

## 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.uasb.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 Nereida 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 combatir las 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