polarización y la desinformación, y contribuyen a exacerbar los entendimientos, movilizar a las audiencias e influir directamente en las voluntades, en la política exterior y en las relaciones internacionales. Esta interconexión va más allá en este análisis al considerar la alfabetización digital como fundamental para abordar los retos asociados a estos procesos y responder a ellos.

Por tanto, la emergente conexión entre alfabetización digital y tecnopolítica encuentra, hoy más que nunca, un sentido profundo en la salvaguarda de las democracias y garantías para una población formada (Tytova; Mereniuk, 2022) que con acciones y políticas adecuadas en alfabetización digital crítica (Polizzi, 2019) garantice una población informada, permeable a los cambios irrefrenables que el uso de la tecnología impone, independientemente de que el contexto informativo actual sea desintermediado.

8. Referencias

- Ashley, Seth; Maksl, Adam; Craft, Stephanie** (2017). "News media literacy and political engagement: What's the connection?". *Journal of media literacy education*, v. 9, n. 1, pp. 79-98.
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2017-9-1-6>
- Barnett, George A.; Xu, Wayne W.; Chu, Jianxum; Jiang, Ke; Huh, Catherine; Park, Ji Y.; Park, Han W.** (2017). "Measuring international relations in social media conversations". *Government information quarterly*, v. 34, n. 1, pp. 37-44.
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.12.004>
- Baumann, Mario** (2020). "'Propaganda fights' and 'disinformation campaigns': The discourse on information warfare in Russia-West Relations". *Contemporary politics*, v. 26, n. 3, pp. 288-307.
<https://doi.org/10.1080/13569775.2020.1728612>
- BBC** (2014). "Crimea crisis: Russian President Putin's speech annotated", 19 March.
<https://www.bbc.com/news/world-europe-26652058>
- Bonansinga, Donatella** (2022). "'A threat to us': The interplay of insecurity and enmity narratives in left-wing populism". *The British journal of politics and international relations*, v. 4, n. 3.
<https://doi.org/10.1177/13691481221078187>
- Borge, Rosa; Brugué, Joaquim; Duenas-Cid, David** (2022). "Technology and democracy: the who and how in decision-making. The cases of Estonia and Catalonia". *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310311.
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.11>
- Carpenter, Cheris A.** (2010). "The Obamachine: Technopolitics 2.0". *Journal of information technology & politics*, v. 7, n. 2-3, pp. 216-225.
<https://doi.org/10.1080/19331681003765887>
- Casero-Ripollés, Andreu** (2008). "Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante". *Estudios del mensaje periodístico*, v. 14, pp. 111-128.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110111A/11830>
- Casero-Ripollés, Andreu** (2022). "The great change: Impact of social media on the relationship between journalism and politics. Introduction to the special issue". *Social sciences*, v. 11, n. 40.
<https://doi.org/10.3390/socsci11020040>
- Castells, Manuel** (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Plaza & Janés Editores. ISBN: 8401341574
- Chadwick, Andrew** (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 190696733
- Chayka, Kyle** (2022). "Watching the world's 'First TikTok war'". *The New Yorker*.
<https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/watching-the-worlds-first-tiktok-war>
- Couldry, Nick; Livingstone, Sonia; Markham, Tim** (2007). *Media consumption and public engagement*. Palgrave MacMillan. ISBN: 978 0 02324738 3
- Ebersbach, Anja; Glaser, Markus; Heigl, Richard** (2008). *Social web*. Konstanz: UVK. ISBN: 978 3 825230654
- Edwards, Paul N.; Hecht, Gabrielle** (2010). "History and the technopolitics of identity: The case of Apartheid South Africa". *Journal of Southern African studies*, v. 36, n. 3, pp. 619-639.
<https://doi.org/10.1080/03057070.2010.507568>
- EEAS** (2023). *Counterig disinformation*. European External Action Service, Brussels.
https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en#11232
- Freire, Maria-Raquel** (2019). "The quest for status: how the interplay of power, ideas, and regime security shapes Russia's policy in the post-Soviet space". *International politics*, v. 56, pp. 795-809.
<https://doi.org/10.1057/s41311-018-0164-y>
- Freire, Maria-Raquel** (2020). "EU and Russia competing projects in the neighbourhood: an ontological security approach". *Revista brasileira de política internacional*, v. 63, n. 1.
<https://doi.org/10.1590/0034-7329202000113>
- Gerrits, André W. M.** (2018). "Disinformation in international relations: How important is it?". *Security and human rights*, v. 29, n.1-4, pp. 3-23.
<https://doi.org/10.1163/18750230-02901007>
- Glister, Paul** (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub. ISBN: 978 0 471249528

- Guess, Andrew M.; Munger, Kevin** (2022). "Digital literacy and online political behavior". *Political science research and methods*, v. 11, n. 1.
<https://doi.org/10.1017/psrm.2022.17>
- Hutchison, Emma; Bleiker, Roland** (2014). "Theorizing emotions in world politics". *International theory*, v. 6, n. 3, pp. 491-514.
<https://doi.org/10.1017/S1752971914000232>
- Horowitz, Jason** (2017). "In Italian schools, reading, writing and recognizing fake news". *The New York Times*, October 18.
<https://www.nytimes.com/2017/10/18/world/europe/italy-fake-news.html>
- Jenkins, Henry** (2006). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 493 2153 5
- Jepperson, Ronald; Wendt, Alexander; Katzenstein, Peter J.** (1996). "Norms, identity, and culture in national security". In: Katzenstein, Peter (ed.). *The culture of national security: Norms and identity in world politics*. New York: Columbia University Press, pp. 33-65. ISBN: 978 0 231104692
- Jungherr, Andreas; Rivero, Gonzalo; Gayo-Avello, Daniel** (2020). *Retooling politics: How digital media are shaping democracy*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 1 108297820
<https://doi.org/10.1017/9781108297820>
- Kahne, Joseph; Bowyer, Benjamin** (2019). "Can media literacy education increase digital engagement in politics?". *Learning, media and technology*, v. 44, n. 2, pp. 211-224.
<https://doi.org/10.1080/17439884.2019.1601108>
- Kahne, Joseph; Lee, Nam-Jin; Timpany-Feezell, Jessica** (2012). "Digital media literacy education and online civic and political participation". *International journal of communication*, v. 6.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/999/675>
- Katz, Elihu** (1988). "Disintermediation: Cutting out the middle man". *Intermedia*, v. 16, n. 2, pp. 30-31.
https://repository.upenn.edu/asc_papers/162
- Kurban, Can; Peña-López, Ismael; Haberer, Maria** (2017). "What is technopolitics? A conceptual schema for understanding politics in the digital age". *IDP. Revista de internet, derecho y política*, n. 24, pp. 3-20.
<https://www.redalyc.org/pdf/788/78850913002.pdf>
- Lasswell, Harold** (1927). "The theory of political propaganda". *American political science review*, v. 2, n. 3, pp. 627-631.
<https://doi.org/10.2307/1945515>
- Lévy, Pierre** (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Editorial OPS. ISBN: 2707126934
- López-Jiménez, Gloria** (2014). "El proceso de desintermediación comunicativa". *Revista internacional del mundo económico y del derecho*, v. 7, pp. 69-91.
<https://bit.ly/3PJ3QhJ>
- Mackintosh, Eliza** (2019). *Special report: Finland is winning the war on fake news. What it's learned may be crucial to Western democracy*. CNN.
<https://edition.cnn.com/interactive/2019/05/europe/finland-fake-news-intl>
- Mason, Lance; Krutka, Dan; Stoddard, Jeremy** (2018). "Media literacy, democracy, and the challenge of fake news". *Journal of media literacy education*, v. 10, n. 2.
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-2-1>
- Mcchesney, Robert** (2013). "Aquello es ahora, y esto fue entonces: Walter Lippmann y la crisis del periodismo". *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, v. 18, pp. 39-49.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93528051004>
- McCombs, Maxwell** (1992). "Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda-setting research". *Journalism quarterly*, v. 69, n. 4, pp. 813-824.
<https://doi.org/10.1177/107769909206900402>
- McDougall, Julian** (2019). "Media literacy versus fake news: critical thinking, resilience and civic engagement". *Media studies*, v. 10, n. 19, pp. 29-45.
<https://doi.org/10.20901/ms.10.19.2>
- Miskimmon, Alister; O'Loughlin, Ben; Roselle, Laura** (2014). *Strategic narratives. Communication power and the New World Order*. London: Routledge. ISBN: 978 0 415717601

- Morejón-Llamas, Noemí; Martín-Ramallal, Pablo; Micaletto-Belda, Juan-Pablo** (2022). "Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine". *Profesional de la información*, v.3 1, n. 3, e310308.
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>
- Munger, Kevin** (2020). "All the news that's fit to click: The economics of clickbait media". *Political communication*, v. 37, n. 3, pp. 376-397.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1687626>
- Oates, Sarah** (2016). "Russian media in the digital age: Propaganda rewired". *Russian politics*, v. 1, n. 4, pp. 398-417.
<https://doi.org/10.1163/2451-8921-00104004>
- OECD (2021). *Are 15-years-olds prepared to deal with fake news and misinformation? PISA in Focus*. OECD, 2012.
<https://read.oecd.org/10.1787/6ad5395e-en?format=pdf>
- Olivares-García, Francisco; Román-San-Miguel, Aranzazu; Méndez-Majuelos, Inés** (2022). "Social networks as a journalistic communication tool: Volodimir Zelenski's digital communication strategy during the Ukraine war". *Visual review. International visual culture review / Revista internacional de cultura visual*, v. 11, n. 2.
<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3660>
- O'Reilly, Tim** (2009). *What is web 2.0?* O'Reilly Radar. ISBN: 978 1 449391072
- Parisi, Lorenza; Rega, Rosella** (2011). "Disintermediation in political communication: chance or missed opportunity?". *Leadership and new trends in political communication*, 123.
https://www.academia.edu/download/33769935/Disintermediation_in_Political_Communication.pdf
- Pérez-Escoda, Ana; Pedrero-Esteban, Luis-Miguel** (2021) "Challenges for journalism facing social networks, fake news, and the distrust of Generation Z". *Revista latina de comunicación social*, v. 79, pp. 67-85.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Pérez-Escoda, Ana; Rubio-Romero, Juana** (2021). *Redes sociales, ¿el quinto poder? Una aproximación por ámbitos al fenómeno que ha transformado la comunicación pública y privada*. Valencia: Tirant lo Blanch. ISBN: 978 84 18802898
- Pierri, Francesco; Luceri, Luca; Jindal, Nikhil; Ferrara, Emilio** (2023). "Propaganda and misinformation on Facebook and Twitter during the Russian invasion of Ukraine". *15th ACM Web science conference 2023*. New York: ACM.
<https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>
- Polizzi, Gianfranco** (2019). "Information literacy in the digital age: Why critical digital literacy matters for democracy". In: S. Goldstein (ed.). *Informed societies: Why information literacy matters for citizenship, participation, and democracy*. Facet.
<https://doi.org/10.29085/9781783303922.003>
- Reinke-de-Buitrago, Sybille** (2022). "Visual framings of the war in Ukraine: Evoking emotions and mobilization". *DiscourseNet collaborative working paper series*, n. 8/5.
<https://discourseanalysis.net/dncwps>
https://discourseanalysis.net/sites/default/files/2022-11/Reinke-de-Buitrago_2022_DNCWPS_8-5.pdf
- Ritzer, George; Dean, Paul; Jurgenson, Nathan** (2012). "The coming of age of the prosumer". *American behavioral scientist*, v. 56, n. 4, pp. 379-398.
<https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- Rumelili, Bahar** (2011). "Turkey: identity, foreign policy, and socialization in a post enlargement Europe". *Journal of European integration*, v. 33, n. 2, pp. 235-249.
<https://doi.org/10.1080/07036337.2011.543528>
- Rumelili, Bahar** (ed.). (2015). *Conflict resolution and ontological security: Peace anxieties*. London: Routledge. ISBN: 978 1 138205741
- Salma, Aqida-Nuril** (2019). "Defining digital literacy in the age of computational propaganda and hate spin politics". *KnE social sciences*, v. 3, n. 20, pp. 323-338.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i20.4945>
- Sampedro, Víctor** (2021). *Comunicación política digital en España*. Editorial UOC. ISBN: 978 84 91807681
- Santisteban, Antoni; Díez-Bedmar, María-Consuelo; Castellví, Jordi** (2020). "Critical digital literacy of future teachers in the Twitter age". *Culture and education*, v. 32, n. 2, pp. 185-212.
<https://doi.org/10.1080/11356405.2020.1741875>
- Satariano, Adam; Peltier, Elian** (2018). "In France, school lessons ask: Which Twitter post should you trust?". *The New York Times*, December 13.
<https://www.nytimes.com/2018/12/13/technology/france-internet-literacy-school.html>

Schütz, Winfried (2004). "Reconstructing mediatization as an analytical concept". *European journal of communication*, v. 19, n.1, pp. 87-101.

<https://doi.org/10.1177/0267323104040696>

Scolari, Carlos A. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 97848268

Simons, Greg (2018). "Media and public diplomacy". In: Tsygankov, Andrei P. *Routledge handbook of Russian foreign policy*. London: Routledge, pp. 109-216. ISBN: 978 1 138690448

Strycharz, Damian (2022). "Dominant narratives, external shocks, and the Russian annexation of Crimea". *Problems of post-Communism*, v. 69, n. 2, pp. 133-144.

<https://doi.org/10.1080/10758216.2020.1813594>

Sun, Lim; Kai, Tan (2020). "Front liners fighting fake news: global perspectives on mobilising young people as media literacy advocates". *Journal of children and media*, v. 14, n. 4, pp. 529-535.

<https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1827817>

Theocharis, Yannis; Boulianne, Shelley; Koc-Michalska, Karolina; Bimber, Bruce (2022) "Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement". *West European politics*, v. 46, n. 4, pp. 788-811.

<https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>

Unesco (2022). *Navegando en la infodemia con AMI*. Unesco / Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. ISBN: 978 92 3 300182 4

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381840>

Vaccari, Cristian; Valeriani, Augusto (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies get access arrow*. Oxford: University Press. ISBN: 978 0 190858476

<https://doi.org/10.1093/oso/9780190858476.001.0001>

Welch-Larson, Deborah; Shevchenko, Alexei (2014). "Russia says no: Power, status, and emotions in foreign policy". *Communist and post-Communist studies*, v. 47, n. 3-4, pp. 269-279.

<https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2014.09.003>

Wendt, Alexander (1992). "Anarchy is what states make of it: The social construction of power politics". *International organization*, v. 46, n. 2, pp. 391-425.

<https://www.jstor.org/stable/2706858>

Dialnet | métricas
Nueva edición 2020

Fundación Dialnet

dialnet.unirioja.es/metricas