

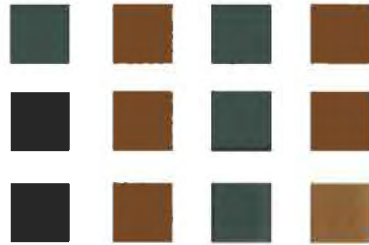
Enrique Arroyas Langa
Pedro Luis Pérez-Díaz
Marta Pérez-Escolar
(editores)

Prólogo de Silvio Waisbord

EL DEBATE PÚBLICO

EN LA RED:

polarización,
consenso y
discursos del odio



COMUNICACIÓN SOCIAL

ediciones y publicaciones

62328

Enrique Arroyas Langa
Pedro Luis Pérez-Díaz
Marta Pérez-Escolar
(editores)

El debate público en la red

Polarización, consenso y
discursos del odio

Prólogo de Silvio Waisbord

n. 223404



SALAMANCA
2022

Sumario

Prólogo, por <i>Silvio Waisbord</i>	9
---	---

1. La grieta: polarización ideológica y afectiva en el debate político español,

por *Manuel A. Égea Medrano; Antonio Garrido Rubia*..... 13

Introducción 13

1. *La polarización ideológica en España*..... 14

2. *La polarización afectiva* 16

2.1. *Conceptualización* 16

2.2. *Investigación y medición en Estados Unidos* 18

2.3. *Relación entre polarización ideológica y afectiva* 20

3. *La polarización afectiva en España*..... 21

3.1. *Antecedentes y estudios* 21

3.2. *Polarización afectiva hacia los partidos políticos* 23

3.3. *Polarización afectiva hacia los líderes políticos*..... 28

4. *Conclusiones* 29

Bibliografía..... 30

2. Los populismos como ideologías de la polarización en el declive de la democracia liberal,

por *Enrique Arroyas Langa*..... 33

Introducción 33

1. *Liberalismo: señas de identidad y primeros desafíos* 35

2. *Los grandes enemigos de la democracia liberal: fascismo
y comunismo* 38

3. *La seducción del autoritarismo* 41

4. *El peligro del populismo hoy: antipluralismo y exclusión* 43

5. *Conclusiones* 48

Bibliografía..... 49

3. La polarización discursiva como estrategia de comunicación en las cuentas de líderes y partidos políticos en Twitter, por Juan Antonio Marín-Albaladejo.....	51
Introducción	51
1. La raíz estratégica de la polarización en redes sociales.....	53
2. Polarización y retórica maniquea	59
3. Mecanismos discursivos polarizadores.....	62
4. Conclusión.....	65
Bibliografía.....	66
4. La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores, por Pedro Luis Pérez-Díaz.....	69
Introducción	69
1. Las tribulaciones de una verdad incómoda	70
2. El auge de una cultura de la verificación periodística	73
3. Las contranarrativas de la verdad en entornos digitales	76
3.1. Determinar si se ha alcanzado el punto de inflexión ...	76
3.2. Emplear una ampliación estratégica	76
3.3. Verificar con efectividad.....	77
3.4. Profundizar en el contexto	78
3.5. Elegir el lenguaje idóneo	79
3.6. Ofrecer emparejados de verdad	80
3.7. Visualizar los datos disponibles.....	80
3.8. Rectificar con diligencia.....	81
4. Los efectos polarizadores de la desinformación.....	82
5. Conclusiones	84
Bibliografía.....	85
5. El desmentido como instrumento para mejorar la calidad del debate público en el escenario digital, por Marta Pérez-Escobar; Paula Herrero-Diz.....	89
Introducción	89
1. Identificando al enemigo: la desinformación y la ' misinformación '	92
2. El desm entido: estructura y estilo informativo.....	97
3. ¿Y ahora qué? Orientaciones para futuros periodistas verificadores	102
4. Conclusiones	105
Bibliografía.....	106

6. El medio es el mensaje y el canal es el masaje: intentos de gestión de la polarización y los discursos del odio en Twitter, por José Manuel Noguera-Vivo	109
Introducción	109
1. Consumo incidental: informarse mientras hacíamos otra cosa.....	114
2. Cambios sistémicos de Twitter en los últimos años	117
3. Conclusiones	123
Bibliografía	125
7. Antídotos contra la epidemia desinformativa. Hacia un estado de la cuestión en la lucha contra la desinformación en España, por Beatriz Correyero-Ruiz; Antonio José Baladrón-Pazos.....	127
Introducción	127
1. Las soluciones europeas a la desinformación	131
2. Marco institucional y normativo contra la desinformación en España	132
2.1. Las iniciativas del Partido Popular.....	132
3. Hacia un marco institucional y normativo	134
4. El apoyo de la sociedad civil	141
5. Conclusiones	141
Bibliografía.....	143
8. Liderazgo político, soberanía digital y desplataformización en tiempos de pandemia, por Pablo S. Blesa Aledo	145
1. Infodemia y gula informativa.....	147
2. La infoesfera: la irrupción en la dieta informativa de ingestas digitales.....	149
3. Posverdad, fake news y teorías conspirativas.....	150
3.1. Sandeces y posverdad	151
3.2. Fake news y teorías conspirativas	152
4. La soberanía digital.....	153
4.1. Los gigantes tecnológicos asumen la soberanía digital	154
4.1.1. Trump, la mentira es una estrategia de comunicación efectiva.....	155
4.1.2. La dudosa legitimidad desplataformizadora de las tecnológicas.....	157

4.2. Las cuestionables leyes reguladoras constrictivas de los Estados	158
5. Periodismo de calidad en la era de los populismos, la posverdad y la infodemia.....	160
Bibliografía.....	161