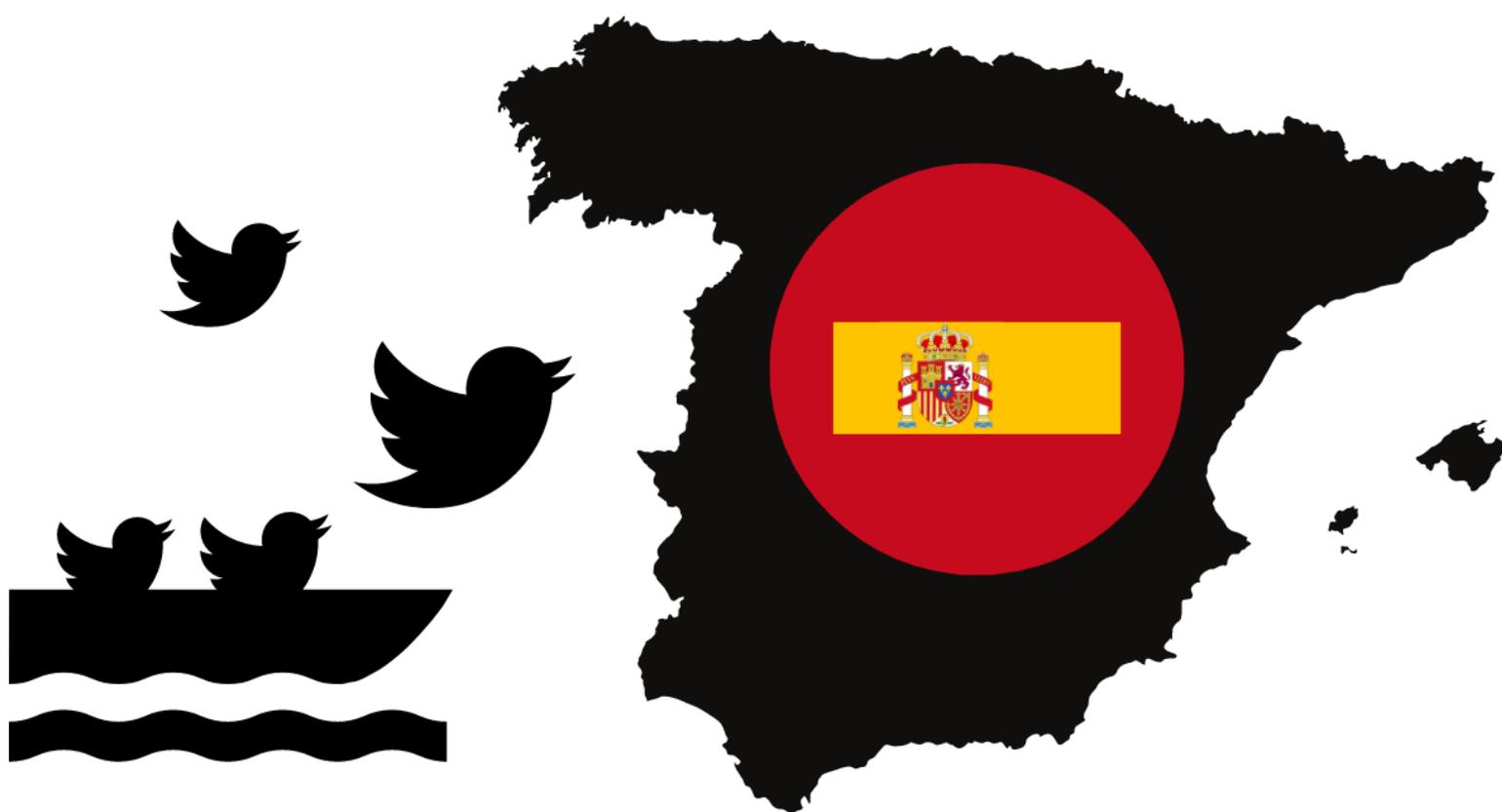


# Instrumentos de odio: fake news sobre inmigración en la campaña de Vox en Cataluña

Tools of hate: fake news about immigration in Vox's campaign in Catalonia



Universidad de Sevilla  
Trabajo de Fin de Máster  
Comunicación y Cultura  
Septiembre 2022

Autora: Josephine Zavaglia  
Tutora: Dra. Aurora Labio Bernal  
VºBª

Desde la era de la esclavitud hasta ahora, el continente [africano]  
se ha sometido bajo el mando de los occidentales.

La historia se repite, pero de otra manera, así lo vivimos desde  
la esclavitud, la ocupación territorial y  
la colonización económica capitalista.

*Sindicato Popular de Vendedores Ambulantes ([manteros.org](http://manteros.org))*

## Resumen / Abstract

El objetivo de este estudio es entender si Vox empleó noticias falsas (*fake news*) y desinformación durante su campaña electoral en las elecciones parlamentarias de Cataluña del 14 de febrero de 2021, y comprender su relación con aspectos relacionados con el nacionalismo. Para ello, este estudio aplica el análisis de contenido, análisis temático y un proceso de comprobación de hechos (*fact-checking*) a los tuits publicados por las cuentas de Twitter vinculadas a Vox durante la campaña electoral. Nuestros resultados sugieren que Vox utilizó *fake news* como se ve reflejado en la forma en que la información y ‘hechos’ son presentados en los tuits, y que los temas presentados en los tuits podrían enmarcarse en un contexto nacionalista. La mayoría de los tuits hicieron referencia a las amenazas inmateriales que la inmigración supone para el modo de vida español, lo que demuestra que, en este caso, las *fake news* y el nacionalismo se utilizaron para apelar a las esperanzas y los miedos inherentes a la construcción de una identidad nacional que está impregnada de una demarcación de ‘amigo/enemigo’.

Palabras clave: *fake news*, desinformación, nacionalismo, Vox, ultraderecha, inmigración, Twitter.

This study aimed to understand whether Vox used *fake news* and disinformation during their campaign for the parliamentary elections in Cataluña on 14 February 2021, and how it related to larger themes of nationalism. Using tweets posted throughout the electoral campaign from relevant Twitter accounts linked to Vox, this study employed content analysis, including thematic analysis, as well as a process of *fact-checking*. We argue that Vox used *fake news* due to the false nature of many of the ‘facts’ presented in the corpus of tweets, and that the themes presented by the tweets could be placed within frameworks of nationalism. Most of the tweets related to immaterial threats to the Spanish way-of-life posed by immigration, showing that in this case, *fake news* and nationalism were used to appeal to the hopes and fears inherent to the construction of a national identity that is steeped in a demarcation of ‘friend/enemy’.

Key words: *fake news*, disinformation, nationalism, Vox, Spanish far-right, immigration, Twitter.

## Índice

1. Introducción.....	5
1.1 Justificación .....	6
1.2 Hipótesis .....	7
1.3 Objetivos.....	7
2. Marco Teórico .....	8
3.1 Una definición de las fake news.....	32
3.2 Nacionalismo.....	41
3.2.2 El ascenso de la ultraderecha .....	47
3.3 Caso de Estudio: las elecciones al parlamento catalán 2021 .....	55
4. Metodología.....	58
4.1 Colección de datos .....	61
4.2 Categorización de los datos .....	62
4.2.2 Delimitando los temas dentro de las categorías .....	68
4.3 <i>Fact-checking</i> .....	70
5. Resultados.....	83
6. Discusión .....	89
7. Conclusión.....	106
Bibliografía.....	111
Bibliografía de Tuits.....	121

## 1. Introducción

Las fronteras controlan el acceso a la tierra, la seguridad, las oportunidades y unas condiciones de vida dignas. Las fronteras son, en su mayor parte, impermeables; sin embargo, siguen reordenándose al capricho de la colonización y la guerra, o lo que llamamos la ‘geopolítica’. Melilla, una bolsa de territorio español en el continente africano, con menos de 200 años de antigüedad, ejemplifica el absolutismo arbitrario de las fronteras. Aquí, el acceso y las oportunidades se miden en metros; dependiendo de qué lado de la tristemente célebre Valla de Melilla hayas nacido. Por ejemplo, España tiene “el récord mundial de desigualdad con respecto a sus vecinos” (Moré, 2011). “El PIB de España, con 47 millones de habitantes, es superior al agregado de los 53 países africanos con sus 1.300 millones de habitantes” (Moré, 2011).

Sin embargo, las razones por las que las personas abandonan sus hogares y arriesgan sus vidas para cruzar las fronteras rara vez se mencionan cuando las noticias hablan de derramamiento de sangre o de asalto a las fronteras. Es más, la inmigración se ha situado en la intersección de “los medios de comunicación, los intereses económicos y la hegemonía política” (Carr et al. 2020) y se ha convertido en forraje para las fake news y la desinformación. Los actores políticos han convertido la inmigración en un tema polémico y emocional para crear división y odio entre los seres humanos. La llegada de inmigrantes se ha entrelazado con la idea de identidad nacional, es decir, con las amenazas percibidas contra la pureza de una nación y la dilución de un modo de vida percibido como en peligro.

España es un país cuya economía ha dependido durante mucho tiempo de los extranjeros, en forma de turismo o expatriados; en 2017, recibió el segundo mayor número de turistas extranjeros, siendo el primer país Francia (Organización Mundial del Turismo, 2018). Sin embargo, a diferencia de las grandes oleadas de turistas con su inyección de dólares turísticos a corto plazo en la economía local española, los inmigrantes y refugiados anteriormente mencionados por su estatus económico (y el color de su piel) han sido enmarcados como el mayor riesgo para el modo de vida español por parte de ciertos actores políticos. Además, en cuanto a la concesión del estatus de refugiado a los inmigrantes, España se sitúa por debajo de la media europea del 35%, ofreciendo protección internacional al 10,5% de los solicitantes en 2021 y al

5% en 2020 (CEAR, 2022). Sin embargo, la amenaza de los inmigrantes sigue siendo un arma política que se esgrime una y otra vez.

El debate sobre la inmigración ha encontrado un nuevo foro dentro de los muros digitales de Internet, y especialmente en las redes sociales. A lo largo de este estudio, observamos como estos temas y conversaciones discurren a través de las cuentas de Twitter de los miembros de Vox, que se han convertido en emblema de la emergente ultraderecha en España. Estas conversaciones se producen en entornos digitales muy polarizados, en los que los usuarios pueden esconderse tras el anonimato, mientras que los actores políticos fomentan debates muy afectivos e hiperbólicos para conseguir sus propios fines políticos. En este caso, exploraremos el modo en que la inmigración se ha convertido en un arma política por parte de actores que buscan influir en la opinión pública y ganar votos.

## **1.1 Justificación**

Las fake news constituye un tema profundo que toca muchos ámbitos, tanto científicos como sociales, y aunque no sea un fenómeno nuevo, la rapidez y el alcance para la difusión que ofrece internet ha transformado las fake news en un nuevo reto. Las fake news pueden ser estudiadas desde varias perspectivas y utilizando diferentes metodologías. La justificación de este estudio recae en la amenaza que las fake news presentan en la actualidad hacia la democracia, el multiculturalismo y al tejido social.

Por ejemplo, Aung San Suu Kyi, líder de Myanmar, reclamó que las fake news estaban alentando conflictos étnicos en el país, donde las Naciones Unidas han declarado que se está produciendo una limpieza étnica de las Rohingyas (“Rohingya crisis,” 2017). Las fake news que promueven discursos de odio en contra de las Rohingyas han sido una presión constante en la crisis actual de refugiados y el genocidio de 2017 donde murieron al menos 6.700 personas, incluyendo 730 niños (“Myanmar Rohingya,” 2020).

Las fake news no tienen fronteras, están presente en todo el mundo, y son producidas desde sitios remotos. Internet es sin duda el foro dominante de la propagación de fake news, y en cierta forma, durante los últimos años se está poniendo de manifiesto sus

fallos y fragilidades. Las empresas privadas que tienen un monopolio de la difusión de información en internet han demostrado una y otra vez su incapacidad de controlar o establecer una gobernanza efectiva contra las fake news (Smith et al., 2020). Por ejemplo, Facebook tiene más de dos billones de usuarios y tiene un gran poder en relación con la información mundial, sin embargo, el presidente Mark Zuckerberg no terminó de decir que la empresa sea más que una “empresa tecnológica” (Pickard, 2020, p. 125). La respuesta de este gigante tecnológico frente a su responsabilidad con respecto a la información que llega a sus públicos ha sido un proyecto nombrado ‘Acelerador’ lanzado en 2018 para ayudar de 10 a 15 sitios de noticias a aumentar sus suscripciones digitales (Pickard, 2020). Facebook ha invertido \$3 millones - aproximadamente 0,007% de sus ingresos en 2017 - en el proyecto (Pickard, 2020, p. 125).

La mitigación de las fake news tiene que proceder de una fuente externa a las estructuras responsables por su difusión. En este sentido, las instituciones académicas son una gran fuente de información en la lucha contra las fake news. En este contexto en que ciertos grupos ideológicos han terminado teniendo una influencia desproporcionada en el debate público, este estudio tiene como objetivo contribuir a los factores que limitan el alcance de las fake news.

## 1.1 Hipótesis

La presente investigación está guiada por la hipótesis: **Vox utiliza fake news en Twitter sobre la inmigración para apoyar su fin nacionalista, en el contexto de las elecciones de Cataluña.** Esta hipótesis la exploramos en el contexto de las elecciones al Parlamento de Cataluña del 14 de febrero de 2021. Para testar esta hipótesis hemos recopilado y analizado tuits de una selección de cuentas oficiales de representantes de Vox en Twitter, recogidos entre el 22 de diciembre 2020 y el 14 de febrero de 2021.

## 1.3 Objetivos

Esta investigación está centrada principalmente en las fake news y el nacionalismo, sin embargo, antes de analizar estos temas debemos contextualizarlos. Por tanto, nuestro primer objetivo es dar sentido al paisaje comunicativo en el que participan los actores

políticos observados. Y por ello también es necesario comprender el estado de la democracia sobre el que se han formado estas estructuras de comunicación, y sobre el que inevitablemente también están influyendo. Por lo tanto, nuestro primer objetivo es **1. Describir la relación entre democracia, comunicación política, internet y redes sociales**. Una vez que hayamos comprendido el contexto en que evolucionan las fake news, empezaremos a entender el fenómeno. De este modo, el segundo objetivo es: **2. Definir las fake news**. Este paso pretende entender los actores tras del fenómeno de las fake news y como se difunden por el paisaje informativo, además de abordar una definición concreta que poder aplicar a los datos del estudio.

En la misma manera en que lidiamos con las fake news, tenemos que profundizar en el concepto del nacionalismo. El tercer objetivo es: **3. Analizar el nacionalismo y sus actores, incluyendo el ascenso de la ultraderecha en España**. En particular, nos detendremos en los aspectos pertinentes a nuestro conjunto de datos, es decir, queremos entender el nacionalismo con respecto a la inmigración. Además, prestaremos atención a los actores que promueven el nacionalismo y la multitud de factores que han causado su auge, para finalmente detenernos en España. Es así como podemos llevar a cabo esta investigación de indagar las fake news y el nacionalismo en el contexto de la campaña de Vox; **4. Analizar los tuits, comprobando su veracidad y relación con el nacionalismo**.

## **2. Marco Teórico**

‘Democracia’ es una palabra que se usa mucho tanto en los ámbitos coloquiales como políticos, aunque no se puede definir tan fácilmente. Entendemos que la democracia tiene características y un valor importante para las sociedades modernas, además muchos de nosotros sentimos que vivimos en una democracia. Se puede observar a través de la organización de la sociedad que la democracia es un concepto que abarca las funciones, instituciones o entidades de gobierno y privadas. Incluso, en Occidente, nos sentimos bastante orgullosos de nuestra democracia (que a menudo va acompañada con los adjetivos ‘occidental’ y ‘libre’) o incluso sentimos que deberíamos defender la democracia aquí y en el extranjero. A pesar de que la democracia es elusiva y difícil de definir, lo que sí sabemos es que es irremplazable, a la vez de ser la única opción viable que conocemos. De este modo, sabiendo que la democracia es necesaria y sin

alternativa, también nos hemos vuelto más consciente de su carácter frágil, voluble y corruptible. De este modo, comprender la democracia como una práctica, nos ayuda a entenderla más como un proceso. Así, nuestro propósito es definir la democracia en relación con la comunicación, que por cierto también es un proceso. Contemplaremos el ejercicio (y crisis) de la democracia, el internet como estructura y difusor de información, y finalmente, el rol del internet y las redes en la comunicación política.

### **La comunicación como el eje sobre el que gira la democracia**

La democracia según Habermas (1991) gira en torno a la esfera pública, la comunicación racional y la democracia deliberativa: principios de la Ilustración (Karppinen et al. 2008). La esfera pública – plural y dotada con ciudadanos iguales y libres – es donde acontece la deliberación bajo la premisa que el consenso evita que las disputas sean solo estratégicas (Karppinen et al. 2008). Sin embargo, podríamos decir que la concepción de una esfera pública nunca era realizada en su forma purista. Habermas (1991) mismo reconoció que el consenso dependía de los actores teniendo la posibilidad (los medios y métodos) de dirigirse al público (citado en Dryzek et al. 2006 p. 635). Entonces, la idea fundamental de una esfera pública de actores iguales y libres nunca podría ser, a menos en la historia reciente del hombre, concretamente por los intereses privados y poderosos (y ocultos) que se manifiestan a través de los medios de comunicación (Habermas, 1991). Estas entidades convirtieron la opinión pública de un fenómeno que se forma espontáneamente en la esfera pública, a un producto que se vende al mejor postor (Karppinen et al. 2008). La publicidad, que antes era una faceta de la opinión pública (por ejemplo, un político hablando frente a su público), se convirtió en algo que atrae la opinión pública (Karppinen et al. 2008). De esta forma surgió la *publicity* como la práctica ejercida por las élites bajo el objetivo de girar la mirada de las masas y manipular la opinión pública (Habermas, 1991).

De ahí, varios escritores han reformulado la centralidad del consenso en la democracia deliberativa, yendo hacia un posicionamiento más alienado con el concepto del metaconsenso (Karppinen et al. 2008, p. 10). Este concepto significa el consenso que existe a priori del debate. El reconocimiento de la otra parte y sobre todo las normas que gobiernan la comunicación y legitiman el otro actor (Dryzek et al. 2006). Según Dryzek et al. (2006), el metaconsenso es prevalente: los seres humanos coincidimos sobre

nuestros valores, pero cuestiones surgen sobre la priorización de tales valores (p. 639). El contrario del metaconsenso, por tanto, es cuando hay conflicto entre los paradigmas científicos. El metadisenso epistémico ocurre cuando no existe un acuerdo sobre la credibilidad o relevancia de los valores o creencias en cuestión (Dryzek et al. 2006). Por ejemplo, el metadisenso epistémico que puede ocurrir entre perspectivas derivadas de la religión fundamentalista y la ciencia (Dryzek et al. 2006, p. 640)

Aparte del metadisenso, existen otras limitaciones como la manipulación simbólica y hegemónica del metaconsenso, en la cual las elites maniobran la opinión pública asociando ciertos valores y creencias con ciertos símbolos (Dryzek et al. 2006). Por ejemplo, antes de debatir ideas para llegar a un resultado o solución (como una política) se establecen las normas del debate a través del establecimiento o entendimiento implícito de los valores y creencias (Dryzek et al. 2006). Sin embargo, este proceso de establecer los valores y normas del debate puede ser sometido a la manipulación simbólica y hegemónica, Esto suele ocurrir cuando los actores que tienen el poder de influir la consciencia colectiva vinculan su resultado preferido a un símbolo positivo (como la libertad), a la vez que vinculan los resultados no preferidos a símbolos negativos (como el terrorismo y comunismo) (Dryzek et al. 2006, p. 647). El proceso deliberativo se socava a través de privilegiar ciertas normas de argumentos simbólicos encima de otros, creando soluciones sencillas y cognitivamente vagas para asuntos complejos (Dryzek et al. 2006, p. 646). El metaconsenso puede ser manipulado u ofrecer un foro sin coacción— es un espacio disputado (Dryzek et al. 2006). Sin embargo, sigue siendo una forma de reconocer la multitud de perspectivas y lidiar con el pluralismo que es fundamental a la democracia.

El pluralismo describe la diversidad de culturas, valores, experiencias, ideas, opiniones que están presentes en una sociedad, y quizás incluso más ahora que nunca debido a los ritmos de la globalización y movimientos de personas y culturas por fronteras. De este modo, el pluralismo y el choque de opiniones contrarias son rasgos inevitables, e incluso favorables de la democracia (Karppinen et al. 2008). Mouffe (2001) es una proponente importante del favorecimiento del pluralismo y un estilo “agnóstico” de democracia. Postula que enfatizar demasiado en el consenso, junto con una aversión hacia las confrontaciones, resulta en apatía y descontento con respecto a la participación política (p. 551). El reto de la política democrática no es eliminar las pasiones de la

esfera pública, sino incorporarlas en el diseño democrático (Karppinen et al. 2008 p. 10). De hecho, la dimensión antagonista nunca puede ser erradicada de 'lo político' y los actores políticos se vuelven impotentes al intentar negar la existencia de tal dimensión (Mouffe, 2001).

El pensamiento liberal ha hecho parecer que las confrontaciones antagonistas y violentas en la esfera política son la falta de control sobre pasiones arcaicas, sin embargo, Mouffe argumenta que una democracia que funciona necesita la confrontación de posiciones democráticas (que también pueden ser pasionales) (2001, p.550). Además, las posiciones e identidades políticas que se forman dentro de la sociedad son el resultado de una subjetividad inevitable, que es parte de la condición humana y las construcciones de poder que se presentan como objetividad social (Mouffe, 2001). En esta línea, las identidades políticas están siempre formuladas como identidades colectivas; la creación de un 'nosotros' está supeditada en la existencia de un 'ellos' (Mouffe, 2001, p. 550). El contraste no necesariamente debe tener un carácter de antagonismo. Sin embargo, siempre cabe la posibilidad de que una demarcación de nosotros/ellos se transforme en amigo/enemigo (Mouffe, 2001). Suele pasar cuando 'el otro' deja de ser percibido como sencillamente diferente, y empieza a ser percibido como una amenaza a la existencia e identidad del grupo (Mouffe, 2001 p. 550).

Las condiciones de las cuales surgen identidades políticas son las mismas condiciones de las cuales surgen la posibilidad de antagonismo, así el antagonismo es una posibilidad constante (Mouffe, 2001). La diferencia entre el antagonismo y el agonismo depende de la presencia de hostilidad. Las discusiones y conflictos son necesarios para la democracia; el consenso establecido sobre las instituciones y valores éticos que constituyen la democracia liberal también fluctúa a medida que su significado e implementación está cuestionado por la ciudadanía (Mouffe, 2011). En una democracia pluralista, este tipo de conflicto permite la identificación política de la ciudadanía (Mouffe, 2001 p. 552). De esta forma, los oponentes políticos son percibidos como adversarios, en vez de enemigos, y se reconocen como legítimos (Karppinen et al. 2008 p. 15). No obstante, la falta de formas de identificación democrática impide las dinámicas agonistas del pluralismo: si las "pasiones" de la ciudadanía no tienen plataforma democrática, se pueden desarrollar en expresiones políticas basadas en identidades esencialistas (Mouffe, 2001 p. 552). Es el caso de las identidades

nacionalistas, religiosas o étnicas que se crean en una esfera política intensificada por las confrontaciones (que pueden ser violentas) sobre valores morales no negociables (Mouffe, 2001 p. 552).

Por lo tanto, la esfera pública está caracterizada por expresiones de solidaridad y diferencia, lo que puede ser corroborado por un modelo de democracia deliberativa como la esfera pública habermasiana, y también por un modelo agonista que prima las pasiones políticas (Karppinen et al. 2008). Sin embargo, existe una falsa dicotomía entre las ideas de Habermas y Mouffe, y gran parte de la literatura ha puesto a ambos autores en conflicto (Dryzek et al. 2006). El pluralismo que amplifica Mouffe (2007) ha sido caracterizado como la antítesis al consenso de Habermas (1997) – tanto como las luchas internas entre los socialistas, marxistas y anarquistas – hay más lo que les une de que les separa. Los dos modelos presentados por estos autores presentan una democracia y esfera pública pluralista donde los actores participan según normas preestablecidas, además Habermas no aceptaría un consenso completo, ni Mouffe un pluralismo sin límites (Karppinen et al. 2008). Las diferencias se deben más al énfasis de las diferentes dimensiones de la democracia que a un contraste fundamental de ideología (Karppinen et al. 2008 p. 16). Los dos modelos promueven una esfera pública, con diversas redes de publicidad y comunicación, donde acontecen varios tipos de comunicación (Karppinen et al. 2008). El metaconsenso posibilita la pluralidad de creencias, valores y preferencias; y el pluralismo está regulado por el metconsenso (Dryzek et al. 2006). Consenso y conflicto coexisten como resultados naturales de la comunicación y la vida política (Karppinen et al. 2008 p. 16). Y el metaconsenso permanece algo provisional y contestable especialmente para las preguntas serias y existenciales sobre identidades colectivas políticas (Dryzek et al. 2006) Es así como las identidades y construcciones en las que dependemos como humanos – instituciones, lenguaje común, tradiciones – pueden ser cuestionadas a través del foro político (Connolly, 1991 citado en Karppinen et al. 2008 p. 17). Así, la democracia dota a la ciudadanía de la capacidad de gobernarse y “debe materializarse” en sus instituciones, facilitando el proceso democrático (Candón-Mena, 2020, p. 27).

## **El mercado libre y otras crisis de la democracia liberal**

La democracia contemporánea, como un sistema representativo que premia el voto y la deliberación de la ciudadanía, está pasando por lo que se llama “la crisis de legitimidad de las modernas democracias” (Candón-Mena, 2020, p. 27). La desconfianza no radica en un deseo de sustituir el modelo representativo, sino profundizarlo o “democratizar la democracia” (Mouffe, 1999 citado en Candón-Mena, 2020, p. 28). La crisis de la democracia moderna ha coincidido con el cambio de rol del Estado y “la crisis del Estado interventor o de bienestar”, o sencillamente “la crisis de legitimidad de Estado”, que se iba configurando a partir de los años ochenta y las décadas anteriores (Bolívar Meza, 2019). A finales del siglo XX, los procesos de globalización estaban en sus inicios, empujados por los intereses privados que querían abrir fronteras y mercados y, sobre todo, que el Estado no se interpusiese en su camino (Bolívar Meza, 2019). El papel de los gobiernos nacionales se seguía reduciendo y la falta de autoridad del Estado se denominó “desgobernación”; el Estado ocupa un puesto de “gestión pública” que está basado en los principios del mercado (Bolívar Meza, 2019, p. 45).

En el contexto contemporáneo de globalización, tanto el mercado libre como el Estado están guiados por “los nuevos valores éticos centrales” basados en “la competitividad y la eficiencia” (Bolívar Meza, 2019 p. 4). “La legitimidad en esta etapa del capitalismo tiene que ver ya no con su concepción clásica, sino con la selección de líderes que garanticen a las nuevas élites detentar el poder, bajo el manto de lo que ahora se considera ‘democracia’” (Habermas, 1973 citado en Bolívar Meza, 2019, p. 46).

En esta línea, la democracia en sí nunca ha sido favorecida por las élites. En los casos en que la ciudadanía elige democráticamente un gobierno que choca con los objetivos de las élites, “las demócratas instrumentales no dudan en impulsar una dictadura funcional que resetee la situación”, por ejemplo, el golpe de Estado para derrocar Allende en Chile (Candón-Mena, 2020, p. 28). Una dictadura temporal cumple la función de aplastar “la voluntad del pueblo”, resultando en un restablecimiento de un proceso supuestamente democrático, que esta vez sí asegurará un resultado favorable para las élites (Candón-Mena, 2020, p. 28). Las intervenciones en la esfera pública que sirven a las élites también ocurren a niveles más sutiles, por ejemplo, por la manipulación del pensamiento colectivo a través de “los mitos sobre el Estado”, que incluyen: “se puede

prescindir del Estado”; “hay una ineficiencia congénita del Estado”; “la culpa es del Estado de bienestar”; “el enemigo son los funcionarios” (Bolívar Meza, 2019, p. 46). Mitos que están de acuerdo con la idea de que “demasiada democracia resulta perversa” (Candón-Mena, 2020, p. 29), y un cuestionamiento constante sobre “las responsabilidades básicas del Estado en una economía de mercado” (Bolívar Meza, 2019, p. 44). Este cuestionamiento, en particular, se ha materializado frente a la expansiva y colosal World Wide Web, que conlleva potencial para la democracia tanto como la manipulación de la opinión pública.

El advenimiento de internet supuso un nuevo marco y esfera pública y en consecuencia, una nueva forma de hacer política y la posibilidad de reformular la democracia (Candón-Mena, 2020; Fuente, 2010). El espacio digital ofrece un escenario para el “activismo y deliberación sobre los asuntos públicos” de la ciudadanía, o lo que se llama la ciberpolítica (Fuente, 2010, p. 146). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) presentaban nuevas posibilidades para facilitar y profundizar a la participación ciudadana, pero también cabía la posibilidad de que se usasen para desbaratar la democracia (Candón-Mena, 2020; Fuente, 2010). Esta dicotomía en el ámbito de la ciberpolítica se desmarca con la ‘ciberdemocracia’ y la ‘hipertecnocracia’, donde la ‘ciberdemocracia’ se refiere a la “profundización democrática” por el uso de TIC, mientras que la ‘hipertecnocracia’ se refiere “más a la persuasión que al debate, a la manipulación unidireccional y de arriba a abajo de la opinión pública más que al diálogo y la expresión libre ciudadana” (Dader et al. 2017 citado en Candón-Mena, 2020 p. 30).

Según Candón-Mena (2020), en la situación actual de la ciberpolítica domina el uso ‘hiper tecnocrático’ de las TIC, es decir, “para la persuasión y el control ciudadano” (p. 30). Podría decirse que internet terminaba con los medios de comunicación; la esfera pública ha sido, de nuevo, reducida y corrompida por intereses privados (Herman et al. 1998). La retórica de las ‘tecnoutopistas’ llena de esperanza la potencialidad de la red para la democracia y la sociedad ha sido suplantada, en líneas generales, por el ‘tecnopesimismo’ (Candón-Mena, 2020, p. 31). El tecnopesimismo describe la forma en que las TIC se han desarrollado de forma “oscura y poco transparente” y los mecanismos del mercado han tenido gran peso en este proceso (Candón-Mena, 2020, p. 32). Los códigos y algoritmos – guiando y gobernando nuestra actividad digital – se han

mantenido “secretos”, permitiendo ciertos fines económicos gracias a la “manipulación” y “explotación” de los datos personales, lo que está en directo contraste con el movimiento del código libre (Stallman, 2004 citado en Candón-Mena, 2020, p. 32).

De esa manera, internet no ha podido desarrollarse de forma autónoma, orgánica ni justa. Los poderes hegemónicos – capitalistas, coloniales, patriarcales y extractivistas – se han (in)materializado en línea; “la utopía no esconde su carácter contradictorio al construirse sobre un sustrato de desigualdad” (Zafra 2015, p. 154). Los códigos ocultos de las grandes plataformas y redes sociales han creado algoritmos hiper inteligentes y a la vez divisivos que están teniendo un efecto tremendo en la esfera pública (De Mesa et al. 2021; Lewandowsky et al. 2017; Zafra, 2016). El antiguo sesgo perpetuado por la institución del periodismo, que difundió una visión del mundo ajustada a la clase alta (McChensey 2013), ha sido suplantado por los algoritmos que “reflejan determinados sesgos y prejuicios” (De Mesa et al. 2021, p. 155).

### **El contenido es adictivo; el discurso es deplorable**

Podría decirse que las redes no están reguladas por las normas de la esfera pública que se establecían a través de leyes y convención a lo largo de la historia— de hecho, las normas se están rompiendo (Lewandowsky et al. 2017). Varios fenómenos que han surgido (exclusiva o especialmente) en la red, por ejemplo ‘la amplificación algorítmica’ o los discursos de odio y las fake news, apuntan a la polarización digital que contrasta con el valor del pluralismo de la democracia deliberativa (De Mesa et al. 2021). Factores que han culminado para crear un sistema informático e informacional que aumenta la polarización de la sociedad. Por un lado, la estructura orgánica de internet es horizontal y agrupada por nodos (contrario a la previa difusión descendente de la información) y, en consecuencia, el internet ha marcado una nueva organización de lo públicos por una división más drástica y polarizada entre ideologías (Waisbord, 2017, p. 1870). Por otro lado, las empresas privadas al mando de las redes sociales han subvertido el flujo de información en sus plataformas por su propio beneficio y son las nuevas (pero indistinguible de las anteriores) elites (Bakir, 2018; Laidler 2019; Zafra, 2016). Nuestra actividad en línea está sometida a una personalización feroz, “algoritmos analizan nuestra huella digital y movimientos por la red, predicen y muestran de manera personalizada, contenidos afines a las conductas de búsqueda” (Sindermann et al. 2020

citado en De Mesa et al. 2021 p. 555), o el ‘capitalismo de vigilancia’. Google fue el pionero, capturando y tratando los datos brutos de la actividad en internet para su venta en los mercados futuros del comportamiento humano (Zuboff citado en Laidler, 2019). Este modelo de negocio de Google ha proliferado por internet en lo que se llama la colonización del internet por las empresas ‘tecnológicas’ y las nuevas élites, cuya mercancía son nuestros datos. Esta nueva mutación del capitalismo mantiene que el mito de la vigilancia de nuestra actividad en línea sea una consecuencia inevitable y natural de las tecnologías digitales (Zuboff citado en Laidler, 2019). El algoritmo ‘*Trending*’, que Facebook introdujo en enero de 2014, es emblemático de estos mecanismos en su función de mostrar a los usuarios, según sus datos, contenidos que Facebook considera pertinentes (Wells et al. 2020). Cada *timeline*, o página de inicio, está optimizado para captar la atención a través de una afirmación de la visión del mundo del usuario, mostrándole contenidos que se ajustan con sus ideas previas y moldeadas por la red (Zafra 2016).

Tendencias similares ocurren en Twitter, en concreto investigadores han demostrado que la calidad del contenido es un factor irrelevante en el éxito o potencial de un tuit de volverse ‘viral’, siendo el tamaño del público junto con la afectividad emocional las dimensiones más relevantes (Weng et al. 2012 citado en Lewandowsky et al. 2017 p. 356). Estas condiciones favorecen las prácticas de comprar seguidores, *likes* y *retweets* junto con criticar de manera constante a los oponentes (De Mesa et al. 2021; Renobell 2019). Además, estas condiciones suponen implicaciones políticas. Por ejemplo, Huszár et al. (2022) compararon los contenidos políticos que aparecían bajo el algoritmo de ‘*Home*’ que personaliza los *timelines* de Twitter (introducido en 2016) con los contenidos que aparecían en orden cronológico inverso, es decir con y sin ‘amplificación algorítmica’. Así observaron que los contenidos políticos que eran más vistos eran más favorecidos por el algoritmo, revelando que los contenidos de partidos de la derecha del espectro político fueron más amplificados que los contenidos políticos de la izquierda por el algoritmo de Twitter (Huszár et al. 2022). Estos resultados tienen implicaciones significativas para nuestra concepción de la esfera pública y, en consecuencia, la democracia. En concreto, las redes sociales se han convertido en una esfera pública donde hay ganadores y perdedores en un debate desigual (Bakir et al. 2018). En este contexto, los ganadores son los actores e ideas que priman en este entorno digital de *trending* y visualizaciones (Zafra, 2016). Es más, estos rasgos están más

alineados con un sistema de políticas identitarias (Mouffe, 2005) ajustados a las condiciones de las redes. Por ejemplo, en Twitter, la comunicación acontece a través de unidades de texto que no superan 280 caracteres, favoreciendo “el cliché y la afectividad sobre la argumentación y la disputa de ideas”, sobre el desarrollo de una racionalización competitiva de las ideas políticas” (Gadea Aiello et al. 2017, p. 49)

Es así, como a medida que nuestra atención se ha convertido en una comodidad codiciada, las redes sociales han facilitado el “crecimiento de la afectividad” en la ciudadanía (De Mesa, 2021 p. 156). El contenido está optimizado para “provocar y estimular” (De Mesa, 2021 p. 156) como, por ejemplo, los argumentos sencillos e impactantes priman en el contexto de las redes sociales (Lewandowsky et al. 2017). Además, esta forma de comunicar anónima, barata y rápida supone un método ideal para difundir contenidos extremistas (Abbasi et al. 2007, p. 282). Ott (2017) afirma que Twitter promueve un discurso sencillo, impetuoso y denigrante que fomenta la farsa y el fanatismo (citado en Lewandowsky et al., 2017, p. 60). La culminación de la afectividad y amplificación algorítmica ha dado origen a grupos, páginas y contenidos en donde circulan discursos chocantes, extremistas y de odio, poniendo en conflicto varios argumentos sobre el rol de las redes sociales que se presentan como ‘apolíticas’ (Carr et al. 2020).

YouTube es otro ejemplo de cómo la propia plataforma facilita un discurso que no se corresponde con los valores democráticos. El algoritmo de YouTube, muestra al usuario nuevos videos en un bucle infinito, generando contenido que supone más del 70% de todo el tiempo que los usuarios pasan en YouTube (Roose, 2019). YouTube funciona con un modelo de negocio que recompensa videos provocativos. Por ejemplo, el algoritmo de YouTube muestra al usuario el mismo tipo de contenido, con el objetivo de aumentar el tiempo del usuario en la página, que suele volverse cada vez más partidista, lo convierte en una introducción “peligrosa” hacia la radicalización (Roose, 2019). Muchos de estos videos combinan elementos de autoayuda con mensajes políticos, por ejemplo, los videos que forman parte de la tendencia de *‘femenazi’* o *‘feminist rekt’*, que tienen una retórica misógina, están dirigidos a hombres jóvenes que se sienten desilusionados dentro de la sociedad moderna (Roose, 2019). En esencia, presentan información partidista o extremista con una afectividad emocional, apariencia

filosófica y estilo personal, de la cual cierto tipo de público es más propenso a aceptar este tipo de mensaje.

Además, estas tendencias han sido reflejados en los discursos políticos online, que investigadores han caracterizado por ser cada vez más ‘incivilidad extrema’ (Lewandowsky et al., 2017, p. 360). Lo cual tiene mayor cabida con las retóricas del populismo de la derecha, que ataca las minorías, los medios críticos y otros elementos de la sociedad democrática (Iosifidis et al. 2020, p. 62). Unos argumentan que internet solo ha “multiplicado las voces” que se pueden debatir, discutir y deliberar en el foro político (Candón-Mena, 2020 p. 12), disolviendo las barreras geográficas para ampliar el debate político (De Mesa et al. 2021). Por ejemplo, Candón-Mena (2020) refuta que “Twitter haya generado una nueva oleada de discursos del odio”, describiendo el fenómeno presente como una “mayor difusión a conversaciones y opiniones que antes se veían restringidas a la barra de un bar” (p. 10). Sin embargo, es importante destacar que las conversaciones que suceden en internet están marcadas por una magnitud sin precedentes gracias a las estructuras de poder (Zafra, 2016).

Ya hemos establecido, que no todos los contenidos del espectro político están valorados iguales por los algoritmos, y las condiciones de las redes favorecen la afectividad y argumentos emocionales y sencillos. Para detenernos en Twitter, varios autores han mostrado que circula contenido que incita el odio de formas explícitas y sutiles a pesar de los ‘Términos de Uso’ de la propia plataforma (De Mesa, 2021; Sanguinetti, 2019). Por ejemplo, un estudio por De Mesa et al. (2021) sobre los tuits de actores políticos publicados sobre un barco de refugiados tratando de atracar en Europa mostró que “los tuits con mayor índice de actividad contienen discursos de odio transversales y juicios heurísticos (atajos mentales)” (p. 167). Estos resultados están en claro contraste con la ‘Política relativa a las conductas de incitación al odio’ de Twitter, en ella se dice que “nuestro compromiso es combatir el abuso motivado por el odio, el prejuicio o la intolerancia, en particular, el abuso cuyo objetivo es silenciar las voces de quienes han sido históricamente marginados” (Twitter, s.f.-a). La política también destaca grupos que pueden ser más vulnerables al abuso en línea, incluyendo mujeres, “personas de color” y “comunidades marginadas e históricamente subrepresentadas” (Twitter, s.f.-a). Sin embargo, investigadores y los medios han revelado que las plataformas han hecho poco para disminuir la circulación de discursos de abuso y de odio hacia ciertos grupos

e individuos (Sanguinetti et al. 2019; Haigh & Haigh, 2020; Castillo de Mesa et al. 2021). Además, en Twitter, la detección y eliminación dependen de informes basados en los usuarios, destacando la falta de controles sistemáticos (Sanguinetti et al. 2019).

Asimismo, varios actores de los medios de comunicación, la academia y el ámbito jurídico han comentado que las grandes plataformas no están haciendo lo suficiente para desincentivar la producción de contenido ofensivo (Hindman et al. 2022; Sanguinetti et al. 2019). En Francia en enero de 2022, Twitter perdió un caso ante el tribunal sobre la eliminación de contenido ofensivo en su plataforma (“Twitter loses”, 2022). El caso se llevó ante el juicio por una coalición de seis organismos antidiscriminatorios, incluyendo SOS Racismo, SOS Homofobia, y la Liga Internacional en Contra del Racismo y Antisemitismo (LICRA). El colectivo denunció que solo una porción del contenido ofensivo fuera eliminada de la plataforma, incluso a pesar de que otros usuarios habían denunciado los contenidos en cuestión (“Twitter loses”, 2022). Este caso es uno de varios que se han llevado ante el juicio en Francia sobre contenidos considerados ofensivos en Twitter, subrayando el ámbito conflictivo en lo cual los legisladores están lidiando el reto de las redes. Es así como el tema de la política digital, y en particular, la necesidad de que las instituciones legislativas y legales encuentren el equilibrio entre la libertad de expresión y la restricción de contenido nocivo se ha convertido en uno de los grandes retos transnacionales de la sociedad moderna.

### **Los políticos tuiteando; el pueblo polarizado**

La relación de los actores políticos con las redes sociales, en particular Twitter, refleja varias contradicciones. Hoy en día, políticas o leyes que pondrían límites a las redes sociales – tal como en términos del discurso que se genera en las redes o a las obligaciones tributarias de las empresas al mando – se han convertido en temas de programas de partidos y temas electorales (Fuchs, 2014; Humprecht, 2019). Sin embargo, los políticos saben que la gran importancia que tiene las redes para la opinión pública es la de crear una personalidad digital a través de un perfil en las redes sociales (Appelbaum, 2019). Por ejemplo, en el caso de Twitter, la creciente importancia de la plataforma en el ámbito político ha creado una cierta “adaptación de los partidos políticos a Twitter”, donde la instrumentalización de la plataforma ha efectuado “la

creación del estilo personal como estrategia para activar la participación política” entre otros mecanismos (Campos-Domínguez, 2017 p. 786). Los primeros usos de Twitter a finales de la década 2000 y a principios de los años 2010 tenía un carácter prometedor para la profundización de la democracia, sin embargo, en los años siguientes ha mostrado los “desafíos que plantea Twitter” (Enli, 2017 citado en Campos-Domínguez, 2017 p. 788). De ahí, Twitter ya encarna la falta de “compromiso cívico” por los actores político, junto con “la subversión de los roles políticos tradicionales por parte de los populistas” (Campos-Domínguez, 2017 p. 786).

Tanto como las condiciones de la red y la comunicación por los actores políticos que se ha formado en este entorno, estamos viviendo un periodo histórico con un alto nivel de polarización. La estructura de internet, horizontal y agrupada por nodos era lo contrario a la previa difusión descendente de la información. Internet marcaba una nueva organización pública; una división más drástica y polarizada entre ideologías (Waisbord, 2017). Investigadores han mostrado que las personas se agrupan en foros y redes sociales según sus opiniones y valores (Morgan, 2018; Tsfati, 2020), o dicho de otra manera, “la homofilia es una característica bien establecida en los foros de conversación en internet” (Valera-Orda et al. 2018, p. 59). Valera-Orda et al. (2018) estudiaron las cuentas de Facebook de partidos políticos durante las elecciones generales en España de 2015 y encontraron una incidencia de homofilia en internet “hasta el punto de que incluso el disenso ideológico hallado en los comentarios de las páginas de Facebook de los partidos responde a sectores radicales del partido titular del perfil” (p. 59). La tendencia de homofilia en línea pone en duda el concepto del ‘mercado libre de las ideas’, donde las ideas compiten hasta que al final la verdad vence (Feldman, 2016 citado en Iosifidis et al. 2020, p. 64). La homofilia limita el intercambio de información y opiniones, y las creencias formadas en entornos con alta homofilia resultan en menos convergencia y consenso (Golub et al. 2012, citado en Brummette et al., 2018, p. 503). Además, la polarización aumenta a medida que se reducen los encuentros fortuitos con opiniones contrarias, lo cual es frecuente en plataformas como Twitter (Campos-Domínguez, 2017; van Aelst et al., 2017). Además, esas agrupaciones en internet – que suceden de forma orgánica, pero sobre todo alentadas por las plataformas mismas – pueden llevar a los individuos a desarrollar visiones políticas más extremas (Brummette et al., 2018, p. 503). En un estudio de Twitter durante las elecciones presidenciales en EE. UU. de 2016, los niveles de homofilia eran más altos

en los partidarios de Trump y de Clinton, comparado con los usuarios que tenían una posición neutral (Caetano et al. 2018). De esta forma, la posibilidad de los usuarios de encontrar opiniones diversas eran limitados.

Igualmente, en el contexto contemporáneo de Twitter prima un estilo de hacer políticas más alienadas con el populismo debido a las condiciones que controlan las redes, y en consecuencia los medios (Iosifidis et al. 2020; van Aelst et al., 2017). En el mundo de las redes sociales y el ciclo de noticias de 24 horas, la personalidad (Chaves-Montero et al. 2017) junto con argumentos sencillos y provocadores llaman la atención (Lewandowsky et al. 2017). El tiempo para deliberar es escaso en el espacio digital donde la información e imágenes fluyen con una velocidad que reduce la posibilidad de pensamiento crítico. El populismo está optimizado para el espacio digital con sus mensajes “emocionales y coléricos” (Oleaque-Moreno, 2020, p. 48), y como consecuencia, posiciones políticas cada vez más extremas (y disfrazadas en personalidades carismáticas) se han infiltrado en los discursos políticos (Esser et al. 2016 citado en van Aelst et al., 2017 p. 12). Cabe mencionar que el populismo en sí no es una doctrina política y existen líderes populistas por todo el espectro político (hablamos sobre el populismo en el Marco Conceptual), sin embargo, Oleaque-Moreno (2020) concluyó que los actores populistas “más a la derecha” han podido “desenvolverse especialmente bien” a través de su uso de Twitter (p. 46). Las elites que siempre han sido dotadas con el poder de “manipular” el enfoque del debate y la opinión pública – entre otras técnicas para debilitar la democracia – ahora manifiestan ese poder en “los populismos”, “las fake news” y la “irracionalidad de los debates en las redes” (Candón-Mena, 2020, p. 7).

A la vez, Candón-Mena (2021) argumenta que el “surgimiento de movimientos, partidos y líderes ciertamente autoritarios, populistas, xenófobos o machistas” apunta a un “contexto previo de profundo descredito de la política y el periodismo, crisis económica, inseguridad social etc... y fenómenos mucho más complejos” y no tanto a las redes sociales en sí que solo dan una “visibilidad” de tales posiciones políticas (p. 6). Pero, por otra parte, investigadores como Iosfidis et al. (2020) y van Aelst et al. (2017) postulan que en este campo emergente falta la necesaria investigación para poder entender plenamente el rol de las redes en la formación del debate político, y la totalidad de esa relación entre las redes y la nueva ola de populismo. Lo que sí se evidencia es la

personalidad como una comodidad política en un ámbito caracterizado por un alto nivel de polarización, donde los actores políticos usan Twitter para “criticar a los críticos”, lanzar confrontaciones personales, e intentar conseguir cobertura mediática (Van-Kessel Casetlein, 2016 citado en Campos-Domínguez, 2017 p. 736). En suma, “los populismos, son siempre los otros” (Candón-Mena 2021, p. 6).

### **El hombre es un animal político**

Se podrá decir, con una cierta exactitud, que todos los políticos aprovechan de la publicidad que ofrecen las redes. Actualizan perfiles, contratan especialistas de las redes y se comunican con frecuencia con las masas, además, gastan miles de euros en publicidad en las redes (Smith et al., 2020, Issenberg, 2012). Hasta cierto punto, los gobiernos (o más los políticos) han sido cómplices en este modelo de negocio de las redes: existe una relación simbiótica entre la vigilancia de la ciudadanía y las estrategias de la comunicación política. Hoy en día, la democracia se ha convertido en una expresión del poder económico y tecnológico, y representa el campo de batalla de las representantes de la clase elitista, donde “las técnicas de manipulación” son “amparadas y legitimadas cuando son las élites hegemónicas las que hacen uso de ellas” (Candón-Mena, 2020 p. 5).

Estas estrategias comerciales y políticas también reflejan las prácticas que se han vuelto aceptadas dentro del contexto de los capitalismo cognitivos y de vigilancia (Candón-Mena, 2020). Las elecciones están ganadas actualmente por convencer ciertas poblaciones, relativamente pequeñas, cuyos votos son clave para el resultado global de una elección (Issenberg, 2012). Esto fue precisamente el caso con la campaña de reelección del presidente Barack Obama en EE. UU en 2012. Después de perder su margen en las elecciones de medio término en 2010, el equipo de Obama intensificó su uso de los datos personales de los votantes— haciendo minería de datos (*datamining*) en Facebook de su público votante para enfocar los esfuerzos de los voluntarios, utilizando perfiles ultrasegmentados de los votantes (*microtargeting*) para dirigirles mensajes ‘personalizados’ (Issenberg, 2012). La campaña de reelección de 2012 supuso una ruptura al utilizar perfiles ultrasegmentados de los votantes, dejando atrás los métodos de modelización de opinión pública del siglo XX que se basaban en la segmentación de votantes basada en factores demográficos como edad, género y localización (Issenberg,

2012). En la eventual elección, el modelo de datos usado por el equipo demócrata predijo que los votos emitidos en favor de Obama en Hamilton County (Ohio) representarían el 57.68%, y el porcentaje final resultó ser 57.16% (Issenberg, 2012). Siendo un margen muy estrecho entre la predicción y el resultado.

La campaña de reelección de Obama fue la primera vez en que se visibilizó la importancia de los científicos de datos y los estadísticos – usando una variedad de técnicas sofisticadas de gestión, captura y tratamiento de datos – en el equipo de campaña electoral (Issenberg, 2012). El uso de la tecnología no solo se enfocaba en cuantificar los potenciales votos sino también para la organización y movilización de voluntarios. El equipo de Obama creó una aplicación donde voluntarios podían descargar recursos, tocar puertas o hacer llamadas y luego informar de su actividad, sin tener que ir en persona a una oficina de campaña (Issenberg, 2012). Su modelo de *microtargeting* permitió que un voluntario llamase a una puerta o hiciera una llamada específica con la ayuda de guiones personalizados, y los datos generados en cada encuentro se tenían en cuenta posteriormente para refinar los modelos (Issenberg, 2012). Además, el capital humano en las campañas de Obama era imprescindible y optimizado de forma innovadora— 2.2 millones de voluntarios movilizados en sus propios barrios a través de una aplicación (Campos-Domínguez, 2017; Issenberg, 2012). Es de este modo que Campos-Domínguez (2017) describe que la elección y subsecuente reelección de Barack Obama en EE. UU. en 2008 y 2012 señaló a los tecnoutopistas “la expansión del empoderamiento y compromiso ciudadano” (p. 788).

La campaña de Obama en 2012 encarnó unos de los contrastes (o contradicciones) que existen en la red y su uso moderno. Por un lado, representó el poder “hegemónico” para llevar a cabo una operación de esa magnitud tecnológica y de influencia (Candón-Mena 2020), mientras que a la vez activó a la ciudadanía que se juntaba para una organización política de base (Issenberg, 2012). Podría decirse que las redes sociales son un espacio “híbrido” que se ha convertido en un escenario donde el poder comercial y hegemónico se desarrolla, pero también donde cabe la presencia del activismo (Campos-Domínguez 2017 p. 786). En concreto, miramos a Twitter.

Investigadores han apuntado a la plataforma Twitter por su papel en organizar y promover movilizaciones de “cambio político inesperados”, por ejemplo, la Primavera

Árabe, el movimiento 15M o *Occupy Wall Street* (Campos-Domínguez, 2017 p. 788). En España, el movimiento 15M coincidió con la llegada de Twitter al país en 2011, y esta plataforma se volvió fundamental para la difusión de información sobre el movimiento, en específico entre personas jóvenes (Álvarez-Peralta, 2018). En esencia, se produjo una sinergia entre el movimiento y la plataforma (Álvarez-Peralta, 2018). Para el Movimiento 15M, Twitter fue un sitio tanto para “convocarse, organizarse y gestionar encuentros en plazas públicas”; la plataforma era importante por la materialización de acciones reales, como por la comunicación digital, “era un espacio que se mostró propicio para visibilizar, en tiempo real, su indignación” (Ramírez 2017, p. 137).

Twitter puede ser considerado como un “espacio agnóstico donde la información, las ideas, los valores y las subjetividades son disputadas entre adversarios (desiguales)”, presentando la posibilidad de alternativas para el escenario del debate político (Rahimi, 2011 citado en Campos-Domínguez, 2017 p. 788). Los espacios digitales ofrecen la oportunidad de aportar modos de “contra-democracia”, que complementan la “legitimación legal” de la democracia mediante acciones e intervenciones fuera de los procesos ordinarios (Rosanvallon, 2006 citado en Candón-Mena, 2020 p. 4). Por ejemplo, la organización de los movimientos como 15M y la Primavera Árabe han ocurrido gracias a las redes (Álvarez-Peralta, 2018). Sin embargo, no solo podemos considerar la potencial de la ‘contra-democracia’ en la red como algo que inherentemente profundizará la democracia— ya hemos visto que no es el caso. Las redes también han sido clave para la organización de movimientos que no están de acuerdo con los valores de la democracia plural. Las manifestaciones en contra de la vacunación contra la COVID-19, el asalto al Capitolio de los Estados Unidos en 2021 o incluso las contramanifestaciones de extremistas durante la movilización de *Black Lives Matter* usaban las redes para activar a la ciudadanía y organizarse (Thomas, 2021). De este modo, Candón-Mena (2020) cuestiona el prisma que usamos para contemplar la instrumentalización de la comunicación digital. Por ejemplo, el uso de datos personales recogidos “de forma ilegítima” por Trump provocó muchas críticas, mientras que “se aplaude” la estrategia de recogida de datos para los mismos fines de la campaña de Obama (Candón-Mena, 2020 p. 5). La precisión de los modelos de datos, combinado con la intención de dirigir “mensajes altamente personalizados especialmente en tono emocional”, conllevan un “riesgo en sí mismo independientemente en manos de quién

se deposita ese enorme poder”, ni siquiera si está hecho por Obama o Trump (Candón-Mena, 2020 p. 5). Se podrían hacer comparaciones similares sobre los varios tipos de activismo que se están empoderando gracias a la red (Thomas, 2021). Cabría preguntarse entonces, ¿Es válido que el fin justifique los medios? Como en el caso de la utilización de redes sociales como medio de campañas electorales.

Las redes sociales ya están controladas e instrumentalizadas por las élites. Encapsulan un “despotismo ilustrado” que favorece “las masas irracionales que ... contaminan el debate y se dejan arrastrar por diversas formas de populismo” (Candón-Mena, 2022, p. 36). En el contexto de internet las “élites que se presentan como legitimadas para manipular a la ciudadanía y moldear sus pasiones y sus miedos” son las que tienen la “racionalidad” de tomar decisiones que no sean “manipuladas por los populismos, que son siempre los otros” (Candón-Mena, 2020 p. 31). En las redes, “la opinión hegemónica de las élites dominantes que reivindican el papel tradicional” ha resultado en el empobrecimiento y “degradación suprema del debate democrático” (Candón-Mena, 2020, p. 31). Al final, el modo persuasivo de usar las redes ha vencido su capacidad deliberativa (Candón-Mena, 2020). “Twitter en su historia como herramienta original para la movilización civil y social no se puede descartar, pero la lógica del mercado parece haber ido destruyendo esa capacidad” (Khosravinik, 2014 citado en Oleaque-Moreno, 2020 p. 47). Los actores políticos han cedido (y aprovechado) esa naturaleza, neoliberal y *laissez faire*, del ámbito digital. Por ejemplo, hoy en día Twitter está caracterizado por un “uso heterodoxo” por los actores políticos que critican de manera constante a sus oponentes y nunca llegan a un “compromiso político” (Campos-Domínguez, 2017 p. 786). Hasta el paisaje mediático ha cambiado en favor de las condiciones establecidas por las redes, reformulando la esfera política y el enfoque mediático en la misma por la amplificación de la influencia de las redes sociales (Iosifidis et al. 2020, p. 66). El uso de Twitter por los actores políticos ha supuesto nuevas implicaciones para la comunicación y las campañas políticas, hacia un estilo más aficionado con las propias condiciones de las redes.

## **#España**

A mediados de la década posterior a 2010, diferentes eventos políticos en España y EE. UU. mostraron el nuevo rol de Twitter en las elecciones y los distintos usos de la

plataforma por los actores políticos. En ese momento, Twitter ya se había convertido en una herramienta electoral notable, ofreciendo una difusión digital para la “propia comunicación” de los actores políticos con su público, los medios y más allá, mostrando “una apariencia de frescura, cercanía y contundencia” (Oleaque-Moreno, 2019 p. 49). En las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 destacó el contraste marcado del uso de Twitter entre los políticos (y países) (Campos-Domínguez, 2017). Mientras que la campaña de la candidata demócrata, Hilary Clinton, encapsulaba la “profesionalización” de las campañas políticas, la campaña de Trump marcaba lo contrario (Campos-Domínguez, 2017). El uso de Twitter por el candidato republicano mostró cómo la plataforma se había transformado en un canal de comunicación de masas (Campos-Domínguez, 2017 p. 788). La campaña de Trump con “un lenguaje vulgar próximo al pueblo y fuera de toda acción políticamente correcta” (Renobell Santarén, 2017, p. 117) o como fue descrito por otros autores “más de aficionado pero auténtico”, suponía “la desprofesionalización e incluso al amateurismo como contratendencia a la comunicación política en Twitter” (Enli, 2017 citado en Campos-Domínguez, 2017 p. 788). En aquel momento Trump tenía más que 32 millones de seguidores en Twitter, mientras que Clinton *solo* llegó a 16 millones; Clinton tenía “muy pocos” tuits publicados a la vez que Trump tenía “una actividad por encima de la media” (Renobell Santarén, 2017, p. 131). A través de su cuenta de Twitter, Trump dominó la cobertura mediática hasta que en cualquier día y en cualquier periódico se podían encontrar análisis sobre los tuits de Trump— su cuenta se convirtió en el “eje principal hacia los medios de comunicación de masas” (Renobell Santarén, 2017, p. 131).

Al otro lado del Atlántico, comparaciones sobre el uso de Twitter por los candidatos en las elecciones generales españolas de diciembre de 2015 y de junio de 2016 también revelaron diferencias (Campos-Domínguez, 2017; Renobell Santarén, 2017). A pesar del uso de Twitter en las elecciones anteriores, la aparición de nuevos contendientes en 2015 y 2016 señalaban por primera vez “la importancia de Twitter como herramienta electoral” en el escenario español (Campos-Domínguez, 2017 p. 789). El presidente Mariano Rajoy, del Partido Popular (PP), usaba Twitter durante su campaña de reelección de forma “muy institucional” y mostraba “un personaje distante y activo”, siguiendo “una programática agenda política fuera de la realidad mediática del momento” (Renobell Santarén, 2017, p. 132) con un tono “principalmente persuasivo”

(Montero Chaves, 2017, p. 15). Su campaña estaba marcada por “debilidades” tanto *offline* como *online*; copiando la estrategia de Obama, Rajoy firmaba los tuits que él escribía con ‘MR’ que en total fueron solo 14 tuits “de los cuales ninguno ha sido una conversación y no han interactuado con otras personas” (Chaves-Montero, 2017, p. 14). El Twitter del candidato del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez, apuntaba a “las llamadas de atención de un candidato de oposición” (Renobell Santarén 2017, p. 132). Renobell Santarén (2017) lo describe como “una cuenta privada sin signos de mediatización ni profesionalización”, interactuando con los medios y respondiendo a “la agenda mediática de actualidad” (p. 132). Pero, por otro lado, Chaves-Montero et al. (2017) dice que el Twitter de Sánchez “principalmente es de autopresentación, abundando también en un exceso de publicidad del candidato, en cuanto a la interacción del candidato esta se limita principalmente a retuitear mensajes de simpatizantes” (p. 16).

El candidato del nuevo partido Podemos, Pablo Iglesias “sabe manejar bien” su presencia en las redes (Chaves-Montero et al. 2017, p. 17) y sobre todo Twitter, que lo usaba como “una marca personal”— hablaba de la política entre “recomendaciones sobre series de ficción” y “situaciones de su vida privada” (Renobell Santarén, 2017, p. 133). Era una cuenta basada en la interacción tanto con usuarios como con los medios; sus interacciones eran “muy comentadas y retuiteadas por multitud de seguidores” (Renobell Santarén, 2017, p. 133). Su tono era globalmente positivo, y solía exponer argumentos y razonamientos que reflejaban su ideología política, aunque antes de la campaña aparecían “descalificaciones” sobre oponentes (Chaves-Montero et al. 2017, p. 18). Albert Rivera, candidato del también nuevo partido Ciudadanos, usaba su cuenta de forma “institucional e ideológica”, reflejando la cuenta oficial y doctrina de su partido (Renobell Santarén, 2017, p. 134). Su Twitter difundía mensajes dirigidos principalmente a los autónomos y pymes, en una comunicación “bidireccional” con aficionados y nunca más que un mensaje, pero globalmente su interacción era limitada (Chaves-Montero et al. 2017, p. 19). Finalmente, en el contexto de este estudio, es importante destacar la ausencia del Vox en la literatura consultada para este Marco Teórico. En los textos de Chaves-Montero et al. (2017) y Renobell Santarén, (2017) sobre el uso de Twitter por Santiago Abascal no entra en sus análisis. Esta ausencia es probablemente debido a la idea común de que el partido era del margen; Vox ganó un

porcentaje minúsculo en las elecciones, 0,2% de los votos (46.638) en junio 2016 comparado de 0,23% en diciembre 2015 (“Resultados Elecciones,” s.f.).

Como mencionamos anteriormente, Twitter cuantifica y premia la popularidad. En el caso político, esto ha resultado en la compra de seguidores o cuentas falsas automatizadas (*bots*) por actores políticos que buscan amplificar su influencia percibida en la plataforma. Por ejemplo, en 2017 investigadores estimaron que el 51% de las 32.7 millones de seguidores de Trump en Twitter (@realDonaldTrump) eran cuentas compradas “de forma poco lícita” (Renobell Santarén, 2017, p. 127). Incluso registraron un caso en que sus seguidores aumentaron en 3.000 en una cuestión de horas (Renobell Santarén, 2017, p. 127). Tendencias similares han sido observadas en Twitter en España. En 2014, el presidente Rajoy fue sujeto de sospecha tras adquirir más de 60.000 seguidores en unos días, muchos de ellos procedentes “del mundo árabe” (Renobell Santarén, 2017, p.128). También, en el mismo año, Iglesias fue criticado cuando en un solo día aumentó sus seguidores a 700.000 y al año después Sánchez fue acusado de recibir ‘likes’ y ‘retweets’ de cuentas falsas (Renobell Santarén, 2017, p. 128). Campos-Domínguez (2017) comenta que “los políticos están más interesados en la difusión de la información que en el debate, de tal forma que permanecen en una burbuja polarizada en su ambiente digital” (p. 789). Entonces el uso heterodoxo de Twitter por los actores políticos no solo es una cuestión de limitar el debate político, sino limitar la esfera pública y, en consecuencia, la democracia.

En las elecciones españolas de abril de 2019, Twitter ya era una herramienta imprescindible para todos los candidatos electorales (Grimaldi 2019; Renobell 2021). Durante la campaña en Twitter, Santiago Abascal (el presidente de Vox) e Iglesias consiguieron la mayor cantidad de interacciones en la plataforma comparada con los otros candidatos a pesar de que sus partidos no recibieron la mayoría de los votos (Renobell, 2021). Este resultado curioso señalaba “una maduración de la presencia online donde un candidato es capaz de movilizar comentarios y retuits pero no acabar de movilizar a su electorado” (Renobell, 2021, p. 298). También esas elecciones revelaron la prevalencia del carácter heterodoxo por los actores políticos en Twitter. Las palabras más usadas de los candidatos presidenciales de Ciudadanos (Rivera) y Partido Popular (Pablo Casado) incluían el nombre de su oponente político ‘Pedro Sánchez’ (Grimaldi, 2019). En particular, Casado dedicó “ingenuamente” una porción “grande” de su tiempo

en criticar a Sánchez, que al final tuvo el efecto contrario de aumentar la popularidad de su adversario (Grimaldi, 2019, p. 49). En suma, Twitter se ha vuelto otra herramienta para la publicidad electoral; los perfiles políticos de Twitter están manejados por plantillas formadas en marketing y publicidad, con el objetivo de persuadir al público y, sobre todo, primar en las condiciones establecidas por las plataformas (Oleaque-Moreno, 2020).

### **Las libertades y la democracia**

Las libertades individuales – como la libertad de expresión, opinión, asociación y asamblea – constituyen los derechos universales (Fuchs, 2014 p. 84). Sin embargo, la desigualdad que está arraigada a las sociedades modernas debilita estos derechos, y en consecuencia, fomenta una concepción desigual de la esfera pública reduciendo la posibilidad de contrapoder (Fuchs, 2014 p. 84). Como mencionamos anteriormente, Habermas era consciente de las limitaciones de la esfera pública burguesa. Por ejemplo, observaba que la libertad de expresión y opinión estaban limitadas debido a la desigualdad en cuanto a la educación y acceso a recursos, y el oligopolio – concentrado en las manos de las grandes organizaciones políticas y económicas – restringía la formación de asambleas y asociaciones (Habermas, 1991 citado en Fuchs, 2014 p. 85). Estas mismas limitaciones están reflejadas en la sociedad actual, por ejemplo, a través del control de las redes sociales por las grandes corporaciones. Estas corporaciones, como Facebook, Twitter y Google, ponen pocas restricciones a los datos y contenidos creados por sus usuarios (prosumidoras), mientras que mantienen sus propias prácticas envueltas en secreto (Candón-Mena, 2021; Fuchs, 2014). No solo mantienen sus algoritmos y códigos secretos (Cándon-Mena, 2020), sino también la información sobre sus finanzas, beneficios e impuestos (Fuchs, 2014 p. 83). La ausencia de presión del gobierno y legislación para equilibrar la balanza de poder entre el usuario y los gigantes de la red está representada en el complejo vigilancia-industrial, que forma parte del complejo militar-industrial (Fuchs, 2014 p. 84).

En el contexto de la Unión Europea (UE), desde 2014 a 2020 el gasto en seguridad se ha doblado, implicando una dirección estratégica hacia un modelo donde representantes privados pueden influir notablemente en el programa investigativo sobre seguridad de la UE (Jones, 2018). De hecho, el beneficio para el sector privado de seguridad ha sido

destacado por la UE en un informe “una industria de la seguridad de la UE competitiva es una condición indispensable para toda política europea de seguridad viable y para el crecimiento económico en general” (Jones, 2018). Entre la investigación financiada por la UE son varios proyectos de “vigilancia de alta tecnología”, incluyendo la detección de contenido terrorista en línea y “el desarrollo de nuevos dispositivos de vigilancia encubierta” (Jones, 2018). Sin embargo, en varios casos la tecnología punta ha tenido prioridad encima de la democracia de conformidad con la doctrina que nunca podrá haber demasiado seguridad (Jones, 2018). Este cambio en la agenda investigativa de la UE sigue la tendencia de la seguridad arraigada en la vigilancia establecida por EE. UU. en la alienación con las grandes empresas tecnológicas que pertenecen al país (McChesney, 2013).

En abril de 2012, el gobierno de EE. UU. aprobó una ley que autoriza el intercambio de información entre empresas tecnológicas y el gobierno (McChesney, 2013). Defensores de la ciber-privacidad describieron la ley como la legislación que está más en contra de las libertades civiles (McChesney, 2013, p. 186). Bajo esta ley, el gobierno puede evitar protecciones de privacidad y espiar cuentas de email, Facebook y Twitter, y filtrar y censurar contenido online (McChesney, 2013, p. 186). Además, el gobierno puede silenciar y castigar alertadores (*whistleblowers*) que publican información confidencial en internet, como Wikileaks, Julian Assange y Edward Snowden (Fuchs, 2014, p. 85). Las empresas tecnológicas apoyaron “agresivamente” y “tácticamente” estas leyes gracias a la inmunidad legal, y los beneficios financieros y estratégicos que ofrecía tal relación con el gobierno (McChesney, 2013 p. 186). Las empresas tecnológicas privatizan y mercantilizan los datos de sus usuarios a la vez que se les otorgan acceso a las agencias gubernamentales, ostensiblemente por razones de seguridad nacional (Fuchs, 2014, p. 86). Los actores poderosos argumentan contradictoriamente que ellos sí deberían tener el poder de vigilar al pueblo, pero los ciudadanos no deberían tener acceso a los datos sobre las actividades del estado, además hacer público tales datos sería una condena (Fuchs, 2014, p. 86).

Según Fuchs (2014), las alianzas formadas entre el gobierno y las empresas tecnológicas muestran la carencia de valores liberales en la sociedad contemporánea, como las libertades de pensamiento, expresión, y la prensa. El complejo vigilancia-industrial de la red constituye una “dialéctica negativa” de la Ilustración, en la que el

poder político-económico niega las libertades de la ciudadanía (Fuchs, 2014, p. 86). Las redes sociales y las instituciones estatales están dotadas con el poder de controlar movimientos (o políticos en internet directamente o por algoritmos (Fuchs, 2014). Pero este poder se acorta dependiendo del contexto.

Movimientos que usan discursos de odio, teorías conspiratorias o lenguaje ofensivo han citado el derecho de la libertad de expresión como establece la primera enmienda en EE. UU (Zaphir & Ellerton, 2021). La lucha por la libertad de expresión, que se inició como parte del movimiento de derechos civiles, ha sido manipulada por movimientos extremistas (Zaphir & Ellerton, 2021) que argumentan una universalidad del derecho kantiano, sin reconocer que para Kant las libertades de uno no podían restringir las libertades del otro (Mateo Pérez, 2015). Varios actores políticos quieren que la crisis de las libertades esté percibida como un ataque a la libertad de expresión, mientras que las condiciones (y colonización) de internet apuntan a una amenaza de la libertad de pensamiento (Candón-Mena, 2020; Fuchs, 2014; Mateo Pérez, 2015). Miembros de la sociedad que “sienten que colaboran de forma libre y espontánea” están sometidos a las agendas de élites con el poder de dirigir y captar la atención (Candón-Mena, 2020 p. 5). Estas élites usan técnicas de “pastoreo” que comparan la actividad digital de las masas como ovejas pastando supuestamente libremente, cuando en realidad son “pastores y perros que guían al dócil rebaño para que nadie se salga del redil” (Candón-Mena, 2020 p. 5). La libertad de pensamiento también está sometida a los intereses de las élites por condiciones como la privatización del conocimiento y el capitalismo cognitivo (Candón-Mena, 2020), las leyes de copyright (McChensey, 2013), y la negación de la prensa en su función de contrapoder (Mateo Pérez, 2015). Mateo Pérez (2015) argumenta que la libertad de expresión tiene que ser el resultado de la libertad de pensamiento, y una no puede existir sin la otra (p. 1027). La democracia depende de la capacidad de la ciudadanía de “abrir la mente a otras realidades diferentes a la de una misma” porque si no, puede caer en la trampa de “la uniformidad, la amnesia y la estupidez, plagas actuales de la democracia de masas” (Mateo Pérez, 2015 p. 1027).

### 3. Marco Conceptual

#### 3.1 Una definición de las fake news

Hoy en día fake news se pueden definir como un término de moda o *buzzword*. ‘Fake news’ es un sinónimo de bulos, mentiras, conspiraciones, negaciones, sensacionalismo y rumores (Bernal-Triviño et al. 2019; Carr, 2020; Humprecht, 2017). También se considera que las fake news operan a partir de una premisa de persuasión, engaño y manipulación— instrumentalizando rumores, prejuicios, estereotipos y miedos (Carr et al. 2020). A pesar sus diferentes definiciones, las fake news tienen en común que suscitan reacciones emocionales y decisiones heurísticas de sus públicos (Carr et al. 2020; De Mesa et al. 2021). Dicho de otra manera: las fake news son un mecanismo para sembrar dudas y nublar la esfera informativa, de forma que el público cuestiona si se puede realmente saber la verdad (Waisbord, 2018). Las fake news también funcionan para desestabilizar la hegemonía informativa, creando escepticismo y desilusión entre los públicos sobre los medios e instituciones tradicionales (Farkas, 2018). Así, las fake news trascienden a la propagación de mentiras, e implican una nueva forma de cuestionarnos cómo podemos definir la verdad en el contexto digital o era de la posverdad.

La era de la posverdad se refiere a la época presente en que la producción de la verdad ya no se produce de forma descendente en colaboración con las instituciones tradicionales del periodismo y publicidad. Gracias a internet, se ha destruido el mito “post ideológico” de la era de la posguerra fría, y las condiciones de la red han permitido a los públicos organizarse según ideologías y factores sociales y económicos (Waisbord, 2018, p. 1870). La verdad, hoy en día, ha adoptado un carácter subjetivo y está dividida según líneas partidistas, incluyendo una división de las estadísticas, los hechos, los expertos y el periodismo (Waisbord, 2018, p.1870). Farkas et al. (2018) define la era de la posverdad como la era de la “hiper-factualidad”, que se caracteriza por la preocupación constante de cómo definimos la verdad, como consecuencia de la relación entre la verdad en sí y proyectos hegemónicos enfrentados (p. 303). Lewandowsky et al., (2017) observan que los valores que mejor reflejan la vida (pos)moderna han suplantado la preocupación de la ciudadanía con la verdad (p. 361). Por ejemplo, la posverdad ha dotado al público del poder de elegir su versión de la

realidad; de promover de las opiniones y sesgos (Lewandowsky et al. 2017). Por lo tanto, en la era presente, las mentiras y bulos no sólo ocurren con más frecuencia, sino que además no existe la misma expectativa de la verdad que antes (Higgins et al. 2016 citado en Tsfaty et al. 2017). Podríamos decir que la erosión de un estándar de verdad ha dejado un cinismo palpable, donde la especulación y el escrutinio público está gobernado por los *likes* y visualizaciones (Zafra, 2015). Dentro del contexto moderno de la posverdad, donde la distinción entre lo digital y lo material es cada vez más difícil de identificar (Zafra, 2015), las fake news presentan un reto complejo para la sociedad y el paisaje informacional actual.

Para profundizar en nuestro entendimiento sobre las fake news adoptaremos una aproximación taxonómica. Las fake news y la desinformación se utilizan como sinónimos en este estudio para referirnos a información falsa difundida intencionalmente por actores con varios objetivos (Haigh & Haigh, 2020; Farkas et al. 2018; Morgan 2018). Existe amplia aceptación que la misinformación se diferencia de la desinformación en su falta de intencionalidad, es decir, la misinformación es información que es inadvertidamente falsa y difundida sin saber que es errónea (Haigh & Haigh, 2020). El término ‘fake news’ popularizó rápidamente tras la elección presidencial de Trump en 2016, y desde entonces hemos observado un uso intercambiable de ‘fake news’ y ‘desinformación’ (Morgan, 2018). El diccionario inglés Collins nombró ‘fake news’ la palabra del año de 2017, y la definió como “información falsa y a menudo sensacional, que está diseminada bajo la guisa de reportaje de noticias” (Flood, 2017). Esta definición tiene un alcance grande, capturando varios tipos de información (Flood, 2017). Por otra parte, Lazer et al. (2018) definen fake news como “información fabricada que imita contenido de los medios de comunicación en su forma, pero no en su proceso organizacional ni intención”. La definición de Lazer et al. (2018) contraste con otras definiciones prácticas de varios autores mencionados anteriormente (Bernal-Triviño et al. 2019; Carr, 2020; De Mesa et al. 2021; Humprecht, 2017), y simplifica la complejidad del paisaje mediático y los hábitos actuales de los consumidores de noticias (van Aelst et al. 2017). Por ejemplo, más de la mitad de los estadounidenses reciben sus noticias por las redes sociales (Gottfried et al. 2016 citado en Humprecht, 2017) y España es el país europeo que más utiliza WhatsApp para recibir noticias (Palomo & Sedano, 2018). Las conversaciones en redes sociales son una puerta de acceso a noticias. En esta línea, observando las fake news y desinformación como

sinónimos – en vez de uno siendo el resultado del otro – podemos conceptualizar el contexto donde acontecen estos fenómenos. Así, cuando Lazer et al. (2018) hablan de la desinformación como “la información falsa que está difundida a propósito para engañar personas” (p. 1094), sabemos que esta difusión acontece en un paisaje mediático de varios actores tras numerosas plataformas donde uno puede elegir (o los algoritmos eligen por ti) qué constituye exactamente ‘noticias’ (van Aelst et al. 2017). La dificultad de separar ‘la información’ de ‘las noticias’ en el paisaje mediático puede ser ejemplificado mediante la plataforma Twitter. Este sitio de microblogging se autopromociona como un sitio que publica las últimas noticias (Small, 2017). Sin embargo, Twitter constituye un ámbito digital donde periodistas ganadores del premio Pulitzer difunden información al lado de extremistas (Lewandowsky et al. 2017). Esta coexistencia cuestiona la legitimidad que ofrecer la plataforma (Rufai & Bunce, 2020).

En concreto, durante el comienzo de la pandemia COVID-19 hemos podido observar cómo los políticos de varios países han difundido asesoramiento sanitario a través de sus cuentas oficiales de Twitter, usando el medio como una fuente de información gubernamental y últimas noticias sobre la pandemia (Rufai & Bunce, 2020). La plataforma ha sido y es importante para mantener a la ciudadanía informada sobre el nuevo virus (Rufai & Bunce, 2020). En su estudio, Rufai & Bunce (2020) estudiaron las cuentas de políticos ‘verificadas’ por Twitter. Las ‘insignias azules’ de ‘verificación’ suponen un nivel de autoridad y protección contra la imitación por cuentas malignas (Twitter, s.f.-b). Cabe mencionar, que la verificación no depende de la naturaleza del contenido que publica la cuenta en cuestión, sino que puede ser conseguida cumpliendo otros requisitos como haber recibido una amplia cobertura mediática, a través del “conteo de seguidores o menciones” o si por ejemplo el autor aparece en un artículo de *Wikipedia* o referencias similares (Twitter, s.f.-b). De esta manera, otros políticos difundían información errónea sobre la vacuna contra el COVID-19 desde sus cuentas verificadas de Twitter (Doran, 2022). Esto demuestra que en Twitter coexiste información veraz y errónea, y muestran que ambos tienen acceso a los mismos métodos y medios de diseminación. Así podemos decir que las fake news son insidiosas— penetrando varios ámbitos, instrumentalizando diferentes actores, y se hacen pasar por legítimas. Un componente importante de las fake news es su aspecto transnacional (Carr et al. 2020): narrativas falsas van reciclándose por diferentes países y continentes. Esto lo hemos podido observar desde el alcance mundial de las teorías

conspiratorias, por ejemplo, las de Qanon, COVID-19 y 5G, que van aumentando en tiempos de crisis (Lewandowski et al., 2017, p. 355).

De la misma manera en que democracia y comunicación se entienden mejor como procesos, podemos aplicar una lente similar sobre las fake news. Haigh & Haigh, (2020) argumentan que las fake news se definen de forma más precisa a través de su proceso de producción y difusión. Éste involucra tres pasos: comprobar los hechos y fuentes; inferir sobre el proceso del autor; e inferir sobre las intenciones del autor (Haigh & Haigh, 2020, p. 306). La ‘intención’ puede analizarse desde el punto de vista de los diferentes tipos y autores de las fake news. En primer lugar, los creadores de fake news están principalmente motivados por razones políticas o económicas (Iosifidis et al. 2020). Existe una amplia gama de actores que llevan a cabo operaciones de desinformación y fake news con motivos políticos. Por ejemplo, las fake news pueden ser instrumentalizado por un gobierno que emplea funcionarios que operan dentro del mismo gobierno o coordina con empresas privadas o incluso equipos de voluntariados de la ciudadanía (Bradshaw & Howard, 2017). Estas mismas practicas también pueden ser llevadas a cabo por partidos políticos y estados extranjeros (Bradshaw & Howard, 2017). En varios casos, estados han desplegado operaciones de desinformación dirigidos a públicos extranjeros, con el objetivo de desestabilizar y manipular públicos ajenos (Bradshaw & Howard, 2017). La intención en estos casos es manipular la opinión pública con el finde obtener los resultados políticos deseados por los actores en cuestión (Morgan, 2018). Por otra parte, hay actores que diseminan fake news con el objetivo de ganar dinero. Gracias al mercado de publicidad digital, las páginas web puedan sacar beneficios vendiendo su espacio publicitario a empresas intermediarias, o redes publicitarias de terceros, que actúan como un vínculo entre la empresa que quiere anunciarse y las páginas webs (Bakir et al. 2018). Este modelo ha dado como resultado que marcas como Honda, Thomson Reuters, Halifax, Argos y Disney hayan aparecido en páginas con contenido que promueve el Estado Islámico (ISIS) o grupos neonazis (Bakir et al. 2018, p. 168). Hay una amplia evidencia que respalda que cada vez actores utilizan fake news, teorías conspiratorias y contenido extremista en sus páginas webs con motivos económicos, porque es un contenido optimizado para suscitar emociones y ganar clics que atrae visitantes (Bakir et al. 2018).

Para ilustrar las fake news, utilizaremos eventos políticos en España y EE. UU mirando también la diferencia entre los motivos de sus autores. En el año 2003 en EE. UU., el

mito de las armas de destrucción masiva en Irak perpetrado por el gobierno estadounidense y repetido por los medios de comunicación se puede entender como desinformación promovida por parte del estado y la difusión de misinformación por parte de los medios debido a la falta de rigor periodístico (Carr et al. 2020). A medida que la invasión de Irak se llevaba a cabo por EE. UU y sus aliados (como España), justificada por la supuesta existencia de armas de destrucción masiva, el gobierno español intentaba distanciarse de su participación en la guerra (Carr et al. 2020). Después del ataque terrorista en Madrid del 11 de marzo 2004, el gobierno del PP atribuyó el atentado al ETA, aunque sabía que el autor era Al-Queda (Carr et al 2020). La difusión de aquella narrativa por los medios mostraba un efecto parecido de lo que ocurrió en EE. UU— una campaña de desinformación apoyada inadvertidamente por los medios de comunicación (Carr et al. 2020). Estos ejemplos de desinformación, aunque en su momento no los llamamos ‘fake news’ ni desinformación, ocurrieron durante un momento histórico en el cual las redes sociales aun no tenían tanta penetración en la ciudadanía. A partir de entonces, como hemos podido observar, el paisaje informacional se ha vuelto más caótico y complejo (Humprecht, 2017; Waisbord, 2018).

En tiempos más recientes, la forma en que adquirimos información ha cambiado significativamente, en particular por la extensiva aceptación de las redes sociales. En 2016, durante las elecciones presidenciales de EE. UU., las ‘fake news’ y ‘desinformación’ ya eran conceptos muy conocidos. Durante las campañas electorales estadounidenses, cientos de páginas webs de fake news con contenido en favor de Trump aparecieron en la red con nombres como *USADailyPolitics.com*, *TrumpNews.co*, *USConservativeToday.com* y *WorldPolitics.com* (Kshetri & Voas, 2017; Wells et al. 2019). Un ejemplo es un artículo titulado “El Papa Francisco Apoya a Donald Trump” (Tandoc et al. 2018). La mayoría de las páginas se originaron en la ciudad de Vele donde adolescentes macedonios estaban ganando hasta miles de euros a la semana en ingresos publicitarios gracias al tráfico en sus páginas webs (Wells et al. 2019). En este caso, los jóvenes entrevistados dijeron que su motivación era puramente económica, comentando que el contenido orientado a la izquierda no obtenía el mismo tráfico digital (y beneficio económico) que el contenido dirigido a los partidarios de Trump (Bakir et al. 2018, p. 168).

Durante las elecciones europeas en España en 2014 también había varios casos de fake news con motivos políticos. La erupción del nuevo partido Podemos en el escenario político español tras la movilización del 15M estaba demostrando la disposición favorable de la ciudadanía hacia un nuevo actor político que culminó en el partido ganando 8% del voto en las elecciones europeas (European Parliament, 2014 citado en Carr et al. 2017). La popularidad de este relativamente nuevo partido resultó en una campaña de desinformación por parte de los medios de comunicación que se empeñó en desacreditar a Podemos y reducir su impacto en el escenario político del país (Sampedro, 2015 citado en Carr et al. 2020). Las fake news difundidas por medios como *OKDiario* y *El Mundo* sobre el partido incluía temas como la evasión fiscal, colaboración con Irán, y conexiones con el presidente Hugo Chávez de Venezuela y ETA (Carr et al. 2020). Aunque se podría argumentar que existiesen motivos económicos de parte de los periódicos que diseminaban estas fake news – bajo el capitalismo es difícil destacar los objetivos que no tengan ningún fin económico – su intención era de desacreditar Podemos (Carr et al. 2020). En contraste con las fake news sobre Trump, las fake news sobre Podemos acontecieron dentro de la institución del periodismo español<sup>1</sup> con una motivación política.

Aunque los casos de fake news mencionados son muy conocidos y tuvieron una gran repercusión mediática, las fake news generalmente ocurren en rincones oscuros de internet entre públicos comparativamente pequeños, pero con gran actividad (Morgan, 2018). Cada vez más aparecen nuevas plataformas alternativas con menos medidas de moderación como Rumble (parecido a YouTube) y Gettr (parecido a Twitter) que facilitan aún más la proliferación de las fake news (Abbasi, 2007). Tanto en las plataformas alternativas como en las redes populares, las fake news son cultivadas por ciertas agrupaciones ideológicas que van creando más división y menor tolerancia a ideas que no son de la misma esfera epistemológica (Van Aelst, 2017, p. 15). Las fake news suelen ser difundidas por públicos selectivos, en “guetos cibernéticos” de internet

---

<sup>1</sup> Un estudio por Pineda et al. (2013) sobre la prensa digital española reveló que mientras ciertos periódicos digitales intentan proyectar una imagen de neutralidad, en realidad ofrecen una actitud más “generosa” hacia la extrema derecha comparado con la izquierda (p. 570). Estas investigadoras postulan que el razonamiento detrás de esta observación podría estar relacionado con factores económicos, y que la proliferación de periódicos digitales de la derecha y ultraderecha representan proyectos ideológicos de páginas webs para atraer inversoras (Pineda et al. 2013, p. 570). A la vez, los vínculos tradicionales entre periodistas y actores políticos podrían señalar que la prensa conservadora podría tener más acceso a fuentes de financiación, por ejemplo, a través de una mejor conexión entre las políticas de derechas y los sectores económicos y financieros (Pineda et al. 2013, p. 570).

o “cámaras de eco” (Lewandowsky et al., 2012, p. 360). Es en estos espacios digitales donde las fake news crecen y se difunden. Un estudio de Twitter reveló que 0,1% de los usuarios eran responsables del 80% de las fake news difundidas en la plataforma (Grinberg et al. 2019 citado en Tsfati, 2020, p.165), y que solo entre el 1 y el 10% de la población experimenta exposición directa a las fuentes originales de fake news (Tsfati, 2020, p. 166). Además, la homofilia presente en internet está siendo instrumentalizada por actores políticos para probar mensajes y estrategias en foros como 4Chan, 8Chan<sup>2</sup> y Discord<sup>3</sup>, junto con las redes sociales (Morgan, 2018). Por ejemplo, en las elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016, las fake news sobre la salud de Clinton y la teoría conspiratoria ‘Pizzagate’, que relacionada a la familia Clinton en una trama de pedofilia, se originaron en la página web 4Chan (Morgan, 2018; Haigh & Haigh, 2020). Cabe mencionar que surgen dudas sobre si la intención original de estos ejemplos es el *trolling* o propaganda (Haigh & Haigh, 2020 p. 2). De todas formas, en las páginas 4Chan, 8Chan y Discord, que tiene una interfaz de tablón de mensajes, las *trolls*, que buscan caos y diversión (*lulz*), convergen con actores políticos con agendas propias (Morgan, 2018). Así, la difusión de fake news puede radicar en procesos y fenómenos tecnológicos (como el *trolling* y *lulz*) y también actores políticos (Iosifidis et al. 2020, p. 63).

Asimismo, las ideas o noticias que salen de páginas poco conocidas también dependen de los algoritmos que enganchan y radicalizan sus públicos, rasgos de la colonización de internet que mencionamos en el Marco Teórico. La jerarquía de la información en las redes sociales funciona según la cantidad de visualizaciones; y cuanto más visto es algo, más crece y circula (Zafra, 2015). Entonces, enlaces para páginas o posts de fake news son aptos para este tipo de circulación por sus contenidos contraintuitivos, negativos y emocionales (Bakir & McStay, 2018 citado en Tsfati, 2020, p. 360). Y gracias a la

---

<sup>2</sup> 4chan y 8chan son páginas webs donde usuarios suben texto e imágenes para que otros usuarios interactúen con sus posts por comentarios (parecido a la página Reddit). Los posts suelen ser organizados bajo una lista de categorías predefinidas, pero también se puede subir sin categorización. 4chan está disponible por Google y navegadores de web comunes. La página 8chan, debido al contenido ilegal (videos de fusilamientos masivos, pornografía infantil y contenido neo-nazi) que circula, solo es accesible en el ‘dark web’, significando que hay que usar un navegador web alternativo y no se puede accederlo a través de páginas como Google.

<sup>3</sup> Discord es una herramienta de comunicación en línea creado inicialmente para que jugadores de video juegos pudiesen comunicarse mientras jugaban. Tiene una función parecida al Skype, sin embargo, usuarios pueden pertenecer a ciertas conversaciones que están organizados por tema.

necesidad de inmediatez de los medios digitales, las fake news han proliferado por las plataformas (Bakir et al. 2017). Además, su producción y rápida difusión está siendo facilitada por una tecnología cada vez más sofisticada, como *bots* y *deepfakes* (Smith et al., 2020, p. 4). Los *deepfakes* son contenidos visuales o audiovisuales que han sido fabricados o manipulados usando tecnología de aprendizaje automática e inteligencia artificial. Un video *deepfake* de un discurso de concesión de Trump después de perder las elecciones presidenciales en 2020 fue ampliamente compartido por los medios de comunicación, incluyendo Reuters, Fox News y CNN (“Fact check: Donald Trump,” 2021). Sin embargo, Trump verificó por su propia cuenta de Twitter que el video era un *deepfake* (“Fact check: Donald Trump,” 2021). Mientras que los *deepfakes* son cada vez más sofisticados y difíciles de distinguir, los *bots* pueden ser sencillos en su ejecución, y pueden influir conversaciones, desmovilizar la oposición y generar apoyo falso (Howard et al. 2017 citado en Molina et al. 2021). Por ejemplo, durante la campaña de Brexit, la mayoría de los *bots* identificados en Twitter estaban diseñados para alterar conversaciones: aumentando *likes* y *follows*, compartiendo enlaces, aparejando las tendencias, y *trolling* tuits con ideas opuestas (Woolley, 2020). Su táctica era silenciar conversaciones y desmovilizar ciertos *hashtags* (etiquetas) a través de spam y ruido (Woolley, 2020). Además, estas operaciones están diseñadas para saturar el debate público y crear ruido obstaculizando el discurso racional, y causando confusión alrededor del objeto de debate (Molina et al. 2021).

Por último, las fake news pueden ser utilizadas como un arma política para deslegitimar a los oponentes y los medios de comunicación. De este modo, las fake news plantean cuestiones sobre la hegemonía de la información y los actores dotados con el poder de decidir la verdad (Farkas et al., 2018). Un ejemplo puede observarse en el transcurso de las elecciones presidenciales en EE. UU. de 2016, cuando Donald Trump utilizó el término con el propósito de desacreditar el debate público (Farkas et al., 2018, p. 306). Así, el término fake news puede que ser un *floating signifier* (Farkas et al., 2018, p. 303), es decir, es difícil dotar de una única y precisa significación al mismo. Por esta razón, la Comisión Europea desaconsejó el uso del término ‘fake news’ al constituir un “concepto engañoso” ejercido por políticos a “medios críticos que daban información veraz”, y sugirió el uso de la palabra ‘desinformación’ (Comisión Europea, 2018b citado en Bernal-Triviño et al. 2019, p. 2).

## **Cómo interactuamos con las fake news**

Para concluir nuestra definición y exploración de las fake news, es importante observar cómo la gente interactúa con las fake news, la desinformación y la misinformación. Una cuestión preocupante en relación con las fake news es que, por lo general, las personas consideran que la información “que coincide con sus creencias previas es más creíble y fiable” (Bode et al. 2015, citado en Molina et al. 2021). En relación con esto, Hochschild et al. (2015) han clasificado los públicos en relación con las fake news en cuatro categorías: informada activamente; informada inactivamente; desinformada activamente; y desinformada inactivamente (citado en Flynn et al., 2017, p. 130). Las personas dentro de la categoría de “desinformada activamente”, se refieren a individuos que se involucran activamente con las fake news y la desinformación, por ejemplo, buscando noticias en sitios web de fake news o en las cuentas de redes sociales de actores que difunden fake news. Flynn et al. (2017) describe que el proceso de adquirir información de este grupo está sometido al ‘razonamiento motivado orientado a objetivos’ que suele estar basado en las reacciones emocionales, y está en contraste con el ‘razonamiento motivado orientado a la precisión’. Es un fenómeno que se da desde un escenario político mayormente polarizado, y que pertenece a la identidad de la persona, de forma que cuando un dato amenaza su identidad o visión del mundo ésta podría intentar resistirlo (Flynn et al. 2017). De este modo, el razonamiento motivado orientado a objetivos puede ocurrir con más frecuencia en personas con un mayor conocimiento de la política, que pueden rápidamente aceptar o descartar información para corroborar sus preferencias en esta materia (Flynn et al. 2017). Incluso, el ‘efecto de la influencia continuada’ sugiere que la creencia de las fake news podría incrementar cuando su visión del mundo se siente amenazada (Lewandowsky et al., 2017).

Un estudio en EE. UU. desveló que cuando votantes republicanos descubrieron que no había armas de destrucción masiva en Irak inmediatamente antes de la invasión de 2003, sus creencias erróneas sobre la existencia de estas podían volverse aún más fuertes (Nyhan et al. 2010, citado en Lewandowsky et al. 2017, p.355). Interesantemente, investigadores han asociado razonamiento motivado orientado a objetivos con conservadurismo político (Jost et al., 2013, p.351). Jost et al. (2013) descubrieron un vínculo entre votantes conservadores y una menor preocupación por la rigurosidad de la información (Jost et al. 2003, p. 340). También encontraron una mayor frecuencia del

‘efecto de contragolpe’ en personas políticamente conservadoras, lo que resulta en un fortalecimiento de la percepción errónea tras la corrección de la desinformación (Nyhan et al. 2013 citado en Flynn et al. 2017, p. 137). El efecto de contragolpe es aún más pronunciado en casos donde hay una confluencia entre la desinformación y discursos de teorías conspiratorias, facilitando una negación más fácil de información incongruente con la visión del mundo de uno (Lewandowsky et al. 2017, p. 355). Además, mientras que la comprobación de la veracidad de las fake news puede desacreditar a éstas, su alcance y efectividad es limitado. El contraste de fake news requiere incidir en las mismas noticias lo que puede aumentar su alcance, y ha sido demostrado que el *fact-checking* no suele llegar a los públicos que han sido influido por las fake news en primer lugar (Lewandowsky et al. 2012 citado en Tsfati et al. 2020).

### 3.2 Nacionalismo

La definición y desarrollo del concepto de las fake news nos ofrece una herramienta para explorar otro fenómeno que está ocurriendo simultáneamente: el aumento por todo el mundo de los partidos políticos de ultraderecha que apoyan una doctrina nacionalista. Desde Modi en India, a Bolsonaro en Brasil, Trump en EE. UU., y Erdoğan en Turquía. En España, la respuesta a esta inclinación mundial hacia la ultraderecha ha sido el ascenso del partido político Vox en la arena política de España. La corriente global de la política de la ultraderecha tiene en común varios elementos. Está caracterizado por un liderazgo descendente y autoritario; tiene un esquema de amigo/enemigo para usar minorías y oponentes políticos como chivo expiatorio; promueve el nacionalismo y nativismo del país; y, propone una política de orden público basado en el militarismo y patriarcado<sup>4</sup> (Fuchs, 2020, p. 3). El nacionalismo en el contexto de la ultraderecha presenta un nativismo del territorio en la forma de una identidad de ‘nosotros’ en contra de los ‘enemigos’, es decir, los forasteros (otros países, inmigrantes, refugiados) que son presentados como intrusos, extraterrestres, parásitos, criminales, terroristas, ilegales e infrahumanos (Fuchs, 2020, p.23). Se caracteriza a las personas que llegan al país por

---

<sup>4</sup> El nacionalismo puede entenderse como un sistema de género, por el que los hombres están vinculados al Estado-nación y se les otorga un estatus "activo" en el país, convirtiéndose en soldados en el caso de que necesiten defender la "patria" (Yuval-Davis, 2003).

necesidad como un grupo singular y deficiente, ignorando sus derechos, y los orígenes y el contexto para los que están buscando asilo (Carr, 2019, p. 51). Entonces, ¿por qué el nacionalismo se ha puesto tan de moda últimamente? Como señala irónicamente Knight (1997), no es el resultado de “los grandes avances intelectuales que han hecho sus alumnos”, sino la culminación de muchos factores (p. 4).

Fuchs (2020) señala que la crisis económica, política e ideológica del capitalismo neoliberal y global ha fortalecido el nacionalismo y los movimientos, partidos y líderes autoritarios de la derecha. Por ejemplo, en EE. UU. críticos del neoliberalismo lo han vinculado a un proyecto moral de la derecha que mezcla discursos moralistas como de cristianismo y valores familiares con el nacionalismo (cultural) (Crouch, 2017). El nacionalismo intenta promover una nueva base de solidaridad mientras que el neoliberalismo quita los aspectos tradicionales de la solidaridad social de la sociedad (Crouch, 2017). En Europa, la crisis económica ha empeorado debido al enfoque de la Unión Europea en las políticas de mercado neoliberal, que ha dejado desprevenidos a los países frente a la crisis de refugiados (Fuchs, 2020, p. 159). Además, la falta de solidaridad social entre países europeos ha fomentado el aumento de los sentimientos nacionalistas y xenófobos en contra de los refugiados, lo que Fuchs (2020) llama el aumento del capitalismo autoritario (p. 159). Este tipo de economía política capitalista supone que los principios del autoritarismo de la derecha – como el nacionalismo, el esquema de ‘amigo vs enemigo’, y un liderazgo autoritario – son utilizados hasta cierto punto para ejercer intereses capitalistas (Fuchs, 2017). Bajo el capitalismo autoritario, el nacionalismo está practicado como una ideología política incluida en la legislación para distraer la atención de la ciudadanía de las contradicciones del sistema de clase que promueve el capitalismo (Fuchs, 2017).

La anterior definición de nacionalismo podría considerarse excesivamente simplista en el contexto de los movimientos políticos modernos, especialmente en un mundo poscolonial en el que se han formado recientemente los Estados nación y el nacionalismo se ha entrelazado con la construcción del Estado para las democracias emergentes. En el contexto de este estudio, mantendremos nuestra definición de nacionalismo centrada principalmente en las manifestaciones de nacionalismo cultural o étnico en los países que ejercen el poder geopolítico en el ámbito internacional, como Estados Unidos y España. De este modo, entendemos que el nacionalismo cultural es un

fenómeno que continúa mucho después del establecimiento del Estado nación (Taylor Woods, 2013). También reconocemos los puntos de vista contradictorios que existen respecto al tema. Por ejemplo, algunos sostienen que el nacionalismo cultural implica una “obsesión con el carácter único de una nación” a través de “mitos, símbolos, recuerdos y valores” que “a menudo se extiende hacia atrás en la era premoderna” - también puede informar el enfoque de una nación a la modernización (Taylor Woods, 2013). Mientras que, por otro lado, hay argumentos que plantean el nacionalismo cultural como una “ideología antiilustrada” que contrasta con las realidades modernas, como el multiculturalismo y la globalización (Taylor Woods, 2013, p. 3). Esta segunda noción también entiende el nacionalismo cultural como un proyecto “totalmente moderno” ideado por las élites y vendido a las masas (Taylor Woods, 2013, p. 4). Este segundo encuadre del nacionalismo cultural coincide con la comprensión de Fuchs (2017) del nacionalismo, como la creación de un grupo interno y externo para el beneficio político de ciertos actores. En su ensayo ‘*Authoritarian Capitalism, Authoritarian Movements, Authoritarian Communication*’ (capitalismo autoritario, movimientos autoritarios, comunicación autoritaria), Fuchs (2017) observa que la adopción del nacionalismo prevalece entre aquellos que se sienten “políticamente ansiosos y privados de derechos”, y se pregunta cómo puede la izquierda política movilizar a esta parte de la sociedad para obtener un resultado más productivo para sus luchas y problemas. (p. 10) Sostiene que los prejuicios hacia las minorías son difíciles de rebatir, especialmente refiriéndose a “argumentos racionales o datos estadísticos”, en cambio estas creencias se basan en emociones de “esperanzas y temores que son el material psicológico de la política de la posverdad” (Fuchs, 2017, p. 10). Sugiere que el “odio a los inmigrantes y a los extranjeros” debe transformarse en una conciencia y “odio al capitalismo y a la desigualdad” (Fuchs, 2017, p. 10).

Mientras que la posición de Fuchs nos ayuda a entender el nacionalismo en relación con el capitalismo, Viroli (1995), quien dos décadas antes sugería que la identidad era la nueva frontera para los marxistas (en lugar de la clase), se centra en las diferencias entre nacionalismo y patriotismo (citado en Knight, 1997). Viroli (1995) ve el patriotismo como una extensión de una esfera pública habermasiana que apoya el cambio a través de principios imperecederos, como el “amor a la libertad común”, que no se extiende sólo a los compatriotas sino a la humanidad en su conjunto (citado en Knight, 1997). También utiliza el “republicanismo” como forma de describir este tipo de patriotismo,

defendiendo la lealtad a una cooperación entre estados cívicos, en lugar de la afinidad a una única comunidad cívica (Viroli, 1995 citado en Knight, 1997). De este modo, el nacionalismo promueve el amor por la singularidad y el deseo de preservarla mediante la homogeneidad y la resistencia a la mezcla de razas, culturas y religiones (Viroli, 1995 citado en Knight, 1997). Además, Knight (1997) sostiene que el nacionalismo no se plantea cuestiones normativas, sino que se postula como una propuesta basada en hechos y neutral. Para el filósofo italiano Norberto Bobbio, que sirvió de inspiración a Viroli, una importante pregunta normativa se basa en la igualdad: ¿no somos todos iguales? (2014). Sin embargo, para los defensores del nacionalismo, este cuestionamiento normativo está ausente o más bien es una parte aceptada del orden jerárquico que su ideología apoya (Bobbio, 2014). Por último, es importante mencionar que los estados modernos y liberales no son sólo comunidades construidas sobre una identidad imaginada compartida, ni tampoco son sólo estados burocráticos, aunque una comunidad es más propensa a sucumbir a la naturaleza del estado burocrático debido a la expansión del capitalismo de mercado (Knight, 1997, p. 177). El hecho de que la legitimación del Estado moderno combine el nacionalismo y el universalismo, que incluye la “identificación patriótica popular”, refleja la propia incoherencia de esta legitimidad, haciendo del Estado moderno una entidad confusa y contradictoria (Knight, 1997).

### **3.2.1. Islamofobia**

El miedo, el odio o los prejuicios contra el islam y los musulmanes son cada vez más relevantes en las conversaciones sobre el nacionalismo cultural. Como mencionamos anteriormente, el nacionalismo desea preservar una identidad imaginada e histórica de un Estado nación, y la preservación de esta identidad imaginada a menudo se basa en la resistencia de las amenazas percibidas, como otras culturas, religiones o razas (Knight, 1997; Taylor Woods, 2013). Por lo tanto, utilizando la lente del nacionalismo, los inmigrantes pueden ser vistos como una fuerza que debilita la identidad de una nación (Fuchs, 2020). De este modo, el odio hacia los inmigrantes, o más bien el miedo y la sensación de amenaza, a menudo se ha dirigido particularmente hacia los inmigrantes musulmanes. Si bien esto ocurre a nivel local e individual, también puede percibirse en las medidas adoptadas por los Estados nación, especialmente en forma de una aplicación más estricta del nacionalismo liberal (Spektorowski, 2014). Esta variante del

nacionalismo se mantiene firme en su creencia en el laicismo occidental, y se manifiesta en la infracción de las prácticas religiosas (Spektorowski, 2014). Un estudio del Centro de Investigación Pew reveló que en Europa hay más restricciones a la religión que en cualquier otra parte del mundo, lo que afecta a las comunidades musulmanas (citado en Spektorowski, 2014). A partir de la década de 1960, millones de trabajadores migrantes de fe islámica llegaron a Europa<sup>5</sup> y, aunque las tensiones sociales estaban presentes, no fue hasta el cambio de siglo, especialmente tras el ataque terrorista del 11 de septiembre en Nueva York (Spektorowski, 2014), que estas tensiones culminaron en que los inmigrantes musulmanes fueran vistos a través de una lente de seguridad por los Estados.

La percepción de la población hacia la creciente presencia del islam en Europa encendió los temores y la desconfianza hacia las comunidades musulmanas (Spektorowski, 2014). Spektorowski (2014) afirma que, aunque la mayoría no negaría que los musulmanes-europeos y los inmigrantes musulmanes se enfrentan a la discriminación socioeconómica en Europa, sigue prevaleciendo la desconfianza y la sospecha (p. 109). Existe la creencia popular de que en un momento dado los musulmanes romperán la lealtad con su país europeo de nacimiento o residencia y se movilizarán en nombre de una ideología islámica transnacional: se les percibe como ciudadanos desleales (Spektorowski, 2014). De este modo, las opiniones generalizadas consideran a los musulmanes como un colectivo único que aún no se ha comprometido con los valores liberales de la sociedad occidental, como el laicismo (Spektorowski, 2014). Sin embargo, en muchos países europeos, la religión está integrada hasta el más alto nivel de gobierno. Mientras que Francia es un Estado decididamente laico, Gran Bretaña sigue teniendo una iglesia nacional y la Constitución española establece la cooperación entre el Estado y la Iglesia católica. Sin embargo, cuando estos Estados reciben peticiones de la comunidad musulmana, o cuando la fe islámica se hace demasiado notoria para su gusto, la respuesta es una rotunda reivindicación del laicismo europeo y occidental (Casanova, 2008 citado en Spektorowski, 2014).

---

<sup>5</sup> En España, la llegada de trabajadores inmigrantes musulmanes no se produciría de forma significativa hasta aproximadamente tres décadas después, a finales de los años 90 (Belén Soage, 2018).

Además, en estos contextos, el miedo generado desde una base de racismo, xenofobia e islamofobia es una herramienta muy usada en el contexto de la publicidad política, y en particular, en el contexto moderno de las fake news y la posverdad. El islam es un tema que ha sido muy susceptible al sesgo, opinión y manipulación inherentes de las fake news (Fuchs, 2017). La islamofobia en Europa es distinta a la islamofobia en EE. UU. ya que el islam es relativamente nuevo en EE. UU., pero tiene una larga historia en muchos países de Europa (Ekman, 2015, p. 1991). En España, la llegada de islam se remonta al siglo octavo, y varios aspectos de la cultura española que hoy en día se celebran se deben a la herencia islámica (Belén Soage, 2018). Así, la islamofobia en EE. UU. se centra en la dominancia de EE. UU. en la geopolítica, mientras que en Europa se centra en discursos contra la inmigración (Ekman, 2015, p. 1991). De esta manera, los medios de comunicación han promovido sentimientos en contra del islam, especialmente en relación con la inmigración, hasta convertirlos en una posición de la corriente principal (Álvarez-Peralta, 2018). De la misma manera en que un filtro anticomunista basado en miedo era parte del primer modelo de propaganda de Herman y Chomsky, el modelo de propaganda en la era posguerra fría ha reformulado este filtro según la convergencia de las ideologías dominantes (Álvarez-Peralta, 2018). Esta convergencia se traduce en una posición belicista en contra del fundamentalismo islámico, o una versión más abstracta del narrativo de ‘nosotros contra ellos’ (Goss, 2013 citado en Álvarez-Peralta, 2018, p. 109). La islamofobia está reflejada en la cobertura de delitos por los medios, quienes en sus coberturas destacan las creencias religiosas de los autores de actos individuales de crimen cuando éstos son perpetrados por árabes para aludir a un vínculo entre islam y violencia, incluso cuando los crímenes no tienen ninguna conexión con la religión (Ekman, 2015, p. 1996). De este modo, el islam, la cultura y las personas musulmanas están representados como inherentemente violentos; el islam ‘moderado’ es solo presentado como el islamismo violento (Ekman, 2015, p. 1996).

El miedo ya sembrado por los medios de comunicación sobre el islam está aprovechado por actores políticos, y el *framing* de la “amenaza de islam” se ha dotado con el matiz de ser un discurso legítimo en los escenarios mediáticos y políticos. Un estudio de Scheller (2019) indicaba que el miedo en campañas políticas incita la ruptura con procesos heurísticos, una nueva receptividad en votantes indiferentes, y un aprendizaje político al último minuto (p. 522). Estos autores también notaron que instrumentalizar el

miedo reportaba beneficios a candidatos nuevos, en particular al final de la campaña, y mostraron su capacidad de romper hábitos partidistas y desafiar con éxito los candidatos que habían mantenido su posición por mucho tiempo que el miedo es efectivo sólo cuando el partido puede distanciar suficientemente su posición de los otros partidos, o aproximarse cercanamente a la posición central del núcleo de votantes (Scheller, 2019). También, debido a los actores populistas en el centro del debate político, el islam se ha estado etiquetando como una ideología política totalitaria como el fascismo o comunismo, y así el planteamiento populista asume el carácter de “romper el tabú” y protestar contra “la corrección política” (Ekman, 2015, p. 1998). La islamofobia, que es un pilar de las noticias en el sistema mediático contemporáneo, ha dado paso a los actores que se presentan como defensores del estilo de vida occidental, combinando bajo su doctrina política, el marxismo (o las políticas progresistas) y el islam como parte de la misma entidad antioccidental (Ekman, 2015, p. 1999). La manera (o la estrategia) de agrupar tensiones políticas y nombrarlas parte de la misma cosa, incluso como la fuente del descontento en la sociedad, es consistente con los mecanismos del populismo (Álvarez Peralta, 2017).

### **3.2.2 El ascenso de la ultraderecha**

La ultraderecha es el paraguas bajo el que caben la extrema derecha, la derecha radical y la derecha populista radical, así como otras etiquetas como “tribalismo reaccionario”, “partidos antiinmigración” o “populismo exclusivista” (Ferreira, 2019). Cabe mencionar que, en inglés, el término ‘alt-right’ se utiliza a menudo como traducción de ‘far-right’, pero tiene significados diferentes. La ‘alt-right’ apunta a un esfuerzo concreto y material de unificación de la ‘ultraderecha’ con la ‘extrema derecha’ (distinción que no se hace en esta línea en español) a través de la tecnología y la organización política, que culminó con la manifestación ‘*Unite the Right*’ en Virginia, EE. UU. en 2017, en la que murió un contramanifestante (Hindman et al. 2022). Así, para explorar el fenómeno de la ultraderecha nos fijamos en Mudde (2010) como uno de los autores importantes en este campo que ha formulado una taxonomía muy utilizada para distinguir el extremismo del radicalismo (citado en Ferreira, 2019; citado en Ortiz Barquero et al. 2020). “La derecha radical es nominalmente democrática, aunque se oponga a algunos de los valores fundamentales de las democracias liberales, mientras que la extrema derecha es esencialmente antidemocrática, oponiéndose al principio fundamental de la

soberanía del pueblo” (Mudde 2010, citado en Ortiz Barquero et al. 2020, p. 207). Como se ha mencionado, hay que señalar que la derecha radical sí rechaza muchos aspectos de la democracia moderna, como “el pluralismo político, las instituciones contramayoritarias o la protección de las minorías”, pero no el sistema democrático en sí, como las elecciones libres y los derechos básicos de la ciudadanía, y la derecha radical en su mayoría “condena explícitamente la violencia neofascista” (Ferreira, 2019). En cambio, la extrema derecha sí rechaza abiertamente los principios democráticos. Para ejemplificar estas distinciones, podemos observar el panorama político europeo moderno. Por ejemplo, la derecha radical está representada por actores como la candidata presidencial francesa Marine Le Pen, el partido alemán Alternativa para Alemania (AfD) y el primer ministro húngaro Viktor Orbán. Mientras que los movimientos políticos de extrema derecha incluyen la Alianza Electoral Blanca en Noruega, el Partido de la Ley y el Orden en Alemania y Amanecer Dorado en Grecia.

En este Marco Conceptual, nos interesa más la derecha radical que incluye las corrientes políticas de “partidos antiinmigración”, “partidos antisistema” o “partidos nacional-populistas” (Ferreira, 2019). Para profundizar en la delimitación y comprensión de esta taxonomía, Mudde (2007) propone la categoría adicional de ‘la derecha radical populista’ (citado en Ferreira, 2019 p. 81). Varios autores han asentido que el partido Vox cabe dentro del marco de la derecha radical populista (Ferreira, 2019; Ortiz Barquero et al. 2020). “Aunque el populismo no es una característica nuclear de la derecha radical, es una característica complementaria” (Rydgren, 2017 citado en Ferreira, 2019 p. 81). El populismo puede tener un carácter diverso según el contexto, sin embargo, el populismo del que se aprovecha la derecha radical populista incorpora tres elementos: el *anti-establishment*, el autoritarismo y el nativismo (Mudde, 2013 citado en Inglehart & Norris, 2017, p. 6). Estos tres elementos son evidentes en el populismo moderno en el contexto europeo (Iosifidis et al. 2020; Inglehart & Norris 2017; Ferreira, 2019). “Es una visión esencialista de la nación ... El objetivo es alcanzar un Estado monocultural y mononacional” (Mudde, 2007 citado en Ferreira, 2019, p. 88). Los partidos y movimientos políticos que se clasifican como derecha radical populista se diferencian de la derecha política tradicional, o los conservadores, por el elemento de nativismo, que es la mezcla de nacionalismo y xenofobia (Mudde, 2007 citado en Ferreira, 2019). Aunque los partidos conservadores pueden promover elementos de nacionalismo, tienden a carecer del elemento radical de “exclusividad” de

los populistas radicales de derecha, que sostienen que el Estado debe estar formado exclusivamente por ciudadanos “nativos” del país (Mudde, 2007 citado en Ferreira, 2019). Por ejemplo, “de manera nacionalista, Trump comunica la necesidad de ‘hacer grande a América de nuevo’, ya que se dice que la grandeza nacional está amenazada por los inmigrantes ilegales, los africanos, la transferencia de impuestos a los extranjeros y la ayuda al desarrollo” (Fuchs, 2017, p. 134).

En cuanto a la descripción de este tipo de movimientos políticos como “populistas”, existe un contraste de opiniones entre los autores que hemos incluido en este trabajo. Por ejemplo, Fuchs (2017) sostiene que el “populismo” no es necesariamente “teóricamente significativo”, ya que es un término con muchos significados que requiere una definición en el momento de su uso (p. 133). Por ejemplo, los populistas existen en todo el espectro político y el término se utiliza a menudo para entender el uso de la “tabloidización, escandalización, entretenimiento, ridiculización, simplificación, unidimensionalidad y banalización” (Fuchs, 2017, p. 134). Aunque Fuchs (2017) señala que a menudo se invoca para la explotación de los “prejuicios populares” (p. 134). La plétora de significados que pueden surgir cuando describimos a un actor político como “populista” ha llevado a Fuchs (2017) a defender el uso de “autoritarismo de derechas” para describir el “fenómeno Trump” en lugar de “populismo”. Los movimientos políticos autoritarios de derecha “ven la explotación, la dominación y la manipulación ideológica como tipos de razón instrumental, como formas de poder asimétrico que instrumentalizan la fuerza de trabajo (explotación), los ciudadanos (dominación) y la conciencia (ideología)” (p. 135). Sin embargo, en el contexto de este estudio, nos parece que el populismo es un término esclarecedor para describir este conjunto de actores políticos de la derecha radical populista.

Para describir lo que entendemos por “populismo” en este contexto, y por tanto derecha radical populista, utilizaremos la definición formulada por Álvarez Peralta (2017). El populismo “pone en primer plano las dimensiones emocionales y subconscientes de los procesos de convencimiento y movilización social masiva” (Álvarez Peralta, 2017, p. 140). Además, según Charaudeau (2009) existen cuatro dimensiones “prototípicas” del discurso populista: “la descripción de una situación catastrófica de la que es víctima el pueblo”, achacar la culpa a las élites (*anti-establishment*), defender solo unos ciertos valores, y un líder carismático (citado en González Gómez, 2021, p. 4). En este sentido,

el populismo no ofrece una doctrina política ni económica, sino que se presenta como una intervención pragmática frente a “la asunción del declive de los grandes meta-relatos históricos, entre ellos el internacionalismo socialista o el racionalismo ilustrado republicano” (Álvarez Peralta, 2017, p. 127). Es así como el estilo populista puede “proyectar cada demanda particular en representaciones transversales, idealmente universales” (Álvarez Peralta, 2017, p. 126). Otro importante punto del populismo es que enfatiza la fe en el conocimiento y la virtud de la gente ordinaria (mayoría silenciosa), en vez de en las instituciones las cuales se perciben como corruptas (Inglehart & Norris, 2017). De este modo, el populismo está conceptualizado por Álvarez Peralta (2017) como “un momento histórico de transición entre regímenes ideológicos” que responde al ánimo colectivo de la ciudadanía en un cierto momento (p. 123).

En Europa, la presencia de los partidos populistas, especialmente de la derecha radical populista, está teniendo un “impacto exagerado” en el escenario político (Inglehart & Norris, 2017, p. 2), y sus causas pueden encontrarse en la crisis económica, política e ideológica, debido al capitalismo neoliberal y global (Fuchs, 2020). La desigualdad económica, debido a las transformaciones de la fuerza laboral en la economía postindustrial, y la erosión de sindicatos y sistemas de seguridad social, es ampliamente considerada la fuente del aumento del populismo y nacionalismo (Inglehart & Norris, 2017; Fuchs, 2020). Sin embargo, junto con las tensiones económicas, Inglehart y Norris (2017) presentan una segunda tesis que radica en una creciente agitación y reacción contra los cambios sociales progresistas, y la popularización, desde la época de posguerra de movimientos medio ambientales, de derecho humanos, de igualdad de género y del colectivo LGBT. La reacción contrarrevolucionaria o el ‘contragolpe cultural’, representa el rechazo de los valores progresistas y el rencor hacia el declive de valores tradicionales (Inglehart & Norris, 2017). Sin embargo, estos autores ponen de manifiesto la dificultad de distinguir entre los factores económicos y culturales, ya que podrían ser factores interrelacionados (Inglehart & Norris, 2017).

Además, Fuchs (2017) dice que la “la economía política y la crítica de la ideología no son suficientes para comprender plenamente el autoritarismo de derechas” o mejor “por qué los individuos y los grupos lo siguen” (p. 135). Para Fuchs (2017), un aspecto imprescindible del ascenso de la derecha radical populista, o el populismo autoritario de

ultraderecha, es que “apela a los afectos, las emociones, los deseos, los instintos y las pulsiones cotidianas de las personas” (p. 137). Neumann (1957) postula que el apoyo masivo para los movimientos de la ultraderecha se genera cuando coinciden seis condiciones: a) la alienación del trabajo; b) la competencia destructiva; c) la alienación social; d) la alienación política con respecto al sistema político; e) la institucionalización de la ansiedad; y f) la alienación psicológica destructiva y la ansiedad persecutoria” (citado en Fuchs, 2017, p. 138). En suma, el neoliberalismo ha fomentado las políticas de “ansiedad social” de labor y vida precarias que fácilmente puede volverse en políticas fascistas de ansiedad política (Fuchs, 2017, p. 137). En este contexto, los líderes de movimientos de la derecha radical y extrema derecha no solo han alimentado los miedos colectivos y creado chivos expiatorios, sino también “han prometido alternativas” en la forma del nacionalismo y autoritarismo (Fuchs, 2017, p. 137). “Si hace tres décadas estas formaciones de corte autoritario y xenófobo estaban en los márgenes de la política institucional, actualmente en muchos países se están normalizando —en fondo y formas—y forman parte ya de la esfera pública de manera ordinaria y equiparable a las demás fuerzas políticas” (Ferreira, 2019, p. 74).

### **3.2.3 La ultraderecha en España (el ascenso de VOX)**

Muchos autores han reconocido la posición única en la que se encontró España durante muchos años como uno de los únicos países europeos sin una presencia política prominente de la ultraderecha (Ortiz Barquero et al. 2020; Ferreira, 2019). La ausencia de un partido unificado y políticamente significativo que represente a la ultraderecha en España dejó a muchos postulando que la sombra proyectada por el período de la dictadura, el Franquismo, dejó al país receloso de tales movimientos autoritarios y ultranacionalistas (Ortiz Barquero et al. 2020). Sin embargo, la irrupción de Vox en la arena política española a finales de 2018 ha cambiado desde entonces el carácter excepcional de España en el contexto europeo.

Antes de la entrada de Vox, otros partidos de la ultraderecha habían intentado incidir en la escena política del país. Tras la muerte de Franco, y durante la Transición, las antiguas élites de la dictadura “asumiendo el inexorable final del régimen” decidieron apoyar la Ley para la Reforma Política (1976) y el emergente marco democrático que les ofrecía cierta amnistía a través del “pacto del olvido” (Ortiz Barquero et al. 2020).

Mientras la ultraderecha luchaba por mantener alguna relevancia en las décadas siguientes, hubo intentos de conseguir representación electoral, especialmente por parte de quienes pensaban “que el denominado franquismo sociológico le reportaría réditos electorales” (Ortiz Barquero et al. 2020, p. 203). Entre estos actores, estaban las élites franquistas que se integraron en la recién formada Alianza Popular (AP) y Unión de Centro Democrático (UCD); la AP en particular promovía una ideología basada en el “neofranquismo renovado” (Ortiz Barquero et al. 2020, p. 203). Sin embargo, para autores como Rodríguez (1992), era a través de esa capacidad de las élites de posicionarse a lado de una ‘derecha democristiana’ que la ultraderecha extinguió su potencial electoral (citado en (Ortiz Barquero et al. 2020, p. 204). De hecho, el Partido Popular (antes AP) es el “único partido hegemónico de centroderecha europeo cuyos orígenes se encuentran explícitamente en el universo de la ultraderecha” (Ortiz Barquero et al. 2020, p. 204).

A pesar de la integración y desarticulación de la ultraderecha en España hacia movimientos políticos que pudieran apelar a una mayor audiencia, la primera representación de la ultraderecha tras la Transición llegó en 1979, con Fuerza Nueva (FN) ganando un escaño en el Congreso (Ortiz Barquero et al. 2020). El representante de FN, Blas Piñar, “una figura distinguida del régimen franquista con considerable carisma y dotes oratorias” se volvió un personaje muy importante para el éxito del partido, pero también su declive (Ortiz Barquero et al. 2020). El partido, en muchos aspectos, fue incapaz de establecerse como un movimiento ideológico unificado y organizado, hasta el punto de que no tenían un programa electoral y el partido en su conjunto estaba muy condicionado por el éxito de Piñar (Ortiz Barquero et al. 2020). En las siguientes elecciones de 1982, el FN no obtuvo ninguna representación y el partido se disolvió ese mismo año. Durante las décadas de 1980 y 1990, la ultraderecha no consiguió ser relevante en España. Los partidos que representaban diferentes corrientes de la ultraderecha, desde un posicionamiento más tradicional (Juntas Españolas) hasta un estilo populista (Democracia Nacional y España 2000), no obtuvieron representación política (Ortiz Barquero et al. 2020). No fue hasta principios del 2000 cuando España vio un nuevo intento de la ultraderecha por ganar relevancia en el escenario político moderno. “El partido Plataforma per Catalunya (PxC) fue la única organización a la derecha del PP relativamente exitosa” (Ferreira, 2019, p. 74). A pesar de ocurrir a nivel local, PxC fue “la primera experiencia española capaz de trasladar el modelo europeo de

derecha radical populista” (Ortiz Barquero et al. 2020 p. 204). Este modelo incluye un discurso “nativista, populista y autoritario”, el partido, con conformidad con otros movimientos en Europa, exponía sobre todo “el nativismo basado en la islamofobia” (Ortiz Barquero et al. 2020 p. 204). Sin embargo, PxC nunca ha recibido suficientes votos para ganar un escaño en el Parlamento de Cataluña.

La escasa presencia y la lucha por la relevancia de la ultraderecha en España tuvo un final abrupto y sorprendente en 2018, cuando Vox obtuvo el 10% de los votos en las elecciones andaluzas, ganando 12 escaños (Carr et al. 2020). Para Vox, este reconocimiento en las urnas llegó después de años en los que solo superó una vez el 1% en las elecciones europeas de 2014, con el 1,56% de los votos (Ferreira, 2019, p. 77). Vox surgió por primera vez en 2013, cuando miembros del PP rompieron sus vínculos con el partido, alegando que el PP liderado por Rajoy era “demasiado moderado en cuestiones como los valores tradicionales, la unidad nacional o la libertad económica” (Ferreira, 2019, p. 76). Vox apodó al PP como “la derechita cobarde”, ya que el partido se estableció firmemente a la derecha del PP, lo que quedó claro con su participación en “el encuentro de la derecha populista radical europea en Alemania” en enero de 2017, junto a Marine Le Pen, Frauke Petry o Geert Wilders<sup>6</sup> (Ferreira, 2019). Aunque Vox se autoprocama “el centro-derecha nacional”, en realidad el partido representa a la emergente derecha populista radical española (Ferreira, 2019; Ortiz Barquero et al. 2020). Las elecciones en Andalucía de 2018 marcaron el inicio de la trayectoria del partido hacia el éxito electoral y “la primera vez en todo el régimen democrático que un partido de ultraderecha tiene éxito” (Ortiz Barquero et al. 2020 p. 205). En poco tiempo, tras la victoria en Andalucía, Vox se convirtió en un legítimo contendiente en la arena política, obteniendo otro 10% de los votos en las elecciones autonómicas valencianas de abril de 2019 y luego de nuevo en las elecciones generales de noviembre de 2019 (Ortiz Barquero et al. 2020).

La difusión de desinformación por parte del partido sobre una serie de temas polémicos es lo que Carr et al. (2020) consideran un factor notable en su primera victoria electoral en Andalucía. “No es inconcebible atribuir el triunfo de ese partido a las fake news

---

<sup>6</sup> Además, en abril de 2018, Vox tuvo una reunión con el estratega jefe de Donald Trump, Steve Bannon, "quien identificó claramente a Vox con la nueva tendencia de la derecha en Europa" (Ferreira, 2019, p. 77).

sobre la inmigración musulmana, las leyes de género, los derechos LGTBQ y las leyes contra la violencia de género, así como las leyes fiscales que se difundieron a través de las redes sociales y se distribuyeron por WhatsApp en el período preelectoral” (Carr et al. 2020, p. 45). Esta estrategia encaja dentro de la descripción de Ferreira (2019) de la esencia de Vox: “la lucha contra los enemigos internos -el ‘separatismo’- y contra los enemigos externos -los ‘globalistas’ y la inmigración, especialmente la musulmana” (p. 81). Así, el objetivo supremo de Vox es de “conseguir un Estado mononacional y monocultural” (Ferreira, 2019, p. 81). Es de esta manera que podemos etiquetar a Vox como un partido de la derecha radical cultural: un partido que incorpora el nacionalismo con la xenofobia y el nativismo, además el autoritarismo (Ferreira, 2019; Ortiz Barquero et al. 2020).

Un estudio de Ferreira (2019) analizó varios de los manifiestos y programas electorales de Vox, junto con una fuente audiovisual de la reunión de Vox en el pabellón de Vistalegre en Madrid el 7 de octubre de 2018. El contenido fue investigado según un marco que destacaba las calidades de: “nacionalismo, nativismo, autoritarismo, antidemocracia, populismo, valores tradicionales y neoliberalismo” de los contenidos (Figura 1) (Ferreira, 2019). Como resultado de este análisis de contenido, Ferreira (2019) desveló “un desacomplejado nacionalismo español vertebrado y está constantemente presente en el discurso” (p. 86). Además, mientras que los demás partidos no independentistas suelen citar la constitución española de 1978 para defender la unidad nacional, el nacionalismo de Vox está basado en los “mitos etnonacionales”, por ejemplo, la colonización de América o la expulsión de los musulmanes de España en la Edad Media (Ferreira, 2019, p. 87). El nacionalismo de Vox puede ser identificado como un factor determinante de la derecha radical debido a sus elementos nativistas y xenófobos. Pongamos por caso el discurso de Ortega Smith, el secretario de Vox, “[Tenemos] un objetivo muy claro: ¡los españoles estarán primero! “, de forma explícita e implícita, Vox dice que los españoles han sido desvirtuados por la presencia de extranjeros y la influencia extranjera, especialmente en la forma de la comunidad musulmana y la presencia de mezquitas financiadas por fondos extranjeros (Ferreira, 2019, p. 87). Es a través de estos estribillos que Vox ha formalizado sus programas electorales a través de diferentes arenas, como las elecciones europeas y a nivel nacional y en diferentes municipios (Ferreira, 2019; Ortiz Barquero et al. 2020).

<b>Características</b>	<b>Presencia en Vox</b>
Nacionalismo	Central (C)
Nativismo	Central (C)
Autoritarismo	Central (C)
Antidemocracia	No presente (-)
Populismo	Indicado, pero no explícito (i)
Valores tradicionales	Central (C)
Neoliberalismo	Presente, pero no central (p)

*Figura 1: Elaborado por Ferreira (2019, p. 92).*

### **3.3 Caso de Estudio: las elecciones al parlamento catalán 2021**

Las elecciones parlamentarias en Cataluña se celebraron el 14 de febrero de 2021 en medio de la pandemia de COVID-19. El gobierno catalán había intentado retrasar las elecciones debido a los efectos del COVID-19, pero el Tribunal Superior de Justicia impidió el desplazamiento. El tema divisivo, tanto literal como políticamente, del separatismo siguió presente y ferviente en estas elecciones, cuatro años después de la polémica resolución de la declaración de independencia de Cataluña, en octubre de 2017. Estas elecciones también se caracterizaron por “unos altos niveles de polarización” debido al separatismo (Santos, 2021). De hecho, el separatismo de Cataluña se convirtió en uno de los temas políticos clave de las elecciones de 2021, y los partidos en estas elecciones fueron explícitamente etiquetados por los medios y comentaristas como ‘independentistas’ o ‘no independentistas’ (*El País*, s.f.). En consonancia con nuestra discusión sobre el nacionalismo, Cataluña presenta un caso curioso respecto a los proyectos nacionalistas modernos, ya que es un proyecto político nacionalista de un país colonizador<sup>7</sup>. En este mismo sentido, es un tema que ha dividido

<sup>7</sup> Si bien muchos países han surgido recientemente a través de proyectos secesionistas, a menudo lo hemos visto en el caso de países colonizados que se convierten en soberanos o que vuelven a su estado de soberanía tras la colonización (Taylor Woods, 2013). Además, los proyectos nacionalistas de los países colonizados a menudo deben lidiar con la tarea de "distinguirse de una metrópoli que comparte una cultura similar" mientras ocupan un "tercer" espacio cultural "híbrido" entre lo "europeo" y lo indígena (Taylor Woods, 2013, p. 7). Por ejemplo, los nacionalistas culturales dominantes en México formaron su identidad nacional en torno a la idea de ser "mestizos" y de abrazar una identidad cultural arraigada en su territorio, con influencia europea (Taylor Woods, 2013). No hay que perder la ironía respecto al caso español. Mientras que los países colonizados forman nuevas identidades culturales y nacionales dentro de los marcos coloniales persistentes (es decir, las fronteras), España, en cambio, un país

a la comunidad autónoma; los resultados de las elecciones mostraron un 50,9% de los votos a favor de los partidos independentistas, y un 48,3% a favor de los partidos no independentistas (*El País*, s.f.). Los resultados definitivos del voto en las elecciones catalanas fueron: 23,04% (33 escaños) para *Partit dels Socialistes de Catalunya* (PSC); 21,3% (33 escaños) para *Esquerra Republicana* (ERC); 20,4% (32 escaños) para *Junts per Catalunya* (JxCat); 7,69% (11 escaños) para Vox; 6,87% (8 escaños) para *En Comú Podem* (ECP); 6,67% (8 escaños) para Candidatura de Unidad Popular (CUP); 5,57% (6 escaños) para Ciudadanos; 3,85% (3 escaños) para el PP de Cataluña (*El País*, s.f.). Vox era el cuarto partido más votado en las elecciones.

Empezando con el PSC, que ganó la mayoría del voto, el programa del partido en asociación con el PSOE incluyó objetivos que encapsulaban transparencia del gobierno, el estado bienestar, una transición ecológica en contra del cambio climático, la igualdad de género, y el desarrollo económico (PSC, s.f.). Además, su posición en contra del independentismo estaba explícitamente recogida en su programa: “La superación del proceso independentista para pasar a la colaboración leal entre instituciones” (PSC, s.f., p. 5). La ERC incluía en su programa electoral varios objetivos sobre el independentismo, en relación con la ratificación del referéndum, “buscar apoyos internacionales para la causa independentista”, y reconstrucción económica y social para “la República”, además destacaban el objetivo de “lucha compartida contra la extrema derecha” (ERC, s.f.). JxCat, el partido de Carles Puigdemont, que lideró el referéndum de independencia de Cataluña, también promovió el independentismo en su programa electoral. Seis de los siete puntos principales de su programa electoral se referían a la creación de un Estado independiente, a minimizar la dependencia del Estado español y a la transición hacia la independencia, su único punto que no hablaba del independentismo se refería a la creación de leyes que apoyaran “los derechos sociales, la sanidad, la educación, la cultura, la justicia, la economía y el progreso del país” (JxCat, s.f.). El ECP, que mantiene una alianza con el partido nacional Podemos, es partidario del independentismo, pero sin el mismo fervor que ERC y JxCat, ya que su programa incluye cuestiones sobre el estado de bienestar, el feminismo y la transición económica (ECP, s.f.). Su último objetivo principal alude al independentismo a través

---

colonizador, no parece poder conciliar su multitud de identidades culturales dentro de sus propias fronteras.

de la “reconstrucción del autogobierno, la plena garantía de los derechos y libertades por una Cataluña fraterna donde podamos decidir nuestro futuro” (ECP, s.f.). El partido independentista de la CUP proponía en su programa una Renta Básica Universal, modificación al IRPF, e impuestos que limitan la cantidad de riqueza acumulada (CUP, s.f.).

Por otra parte, Ciudadanos y PP en Cataluña representaron la competición principal para Vox en las elecciones en Cataluña, siendo partidos de la derecha no independentistas (García de Blas, 2021). El resultado electoral mostró una drástica disminución del apoyo a Ciudadanos; el partido pasó de ganar las anteriores elecciones en 2017, con 36 escaños, a conseguir sólo 6 escaños en las elecciones de 2021 (García de Blas, 2021). El programa electoral del partido incluía objetivos de reconstrucción económica frente al COVID-19, la empresariedad catalana, la educación y sanidad pública, además de propuestas en contra del independentismo y las “okupes” e inseguridad (Ciudadanos, s.f.). La influencia del PP en Cataluña seguía parecida al resultado de 2017, perdiendo solo un escaño en las elecciones de 2021 (García de Blas, 2021). Su programa de elección era comparable con el de Ciudadanos: un enfoque en empresariedad, comercio y reindustrialización basado en principios del mercado libre, seguridad y medidas en contra del independentismo (PP, s.f.). Mientras que los programas electorales de Ciudadanos y del PP eran comparables en muchos temas pertinentes a la derecha tradicional, el programa de Vox representaba la ultraderecha (Ferreira, 2019).

El programa electoral de Vox, al igual que el de Ciudadanos y el del PP, incluía medidas en contra del independentismo como primer punto, sin embargo, el énfasis del programa en la inmigración ilegal y la seguridad lo diferencia de la derecha tradicional. Por ejemplo, el segundo punto del programa dice “Proteger a los catalanes de la inmigración ilegal”, que incluye “impedir las subvenciones a inmigrantes en situación irregular” (Vox, s.f.). Asimismo, el tercer punto “Recuperar la seguridad en nuestros barrios”, también incluye la misma medida a través de “Clausurar los centros de MENAS y acabar con todo tipo de subvención pública a inmigrantes ilegales” (Vox, s.f.). Los discursos que mezclan la seguridad y la inmigración ilegal encapsulan la ideología nativista del partido; sus soluciones no son proporcionar políticas o apoyos adicionales, sino que su propuesta se presenta a través de la retirada y expulsión de los “inmigrantes ilegales” de la sociedad española. Curiosamente, a pesar de la “agenda

claramente neoliberal” de Vox, así como de la “defensa del libre mercado, de la libertad individual y de la propiedad privada” (Ferreira, 2019, p. 91) el cuarto punto de su programa electoral promueve ideas económicas más alineadas con el proteccionismo, que con la economía de libre mercado. Según su programa, están en contra de la “deslocalización” de industrias y manufacturas a “terceros países” (Vox, s.f.). También afirman “proteger los productos españoles ante la entrada de productos ilegales con los que compiten en clara desventaja” (Vox, s.f.). Estas propuestas limitarían la circulación de productos y capitales a través de las fronteras, además de implicar una mayor regulación del Estado sobre la economía. Es quizás por ello que Ferreira (2019) afirma, que el neoliberalismo “no es un asunto tan relevante como el nacionalismo, la xenofobia o la defensa de la ley y el orden” (p. 91), aunque el punto final del programa sobre la reducción de impuestos establece la “bonificación de los impuestos de Patrimonio, Sucesiones y Donaciones” (Vox, s.f.). En este contexto podemos ver el choque entre ideologías nacionalistas que contradicen las agendas neoliberales de los actores políticos de la derecha tradicional y de la ultraderecha (Ferreira, 2019). Por último, el programa incluye varios “prototípicos” populistas como los que describió Charaudeau (2009) (citado en González Gómez, 2021, p. 4). Por ejemplo, cada uno de los puntos del programa comienza con los verbos “proteger” o “recuperar”. De este modo, Vox plantea que la sociedad y el modo de vida español (la “víctima”) necesita ser protegido y recuperado de “una situación catastrófica” (Charaudeau, 2009 citado en González Gómez, 2021, p. 4), como “La Generalidad a Quim Torra al resto de golpistas”, “los inmigrantes ilegales”, “MENAS”, “la ocupación”, “los narcopisos”, “la izquierda y el separatismo” y “los impuestos” (Vox, s.f.).

#### **4. Metodología**

Para investigar el uso de las fake news sobre inmigración por el partido político Vox, este estudio utiliza metodologías que traen un rigor científico al ámbito lingüístico y semiótico como lo son las herramientas de análisis de contenido cualitativo y de análisis de discurso (Bardin, 2002, p. 20). Los datos que analizaremos son tuits que hemos recogido de Twitter. Las redes sociales son un escenario de acontecimientos que trascienden lo inmaterial; las realidades que se manifiestan en internet son integradas y representativas de la vida *real* (Zafra, 2016). Por tanto, el sitio de microblogging

Twitter ofrece una inmensa fuente de datos que podemos aprovechar para analizar el discurso de Vox sobre la inmigración.

Según Krippendorf (2004), el análisis de contenido debe tener en cuenta como paso previo cuestiones sobre los textos, por ejemplo: por qué han surgido; qué significado tienen y a quién van dirigidos; cómo median entre los antecedentes y las condiciones consecuentes; y si nos permiten responder a las hipótesis y preguntas planteadas (p. 82). La interpretación de textos es un proceso activo que pretende entender realidades sociales a través de un estudio de los autores y los públicos a quién van dirigidos (Flick et al. 2004, p. 124). En esta línea, constructos sociales se vuelven constructos textuales. Por lo tanto, los datos de este estudio son un conjunto de tuits, pequeñas expresiones de no más de 280 caracteres que pueden ser considerados como artefactos en un espacio digital, y que representan fenómenos materiales e ideológicos tejidos en la trama social. Nuestra investigación está guiada por premisas cualitativas y tiene un carácter estructuralista; nos interesa los contextos, las realidades y los objetivos de los cuales surgen los datos.

Según Van Dijk (1987), las macroestructuras se transforman y convierten en microestructuras a través de la comunicación. “Las instituciones, las normas y las ideologías” son fenómenos globales que en realidad ocurren, se materializan y se llevan a cabo a nivel local o micro (Van Dijk, 1987 p. 36). Por ejemplo, el racismo se entiende como un fenómeno que se produce en todos los grupos dominantes de la sociedad, sin embargo, suele representarse a través de interacciones discriminatorias a nivel local, como las conversaciones que implican prejuicios raciales y actitudes individuales (Van Dijk, 1987). Por tanto, en numerosas ocasiones, el contenido no puede entenderse sin su contexto. Los temas, las narrativas y las estructuras argumentativas, o las estructuras retóricas, requieren en cierta medida un compromiso de análisis social (Van Dijk, 1987). Aunque las estructuras locales (micro) y globales (macro) están estrechamente entrelazadas, muchos fenómenos locales sólo pueden explicarse refiriéndose a las estructuras globales (Van Dijk, 1987). De este modo, cuando se examinan los contenidos que se producen a nivel local hay que tener en cuenta los contextos de ocurrencia nacional y global.

Asimismo, este estudio involucra un aspecto de fenomenología que pretende entender la consciencia humana frente a una campaña política diseñada para movilizar a los votantes (Flick et al. 2004). La fenomenología tiene como objetivo situar los datos (o las unidades), según sus significados identificados, en contextos y estructuras (Anderson, 2007, p. 2). En su análisis de discurso sobre inmigrantes turcas en Alemania, Van Dijk (1987) señaló que las alusiones racistas presentes en conversaciones cotidianas, tanto como en discursos formales de políticos y otras élites, tienden a organizarse alrededor de los mismos temas (p. 233). Estos temas están plasmados en expresiones como: “son demasiados”; “estamos perdiendo nuestra identidad”; “no quieren integrarse”; “tienen demasiados hijos”; “pronto tomarán el control aquí”; “son trabajadores invitados y deben comportarse como invitados”; “toman nuestros trabajos, espacio y casas”; “el gobierno no hace nada al respecto” (van Dijk, 1987, p. 233). Schutz (1971) y Garfinkel (1967) analizan actitudes y expresiones usando concepciones fenomenológicas, rechazando la idea de que son productos de ideologías y prejuicios, y en su lugar son nociones dadas por sentado que se reproducen en el lenguaje cotidiano (citado en van Dijk, 1987, p. 232). Los autores postulan que estos prejuicios - explícitos y sutiles - son parte integrante de la sociedad, donde tanto las estructuras subyacentes como las prácticas individuales e institucionales son racistas (van Dijk, 1987, p. 233). En esta línea, la fenomenología nos da la oportunidad de considerar los datos como rasgos de un sistema donde la discriminación racial está arraigada en instituciones, así como en el lenguaje, la consciencia y el conocimiento.

Al mismo tiempo, para organizar los fenómenos que percibimos en los datos y extrapolar conclusiones que pueden responder a los objetivos de esta investigación, hace falta abordar el análisis de contenido según el posicionamiento teórico de la investigación. Así, la teoría nos tiene que guiar indicando lo que es importante en los datos para nuestro estudio (Braun et al. 2006, p. 7). Por tanto, esta investigación utiliza una lente teórica hacia la democracia y las redes, a la vez que pretende explorar los datos a través de un análisis temático. Según Braun et al., (2006) el análisis temático no es tanto una metodología en sí sino una herramienta de análisis cualitativo. Entonces, nuestra metodología pretende investigar el conjunto de datos a través de una profundización sobre los patrones de temas que están presentes.

## 4.1 Colección de datos

Recogimos 1936 tuits de los timelines de varias cuentas oficiales de Vox desde el lanzamiento de la campaña de Vox en Cataluña, el día 22 de diciembre de 2020, hasta el día de las elecciones al Parlamento de Cataluña, el día 14 de febrero de 2021. Para ello, usamos la Interfaz de Programación de Aplicaciones (API) de Twitter<sup>8</sup> y funciones implementadas en los paquetes ‘rtweet’ y ‘twitterR’ del programa de código libre, R<sup>9</sup>.

Identificamos las siguientes cuentas de Vox en las comunidades Cataluña: Vox Gerona (@gerona\_vox); Vox Barcelona (@vox\_barcelona); Vox Tarragona (@vox\_tarragona); y Vox Lerida (@VoxLerida). También, se incluyeron las diputadas de Vox que ganaron un escaño en Cataluña y tenían una cuenta oficial de Twitter: Ignacio Garriga (@Igarigavaz); Antonio Gallego Burgos (@AntonioGalleg0); Alberto Tarradas Paneque (@AlbertoTPaneque); Juan Garriga Domenech (@JGarrigaDomenech); María García Fuster (@MariaEGarciaFu2); Mónica Lora Cisquer (@MonicaLora\_); Sergio Macián De Greef (@sergio\_macian); Toni López Gómez (@tonilopez\_Vox); y Isabel Lázaro Pina (@IsabelLazaro\_). No encontramos cuentas de Andrés Bello Sanz y Manuel Acosta Elías para este periodo de tiempo. Finalmente, incluimos la cuenta oficial de Vox España (@vox\_es); y la cuenta del presidente del partido nacional, Santiago Abascal (@Santi\_ABASCAL). Estas cuentas ofrecen una representación del discurso de Vox en el ámbito catalán a través de las cuentas oficiales de las regiones y de los diputados elegidos en esta comunidad autónoma. Es importante detenernos en el contexto actual y local de Cataluña para crear una visión fiel de sus características políticas, sociales y geográficas. Además, incluimos una perspectiva nacional a través de las cuentas del presidente del partido Santiago Abascal y Vox España para complementar esta visión local y observar contrastes y reafirmaciones en sus discursos.

---

<sup>8</sup> Twitter facilita la recogida de datos para investigadores a través de una API. La API es un programa intermedio que permite a Twitter comunicarse con otro programa (en este caso el programa R). La API de Twitter es uno de los más extensivos, promoviendo investigación y transparencia y contrastando con otras redes. Por ejemplo, TikTok no ofrece un API, y Facebook, YouTube y Instagram tienen APIs con funciones más limitadas en comparación con Twitter (O’Connor, 2022).

<sup>9</sup> R es un programa de código libre que hemos usado para el recogido de datos. A través de código escrito por el usuario, R puede llevar a cabo funciones como el análisis y visualización de datos, sin embargo, en este caso lo usamos solo para la recogida de datos. El análisis y visualización de datos lo hicimos con Excel debido a la barrera técnica que presentaba R.

En la búsqueda inicial omitimos *retweets* e incluimos *quote retweets* (cuando el usuario incluye texto propio junto con el *retweet*) para los cuales analizamos sólo el texto original. El análisis centrado en el texto original evita duplicaciones, y tiene en cuenta que varias cuentas de Vox comparten tuits (*retweet*) de sus compañeras de fórmula y otras cuentas de Vox. Según una lista de palabras claves (Tabla 1) identificamos 146 tuits relevantes al tema de inmigración. Tras una lectura de los 146 tuits, omitimos los tuits que no eran relevantes a la inmigración, y/o no tenían contenido relevante a la inmigración aparte de un *hashtag*. Los *hashtags* pueden ser usados para ganar publicidad en vez de para difundir contenido, por lo que se excluyeron del análisis de contenido en conformidad con otros estudios (Caetano et al. 2018; Kruikemeier, 2014). El análisis final incluyó 139 tuits, todos los cuales estaban escritos en español.

(Tabla 1) Palabras claves sobre inmigración en el Twitter de Vox
Extranjer@
Frontera
Ilegal
Inmigración / inmigrante
Invasión
Islam / islám@
MENA (menor extranjero no acompañado)
Migración / migrante / migratorio
Musulmán / musulmana
Patera
Seguridad / seguro
Terrorismo / terrorista
Yihadista / yihad / yihadismo

*Fuente: elaboración propia.*

## 4.2 Categorización de los datos

Para llevar a cabo este análisis de contenido, optamos por definir las unidades de significación al nivel del tuit. Elegimos esta delimitación por la esencia del tuit: un conjunto de 280 caracteres que contiene una idea dominante (Small, 2011, p. 880). Para

este estudio consideramos el texto original escrito por las cuentas de Vox seleccionadas. En casos donde el tuit incluye un enlace a un periódico o contenido audiovisual usamos este contenido para indicaciones contextuales, pero no entra en nuestro análisis en sí. Esta metodología se basa en la experiencia del usuario y sus interacciones con el contenido textual escrito por Vox que aparece en Twitter. El contenido externo (textual o audiovisual) a veces no muestra la naturaleza actual del tuit, sino que está citado con el motivo de criticarlo, hacer bromas sobre él o referirlo de forma sarcástica. Este análisis de contenido se enfoca en la codificación y categorización del texto de los datos según las temáticas y fenómenos presentes.

Por lo tanto, para extraer los temas globales, codificamos los tuits a nivel de palabra. El proceso de codificación consistió en identificar y etiquetar palabras recurrentes en los datos (Whitehead et al. 2016, p. 130), que denoten temas superficiales y subyacentes (Downe-Wamboldt, 1992, p. 318). Es necesario distinguir lo que se considera como un tema o pauta en los datos (Braun et al. 2006, p. 10). Para la codificación utilizamos aspectos de *intuitive inquiry* y fenomenología, es decir, a través de varias lecturas de los datos podemos distinguir las palabras que se repiten y en consecuencia son relevantes para nuestro análisis. Por ejemplo, la recurrencia de la palabra ‘narcopiso’ supone una referencia bastante explícita al crimen, sin embargo, la recurrencia de palabras más inocuas como ‘trabajadores’ o ‘aulas’ también fueron codificadas en nuestro proceso de codificación.

Después de codificar los datos, utilizamos agrupaciones de temas similares para facilitar la formación de categorías. De alguna manera, el proceso de categorizar las unidades es lo más importante porque a través de las categorías tratamos y presentamos los datos para apoyar o refutar nuestra hipótesis; “un análisis de contenido vive o muere por sus categorías” (Berelson, 1952 citado en Bardin, 2002, p. 147). Así, repetimos la categorización de los datos varias veces, de manera cíclica, hasta llegar a una organización apropiada acorde a los datos y sus unidades correspondientes (Whitehead et al. 2016, p. 130). Las categorías y subcategorías (Tabla 2) representan el proceso iterativo de considerar los datos a través de una codificación que toma en cuenta las macroestructuras y contextos en que se están desarrollando los datos. Diferenciamos las categorías por una norma de “exclusión mutua” (Bardin, 2002, p. 92).

(Tabla 2) Categorías y subcategorías
1. Inmigración e inseguridad
1.1. Terrorismo
2. Inmigración e identidad española (amenazas)
3. Economía

Fuente: elaboración propia.

La suma de las unidades de cada categoría superará el número total de tuits analizados porque un tuit puede incluir varios temas y por tanto estar en dos o más categorías. Siguiendo como ejemplo este tuit de Vox España, del 11 de enero, “Responsabilizamos a todos los partidos políticos por haber promovido la peligrosa islamización de Cataluña. Desde ERC al PP. Son culpables de la inseguridad ciudadana y la degradación de los barrios catalanes” (2021u). Este tuit incluye temas de la identidad española y amenazas, culpando a la clase política de la degradación urbana, e incluye temas de inseguridad a través del adjetivo “peligrosa” y la mención de “inseguridad ciudadana”. Además, durante este proceso hemos observado las palabras recurrentes de cada tema, en particular las que pertenecen especialmente a cada categoría. En varios casos algunas palabras eran tan prolíficas que lo incluimos en más de una categoría, por ejemplo, palabras como ‘ilegal’ o ‘mena’ fueron incluidas en todas las categorías. En esta parte combinamos elementos de un análisis de contenido riguroso y sistemático, destacando las palabras que ocurren con frecuencia, a la vez que involucramos un aspecto de *intuitive inquiry* (investigación intuitiva). Lo cual es una “postura epistemológica constructivista, que incorpora datos objetivos y subjetivos para proporcionar interpretaciones intersubjetivas que se basan en la comprensión intuitiva de los hallazgos por parte del investigador” (Anderson, 2007). Durante el proceso de leer y releer textos con una lente científica e indagadora, los diferentes temas y fenómenos se hacen perceptibles a la investigadora. Los temas analizados en el conjunto de datos han sido organizados a través de las siguientes categorías:

- 1. Inmigración e inseguridad:** esta categoría se corresponde con la asociación de inmigración e inseguridad en general, incluyendo la delincuencia a nivel local, así como la idea de que inmigrantes participan con mayor frecuencia en la actividad criminal (van Dijk, 1987). Estos tuits se incluyen bajo una lente de Ley y Orden para hablar de los inmigrantes (Fuchs, 2020) y hablan del ‘okupa’ en

términos de inseguridad y deterioro urbano, por lo que, dependiendo del contexto de su uso, ‘okupa’ también se incluye en la categoría de ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’. De la misma manera, la palabra ‘mafia’ se incluye en ambas categorías según se utilice haciendo referencia a crimen o gobierno.

*Palabras claves:* asesino, ataque, agresión, amenazan, barrios seguros, cuchillo, criminales, delincuentes, delincuencia, delitos, destrozar, destrozado, detención, detenido, droga, expulsión, familia, inseguridad, robos, ocupaciones, okupas, ley, orden, mafias, MENAs, miedo, *narcopisos*, ocupaciones, palizas, pena, robos, seguridad, traficantes, violaciones, violencia sexual, violentos, violentan, violadores.

1.1 **Terrorismo:** se refiere al riesgo que el terrorismo islámico supone a la seguridad nacional del (no habla de otros tipos de terrorismo, por ejemplo, separatista, neonazi etc.). En este contexto diferenciamos el uso de las expresiones ‘islam radical’ e ‘islam fundamental’ en cuanto a que el adjetivo ‘radical’ denota violencia y terrorismo. ambas expresiones se refieren a fenómenos socioculturales, pero el uso de la palabra ‘radical’ en estos datos siempre va acompañado de la idea de seguridad, mientras que el uso de la palabra ‘fundamental’ está vinculado con el tema de terrorismo.

*Palabras claves:* atentados islámicos, atentar, combatientes, Daesh, detenidos, policía, (policia), radical, radicales, salafista, talibanes, terroristas, terrorismo, yihadistas, yihadismo.

2. **Inmigración e identidad española (amenazas):** representa las variables que son percibidas como amenazas ideológicas para España. Por ejemplo, amenazas al catolicismo y la cultura y lenguaje español, incluyendo la idea que el islam es dominante y tiene una presencia exagerada en Cataluña. En esta categoría, incluimos las menciones de ‘islam fundamental’ que habla de los riesgos socioculturales de la presencia del islam en España. Además, esta categoría hace referencia a temas como la ‘invasión’ de inmigrantes, y una retórica sobre control de fronteras y territorios españoles. ‘Canarias’ en este caso es usado para referirse a la frontera española.

Por otra parte, destacamos las amenazas que proceden del gobierno y las políticas. La tesis de ‘contragolpe cultural’ (Inglehart & Norris, 2017) se refiere a un rechazo populista de la política progresista, por lo que en este estudio vemos temas como multiculturalismo, feminismo, y LGBTIQ+ usados para representar amenazas. Además, el separatismo y el *establishment* político, incluyendo los medios de comunicación, son citados como oponentes e involucrados en conspiraciones políticas que apoyan la inmigración.

*Palabras claves:* aula, barrios, buenismo, Canarias, catalán, catolicismo, colegios, control migratorio, convivencia, Corán, democracia, desenfrenada, degrada, diferencias culturales, élites, enemigo, entrada masiva, escuelas, español, estercoleros, ‘ERC PSC Cs y PP’, Europa, europea, feministas, Francia, franceses, fronteras, fundamentalista, globalistas, guarros, guetos, hacinamientos, hispanofobia, ideología, identidad, incivismo, integrarse, invasión, islamizar, Islamización, izquierda, lengua, libertad, mafia, medios, mezquitas, multicultural, musulmán, okupa, partidos, políticos, progre, republicano, república islámica, salafista, separatismo, Sharía, tensiones sociales, tierra, modo de vida, vecinos.

- 3. Economía:** habla de que la inmigración está mal para la economía, o que recursos destinados a los españoles están redirigidos a inmigrantes. Este tema vincula la inmigración con el paro extendido, la actividad económica informal, dificultades en varias industrias (hostelería), o que la inmigración está en contra de los valores de empresariedad.

*Palabras claves:* autónomos, ayuda pública, camioneros, chollo, comerciantes, desindustrialización, despilfarro, dinero público, economía, empleo estable, empobrece, familias, ganado, hosteleros, ilegal, industrias nacionales, jóvenes, jubilados, manteros, menudeo, negocios, pagas, pagamos, paguitas, pagando, paro, parados, subvenciones, subvencionados, trabajador, trabajamos, trabaja.

#### 4.2.1. Análisis según palabras claves

En esta sección se analizan las categorías señaladas anteriormente utilizando las palabras clave que hemos identificado para cada categoría y subcategoría. Este proceso implica la elaboración de una plantilla que se aplica sistemáticamente a cada categoría. El objetivo es identificar la frecuencia de cada palabra clave en las categorías y en el conjunto de datos, así como comprender la naturaleza del contexto en el que se emplean estas palabras. Por ejemplo, la aparición de la palabra (o más bien el acrónimo) “MENA” connota un significado positivo, negativo o neutro cuando se utiliza en nuestro conjunto de datos, lo mismo que una palabra aparentemente más inocua como “colegio” o “jubilado”.

De este modo, la ficha para el análisis se muestra a continuación. Está diseñada para ser aplicada a cada categoría y a cada conjunto de palabras clave. A continuación, se muestra un ejemplo de la palabra clave de la ficha utilizada para la categoría de ‘1. Inmigración e inseguridad’.

<i>Tuit</i>		asesino	ataque	agresión	amenaza	...	violador
No me extraña que los MENAS destruyan los carteles de @vox_es. Saben que con nosotros se les acaba el chollo.	Positivo						
	Neutral						
	Negativo						
Los menas y los okupas campan a sus anchas en Cataluña.  Para reestablecer la Ley el Orden @vox_es propone: <input checked="" type="checkbox"/> Reorganizar a los Mossos d’Esquadra para que dejen de	Positivo						
	Neutral						
	Negativo						

estar al servicio del separatismo y se ponga al servicio de los catalanes y de su seguridad.  #BarriosSeguros							
Más cadena perpetua para los peores criminales y violadores... y menos feministas de moqueta con escolta y seguridad privada que obligan a las mujeres de los barrios a convivir con menas y okupas.	Positivo						
	Neutral						
	Negativo						1

Figura 2: Ejemplo de ficha para análisis de palabras claves (fuente: elaboración propia).

#### 4.2.2 Delimitando los temas dentro de las categorías

Para abordar el concepto de las fake news dentro del conjunto de datos exploramos las ideas presentes en las categorías temáticas (establecidas en 4.2. *Categorización temática*). Debido a la definición de las fake news utilizada en la presente investigación – incluyendo prejuicios, sesgos y rumores – es pertinente explorar las fake news que se presentan como afirmaciones (o verdades) sobre inmigración por los autores (Carr et al. 2019). Exploramos los temas recurrentes en cada categoría clasificando las unidades a través de un proceso iterativo de la misma manera en que hemos organizado las categorías.

Empezamos este proceso con el establecimiento de un nuevo esquema para organizar los tuits basado en las ideas que aparecen de forma recurrente en cada categoría. Por ejemplo, en 3. *Economía* habíamos percibido la recurrencia de la idea de que los

inmigrantes reciben demasiadas ayudas del Estado, por lo que establecemos como tema ‘Los inmigrantes (ilegales) reciben demasiadas ayudas financieras’. Una vez que los datos están organizados por tema, o dicho de otra manera, las narrativas postuladas por los autores están puestas sobre la mesa, podemos profundizar en el concepto de las fake news. La Tabla 3 muestra los resultados de la extracción de los temas semióticos de cada unidad. Hemos llevado a cabo y organizado este análisis según las categorías delimitadas en 4.2. Categorización temática.

<b>(Tabla 3) Temas presentadas en los datos según categoría</b>	
<b>1. Inmigración e inseguridad</b>	
<b>Temas</b>	<p><b>I</b> La inmigración trae crimen e inseguridad</p> <p><b>II</b> Los MENAs y los centros de MENAs promueven crimen</p> <p><b>III</b> Los inmigrantes cometen violencia sexual</p>
<b>1.1 Terrorismo</b>	
<b>Temas</b>	<p><b>I</b> Terroristas llegan a España por la falta de control de fronteras</p> <p><b>II</b> Yihadismo e islamismo radical son prevalentes en Cataluña, y por lo tanto existe un alto riesgo de atentados terroristas.</p>
<b>2. Inmigración e identidad española (amenazas)</b>	
<b>Temas</b>	<p><b>I</b> El Islam está creciendo en Cataluña</p> <p><b>II</b> El Islam es fundamentalista; hay mezquitas fundamentalistas</p> <p><b>III</b> Hay una invasión migratoria</p> <p><b>IV</b> Hay una falta de control de fronteras</p> <p><b>V</b> Su cultura (islam) es demasiado diferente</p> <p><b>VI</b> Los ‘vecinos’ están preocupados por la inmigración en sus barrios</p> <p><b>VII</b> Francia es un ejemplo del multiculturalismo fracasado</p> <p><b>IIIX</b> La inmigración causa deterioro urbano</p> <p><b>IX</b> El Islam (árabe) está enseñando/usado en los colegios</p> <p><b>X</b> Existe discriminación hacia la lengua y/o cultura española</p> <p><b>XI</b> El separatismo promueve la inmigración y el islam</p> <p><b>XII</b> Las políticas progresistas promueven la inmigración y el islam</p>

	<b>XIII</b> El <i>establishment</i> político y mediático es incompetente y/o está ocultando información sobre la inmigración
3. Economía	
Temas	<b>I</b> El gobierno abandona familias, trabajadores y jubilados <b>II</b> Los inmigrantes (ilegales) reciben demasiadas ayudas financieras <b>III</b> El gobierno dirige demasiado dinero público a los inmigrantes <b>IV</b> La inmigración está vinculada con la desindustrialización de España <b>V</b> La actividad económica de los inmigrantes es ilegal <b>VI</b> La inmigración está mal para la economía española en general

Fuente: elaboración propia.

### 4.3 Fact-checking

Estamos pasando por lo que Kessler (2014) llama un “boom mundial” en *fact-checking* (citado en Graves, 2017 p. 519). En la última década han surgido varias páginas webs que se dedican a la comprobación de los discursos y declaraciones de los actores influyentes en la esfera pública (Graves, 2017). Desde 2001, el *fact-checking* ha aumentado más del 900% en los periódicos y más del 2.000% en los medios de comunicación audiovisual. (Amazeen, 2013 citado en Tsfati et al. 2020). En España, Maldita.es y Newtral se encuentran entre las organizaciones de *fact-checking* más conocidas. Según los críticos del *fact-checking*, esta práctica es errónea por su objetivo de ofrecer conclusiones fácticas a opiniones subjetivas, como los discursos políticos, que en su mayoría se construyen sobre la base de valores e ideologías (Graves, 2017 p. 520). Sin embargo, Graves (2017) argumenta que el *fact-checking* se encuentra en el seno de la investigación periodística y producción de noticias.

En muchos casos, el *fact-checking* requiere una serie de pasos. En primer lugar, se ha de elegir o destacar las declaraciones a comprobar teniendo en cuenta el interés generado en el público, las implicaciones en el debate político, y la posibilidad de comprobar tales declaraciones ya que ciertos textos, como las opiniones, no son comprobables (Palomo & Sedano, 2018). La manera en que una declaración se desarrolla por el paisaje mediático ofrece pistas contextuales sobre su validez, por ejemplo, la fuente original y los actores que han compartido o difundido la información son elementos importantes (Graves, 2017). Además, hace falta consultar con expertos lo que puede incluir el uso de bases de datos de organismos gubernamentales y fuentes académicas

(Graves, 2017; Palomo & Sedano, 2018). No obstante, encontrar expertos ‘neutrales’ puede ser difícil por lo que siempre que sea posible es mejor consultar fuentes primarias (Graves, 2017 p. 528).

Para llevar a cabo nuestro proceso de *fact-checking* de tuits identificamos las ideas globales o los temas recurrentes en cada categoría y demostramos las narrativas sobre la inmigración que Vox usa de forma repetitiva en su Twitter. La Tabla 3 muestra las afirmaciones recurrentes identificadas. Posteriormente destacamos hechos y declaraciones que son adecuados para ser sometidos a un proceso de *fact-checking*. Dichas declaraciones deben ser presentadas como datos, eventos o fenómenos de los cuales podemos investigar su origen, difusión, y veracidad.

Como mencionamos antes, hay varios tuits que entran en más de una categoría. En estos casos señalamos el dato que se corresponde con la categoría en cuestión. Por ejemplo, miramos a este tuit de María García: “Es la ciudad que más mezquitas fundamentalistas tiene y la que más terroristas yihadistas ha tenido que detener este año” (García Fuster, 2021). La parte sobre ‘mezquitas fundamentalistas’ se comprueba en la categoría ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’, mientras que la parte sobre ‘terroristas yihadistas’ será comprobada en ‘1.1 Terrorismo’.

Para determinar la naturaleza de los hechos presentados utilizamos el sistema de clasificación expuesto por el sitio web catalán Verificat<sup>10</sup>. La escala utilizada por Verificat incluye los matices que suelen aparecer a la hora de determinar si una información es precisa (Carr et al. 2019). Del mismo modo que las opiniones no pueden someterse a un proceso de *fact-checking*, los hechos no pueden someterse a un esquema binario que excluya la tarea de definir lo que es “verdadero” (Lewandowsky et al. 2012). El sitio web Newtral utiliza una escala similar para clasificar la información, sin embargo, la escala utilizada por Newtral no incluye la opción de “no comprobable” (Newtral, s.f.-a).

---

<sup>10</sup> Verificat se constituyó como organización sin ánimo de lucro en 2019. Es la primera organización de *fact-checking* de Cataluña y se unió a la International Fact Checking Network en 2020. Se ha centrado en la pandemia del COVID-19 y en las elecciones de Barcelona de 2019, así como en la desinformación política en Cataluña. En 2021, Verificat y Newtral.es comenzaron a trabajar juntos para verificar las declaraciones políticas realizadas durante la campaña electoral catalana (Newtral, s.f.-b).

En nuestro estudio utilizamos la siguiente escala de Verificat:

**“Verdadero:** Se reafirma tras consultar las distintas fuentes.

**Verdad a medias:** El grueso de la información es correcto, pero obvia detalles contextuales de modo que puede inducir a una interpretación errónea de la realidad.

**Engañoso:** Contiene alguna información verídica, pero esconde hechos relevantes. Los datos son insuficientes para comunicar la realidad o la manipulan.

**Falso:** Las fuentes oficiales y las investigaciones no respaldan la afirmación.

**No comprobable:** Los datos oficiales disponibles o las investigaciones realizadas no son suficientes para probar si es verdadero o falso” (Verificat, s.f.).

#### **4.3.1. Fact-checking de ‘1. Inmigración e inseguridad’**

Tras la organización de los tuits en categorías y subcategorías, y la identificación de las declaraciones recurrentes, la información presentada en los datos puede ser comprobada. En la categoría de ‘1. Inmigración e inseguridad’, identificamos las declaraciones presentadas como ‘hechos’ concretos o declaraciones que pueden ser comprobados a través de datos (Graves, 2019), es decir que no son presentados como opiniones o comentarios. Este proceso está copiado para las otras categorías.

🐦 “Ataque a pedradas de 150 menas magrebíes contra cuatro policías y guardias civiles al sur de Gran Canaria.” (Vox, 2021a).

**Fact-checking:** Estos datos fueron publicados por la primera vez en *Libertad Digital* el 13 de enero de 2021 y no han sido publicados por otros sitios ni publicaciones más conocidas. Las personas que cuentan y comentan sobre los eventos en la noticia lo hacen de forma anónima (León, 2021). La noticia de *Libertad Digital* fue compartida en la página de Facebook de la Asociación Unificada de Guardias Civiles (AUGC) con el texto “Así fue el ataque a pedradas de un grupo de menas contra policías y guardias civiles del sur de Gran Canaria” que era igual del título del artículo (AUGC, 2021). Otras pequeñas publicaciones digitales, como *Sur Digital* y *Maspalomas Ahora*, han hecho reportajes similares, pero sin citar las cifras contadas por Vox y *Libertad Digital*. En el portal de noticias del Gobierno de Canarias, no existía registro de esta noticia y

tampoco en la sala de prensa de la Policía Nacional. En suma, no existen otro registro de estos datos. Falso.

🐦 “Tres jóvenes inmigrantes ilegales rajan el cuello a un hombre en Pamplona para intentar robarle” (Vox, 2021b).

**Fact-checking:** En este tuit, Vox España comparte un enlace para un artículo de esta supuesta noticia publicada en *Navarra.com*, con el título “Tres jóvenes rajan el cuello a un hombre en Pamplona tras intentar robarle: detenidos por intento de homicidio” (“Tres jóvenes,” 2021). El artículo fue publicado por *Navarra.com* el 4 de enero 2021, y luego por otras páginas como *Mediterráneo Digital* (publicado el 7 de enero 2021), *El Matinal* (publicado el 7 de enero 2021) y *Altavoz de Sucesos* (publicado el 5 de enero). Ninguna de las agencias de noticias más importantes hizo reportaje sobre la incidencia. No existe un registro de este crimen en la sala de prensa de la Policía Nacional ni en el Twitter de la Policía Municipal de Pamplona, lo cual incluye varios tuits todos los días de varios delitos desde ‘botellones’ hasta narcotráfico y posesión de armas. En suma, no existen otro registro de estos datos. Falso.

🐦 “El 46% de robos es de origen extranjero” (Vox, 2021c).

**Fact-checking:** Ninguna cita se menciona junto con este dato. Hemos analizado datos de un periodo de cinco años: desde 2015 hasta 2020 (los datos más recientes) y según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el porcentaje de robos cometidos por personas extranjeras en España oscila entre el 23 y el 26% (INE, s.f.). En suma, no se puede verificar estos datos. Falso.

🐦 “El separatismo catalán apoya la inmigración magrebí por ser más reacia a usar el español que la latina” (Gallego, 2021a).

**Fact-checking:** Según datos del Generalitat de Catalunya, en 2020, la población extranjera de Cataluña consistía en 391.950 personas de Europa (31,09% de la población extranjera), 324.269 de África (25,72%), 355.919 de América<sup>11</sup> (28,23%),

---

<sup>11</sup> 10.872 personas de esta cifra eran de América Norte (Instituto de Estadística de Cataluña, 2021).

187.272 de Asia (14,86%) y 1.056 de Oceanía (0,08%) (Instituto de Estadística de Cataluña, s.f.). La población inmigrante más grande en Cataluña procede de América por lo que no hay discriminación hacia el uso del español en relación con la inmigración. En suma, no se puede verificar este dato. Falso.

🐦 “@TwitterEspana censuró nuestra cuenta por dar unos datos del INE que decían que 0,2 % de la inmigración en Mataró cometía el 93% de los delitos” (Vox Barcelona, 2021a)

**Fact-checking:** Datos del gobierno municipal dicen que en 2019 el 3,06% de la población de Cataluña procedía del Magreb (Marruecos, Sáhara Occidental, Argelia, Mauritania, Túnez y Libia) (citado en VerificaRTVE, 2021). Datos del Ministerio del Interior dicen que el número total de delitos cometidos en Mataró en 2020 fue 2.920 (citado en VerificaRTVE, 2021). Según el INE, en Cataluña el 56% de los delitos son cometidos por españoles y el 13% por personas del continente africano en general (citado en VerificaRTVE, 2021). En el tuit anterior a que este tuit hace referencia, Vox España cita un artículo de *La Vanguardia* que dice que un grupo de nueve inmigrantes de menor edad que cometieron 70 delitos es de este dato que Vox saca la cifra de ‘93%’ (citado en VerificaRTVE, 2021). Sin embargo, en Mataró en 2020 había un total de 2.920 delitos, y entre los cometidos por la población Magreb es menos de 3% (Ministerio del Interior, 2021 citado en VerificaRTVE, 2021). El dato es falso.

🐦 “Unos 100 ilegales han logrado saltar la valla de Melilla esta mañana” (Vox, 2021d).

**Fact-checking:** Periódicos como *El Mundo* (Sánchez, 2021) y *El País* (Ortega Dolz, 2019) corroboran que el día 19 de enero 2021 a las 7:20, aproximadamente 150 personas subsaharianas saltaron la valla de Melilla, pero solo 87 lograron entrar. Entonces, la forma en que la información es presentada es deliberadamente falsa, siendo engañoso decir ‘unos 100’ siendo la cifra menor.

🐦 “Canarias empieza 2021 pulverizando los récords de llegadas por mar respecto al año anterior” (Vox, 2021d).

**Fact-checking:** Según los datos del Ministerio del Interior, entre el 1 de enero y el 15 de marzo 2021, el número de inmigrantes llegados a Canarias por vía marítima era 2.580, un aumento de 111,6% respecto al año pasado (1.219 inmigrantes). Sin embargo, el número de inmigrantes llegados a toda España por vía marítima durante este periodo fue de 4.377, un aumento del 8,5% frente a 2020. Además, si nos fijamos en los datos del año completo del 1 de enero al 31 de diciembre 2021, al final de 2021 hubo 22.316 inmigrantes llegados por vía marítima a Canarias lo que supone una caída del 4,1% respecto al año anterior (Ministerio del Interior, s.f.). En suma, la noticia tiene aspectos verdaderos, pero a la vez aspectos engañosos. Engañoso.

🐦 “Luchamos decididamente contra la violencia sexual, no gastándonos millones de euros en propaganda, sino incrementando las penas y expulsando a los inmigrantes que las cometen” (Vox Lérida, 2021a).

**Fact-checking:** Según datos del INE, 4.474 españoles fueron detenidos en 2020 por delitos relacionados con la violación, agresión y acoso sexuales (0,01% de la población total), comparado 599 personas originarias de África (0,05% de la población africana en España), 562 de América (0,01% de la población americana en España) y 133 de Asia (0,02% de la población asiática en España) (INE, s.f.). En suma, podemos clasificar este dato como falso.

#### 4.3.2. **Fact-checking de ‘1.1 Terrorismo’**

🐦 “Más del 30% de operativos contra el yihadismo en España, se han producido en Cataluña” (Garriga, 2021a).

**Fact-checking:** Este dato apareció en un tuit de Ignacio Garriga sin la mención de una fuente. Según datos del Observatorio Internacional de Estudios Sobre Terrorismo acerca de operaciones policiales frente al terrorismo yihadista en España, en 2020 hubo un total de 23 operaciones en total en todo el país de las cuales 7 ocurrieron en Cataluña lo que se representa el 30,34% (Igualada, 2021). En suma, se puede verificar este dato. Verdadero.

🐦 “[Cataluña] Es la comunidad con más detenidos este año por terrorismo islamista” (Garriga, 2021b)

**Fact-checking:** Este dato está mencionado sin cita en el tuit de Joan Garriga. Postulamos que su tuit se refiere a los doce meses anteriores de la fecha de publicación. Datos del Observatorio Internacional de Estudios Sobre Terrorismo acerca de operaciones policiales frente al terrorismo yihadista en España indican que en 2020 había 37 personas detenidas en relación con el yihadismo en España (Igalada, 2021). De esta cifra, nueve de las detenciones ocurrieron en Cataluña tras cuatro operativos lo que supone el número máximo de detenidos en una sola comunidad autónoma. Madrid es la siguiente comunidad autónoma con siete detenidos tras siete operativos (Igalada, 2021). En suma, se puede verificar este dato. Verdadero.

🐦 “Los yihadistas detenidos en Barcelona llegaron a España en patera...” (Vox, 2021f).

🐦 “Los yihadistas ... llegaron en patera...” (Vox, 2021e).

**Fact-checking:** A pesar de que este dato no está mencionado en la nota de prensa de la Policía Nacional, ni en la entrada sobre este operativo en la página del Observatorio Internacional de Estudios Sobre el Terrorismo (Igalada, 2022), periódicos como *El Mundo* (Martialay, 2021) y *La Vanguardia* (Vera & Guindal, 2021) han mencionado que el líder de la operación entró por “vía marítima” (Vera & Guindal, 2021). Además, en la entrada en la página del Observatorio Internacional de Estudios Sobre el Terrorismo se incluyó un enlace para el artículo de *La Vanguardia* (Igalada, 2022). En suma, se puede comprobar este dato. Verdadero.

🐦 “Los yihadistas que planeaban un atentado en Barcelona ...” (Vox, 2021e).

🐦 “Los yihadistas detenidos en Barcelona ... estaban dispuestos a atentar” (Vox, 2021f).

**Fact-checking:** Según el artículo de *La Vanguardia* que fue incluido en la entrada del Observatorio Internacional de Estudios sobre el Terrorismo, “fuentes policiales” decían: “Barcelona era un lugar de paso. No detectamos que tuvieran arsenal ni armas para perpetrar un atentado inminente, pero si teníamos la información suficiente de que eran un peligro porque podían cometer un ataque terrorista como el de Viena hace unos

meses”, además por parte de la policía “se procedió a la detención porque había ‘indicios de que tenían intención de marcharse a otro país’” (Vera & Guindal, 2021). Así, este dato es falso.

🐦 “Detenidos en Barcelona un comando de excombatientes yihadistas” (Gallego, 2021f).

**Fact-checking:** La nota de prensa de la Policía Nacional (Dirección General de la Policía, 2021) y un reportaje del Observatorio Internacional de Estudios Sobre el Terrorismo (Igalada, 2022) muestran que uno de los tres detenidos tenía vínculos con Daesh: “se evidenció que uno de los sujetos era yihadista retornado de la zona de conflicto sirio-iraquí, donde habría militado, durante un reseñable espacio de tiempo, en las filas de Daesh.” (Dirección General de la Policía, 2021). Estas fuentes indican que los otros detenidos eran radicalizados por el excombatiente de Daesh: “los otros dos detenidos son un acólito suyo al que adoctrinó y un facilitador de apoyo logístico” (Igalada, 2022). En suma, podemos clasificar este dato como ‘verdad a medias’.

🐦 “Hoy la Policía Nacional ha detenido a 3 yihadistas” (Garriga, 2021c).

**Fact-checking:** Este operativo ocurrió en colaboración con el Centro Nacional de Inteligencia (CNI), los Servicios de Inteligencia Argelinos, el *Federal Bureau of Investigation* (FBI) de Estados Unidos y EUROPOL (Dirección General de la Policía, 2021). Las autoridades argelinas alertaron a la Policía Nacional de España de la entrada del grupo al país; “una semana después de recibir la alerta de Argelia -en torno al 31 de diciembre- ya tenían localizados a los supuestos terroristas y estaban vigilados las 24 horas del día” (Vera & Guindal, 2021). Sin embargo, fue la Policía Nacional quien detuvo a los tres individuos (Dirección General de la Policía, 2021; Igalada, 2022). Así, se puede verificar este dato. Verdad.

🐦 “Es la ciudad ... que más terroristas yihadistas ha tenido que detener este año” (García Fuster, 2021).

**Fact-checking:** En primer lugar, tenemos que asumir que ‘la ciudad’ en cuestión es Barcelona. El texto anterior lee: “Cataluña es centro neurálgico del islamismo radical en

España”, pero no hay mención de una ciudad concreta. Además, María García Fuster es “la Diputada de Vox por Barcelona” según su biografía de Twitter. Datos del Observatorio Internacional de Estudios sobre el Terrorismo dicen que, en 2020, había siete personas detenidas en Barcelona y siete personas detenidas en Madrid en relación con el terrorismo yihadista; la mayor cifra de todas las ciudades de España (Igalada, 2021). Sin embargo, el dato es falso debido al hecho que había el mismo número de personas detenidas en ambas ciudades. Falso.

🐦 “Gerona es una de las provincias con mayor número de detenidos por yihadismo islámico” (Vox, 2021g).

**Fact-checking:** Este dato va acompañado de un enlace a un artículo del *Diario de Girona* del 17 de agosto de 2020, cinco meses antes de la publicación de este tuit. El artículo usa datos del Ministerio del Interior sobre las operaciones y detenciones terrorismo yihadista desde 2012 hasta abril 2020 (Batlle, 2020). Este informe se puede consultar en la página del Ministerio del Interior (aunque el artículo no incluye un enlace a la fuente). En este periodo en Gerona, hubo 13 operaciones y 18 detenidos (El Ministerio del Interior, s.f.-a). En Barcelona hubo el mayor número de operaciones y detenidos con 54 y 97 respectivamente (Ministerio del Interior, s.f.-a). En Madrid hubo 43 operaciones y 83 detenidos; Melilla 21 y 37; Ceuta 17 y 34; Alicante 13 y 21; Valencia 16 y 16; y Guipúzcoa 12 y 17 (Ministerio del Interior, s.f.-a).

Mientras es difícil de entender completamente el contexto dado a las limitaciones del tuit, el resto del tuit critica las políticas del ‘buenismo’ y la falta de control de fronteras, pero no ofrece suficiente contexto para entender este dato como algo útil y realmente informacional. Se podría considerar Gerona una de las provincias con mayor número de detenidos si lo comparamos con Huelva y León ya que en las dos hubo una operación y un detenido en este periodo. Pero en comparación con Madrid, Barcelona, Melilla y Ceuta, Gerona no es una de las provincias con mayor número de detenidos por yihadismo. En suma, el dato no ofrece suficiente contexto para entender plenamente la situación, así lo etiquetamos como engañoso.

🐦 “Sólo VOX exigió aplicar la ley de Seguridad Nacional ante la invasión migratoria” (Vox, 2021h).

**Fact-checking:** No hay suficientes datos para comprobar esta afirmación. Este tuit incluye un enlace para un artículo de *La Razón* con el título “Daesh ordena a sus «lobos» atacar iglesias y policías en España” (Zuloaga, 2021). Sin embargo, el artículo no menciona a Vox. Además, no existe un registro de Vox pidiendo la ley de Seguridad Nacional tras una búsqueda. No han aportado suficientes datos para comprobar este dato. No comprobable.

#### 4.3.2. *Fact-checking* de ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’

🐦 “Se puede estudiar islam en las aulas pero no escoger el Español como lengua de aprendizaje” (Garriga, 2021d).

🐦 “Implantan la religión islámica en los colegios de Cataluña. Pero no dejan escoger el español como lengua vehicular” (Vox, 2021i).

**Fact-checking:** Estos tuits en realidad presentan dos hechos para comprobar y los analizamos simultáneamente debido a que ambos tienen un enlace para un artículo de *ABC*, “Cataluña extiende la asignatura de religión islámica en la escuela pero veta el castellano” (Armora, 2021). En primer lugar, tratamos la parte sobre la oferta de islam en los colegios. Según la Ley de Educación de Catalunya 12/2009, del 10 de julio, “La enseñanza de otras religiones se ajustará a lo dispuesto en los Acuerdos de Cooperación” que incluye un acuerdo entre España y la Comisión Islámica de España” (Educación de Cataluña, 2009). Así, el estudio del islam en los colegios catalanes está de acuerdo con una ley de una década antes de la publicación del artículo de *ABC*. Además, en 2018, ya estaban ofreciendo el islam en colegios en Andalucía, Aragón, Castilla y León, el País Vasco, Madrid y Canarias. La Rioja, Galicia, Extremadura, Valencia, Navarra e Islas Baleares (Unión de Comunidades Islámicas de España, 2018).

Para analizar la segunda parte del tuit, nos referimos de nuevo a la Ley de Educación de Catalunya 12/2009, del 10 de julio. Mientras que la ley reconoce catalán como “la lengua normalmente utilizada como lengua vehicular y de aprendizaje del sistema educativo” también dice “los padres o los tutores de los alumnos de la lengua habitual de los cuales sea el castellano puede instar... que sus hijos reciban atención lingüística

individualizada en esta lengua” (Educación de Cataluña, 2009). Luego en 2012, el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña (TSJC) reconoció el castellano y el catalán como ‘lenguas vehiculares’ en el sistema educativo catalán (Baquero, 2015).

Entonces, podemos comprobar que sí se puede estudiar el islam en las aulas. Pero, a la vez, se puede escoger el español como lengua de aprendizaje. Sin embargo, el contexto sobre el islam en los colegios en Cataluña no está presentada de forma transparente y precisa, y este dato está presentado de forma sesgada. En suma, clasificamos ese tuit como engañoso.

🐦 “Cataluña implanta la religión islámica en las aulas” (Garriga, 2021e).

**Fact-checking:** Refiriendo a la comprobación que hemos hecho arriba, clasificamos este dato como engañoso al ser presentado de una forma que puede manipular el entendimiento del contexto. Engañoso.

🐦 “El islamismo crece en Gerona un 5% en un año, sumando más de 90.000 fieles”. (Vox, 2021q).

**Fact-checking:** Según datos de la Unión de Comunidades Islámicas de España, en 2019 en Gerona había un total de 90.900 musulmanes (56.043 extranjeros y 34.857 españoles) (UCIE, 2020). En 2020, había un total de 96.323 (58.810 extranjeros y 37.513 españoles), suponiendo un crecimiento en la representación de islam en Gerona de 5423 personas (aumento del 5,9%) (UCIE, 2021). Sin embargo, islamismo (como es mencionado en el tuit) es una doctrina fundamentalista que buscar la realización de la religión a través de la política. Así, este dato es falso.

🐦 “Un policía malagueño muere por Covid tras custodiar a inmigrantes ilegales, alguno de ellos contagiados, en Canarias. Cuando regresó a Málaga no le hicieron PCR e ingresó en el hospital 2 días después” (Vox, 2021j).

**Fact-checking:** a pesar de no encontrar una fuente primaria en la forma de una nota de prensa de la policía o un informe gubernamental, podemos juntar datos usados en artículos periodísticos para intentar formar una percepción más clara de los eventos.

Según un artículo de *OKDiario* (Egea, 2021) compartido por enlace en el mismo tuit, el policía Antonio Jesús Martín murió después de complicaciones relacionadas con el COVID-19 el 4 de enero 2021; este dato está corroborado por un artículo de *La Razón* (Zuloaga, 2021a). Antonio Jesús Martín formó parte del Grupo Gama 30 que intervenía durante la llegada de inmigrantes al muelle de Arguineguín, en Canarias, regresó a Málaga el 30 de diciembre y le hicieron una prueba de antígenos que dio negativo.

*OKDiario* dice el “2 de enero se sometió a una PCR” (Egea, 2021), mientras que *La Razón* (que cita un representante del sindicato de La Confederación Española de Policía) dice “el 1 de enero se le hizo una PCR que dio resultado positivo” (Zuloaga, 2021a). Sin embargo, el artículo de *OKDiario* se contradice al decir: “El día 1 de enero Antonio empezó a sentirse realmente mal. El agente, casado y padre de dos hijos, acabó en el hospital donde, ante los precedentes que explicaba sobre dónde había estado y los síntomas que presentaba, se le sometió a una prueba PCR”. El representante de la CEP dice: “el día 2 ingresó en un centro hospitalario”.

Ningún artículo menciona la fuente de infección. Podemos corroborar que el policía regresó a Málaga después de una operación de control de llegada de personas a Canarias y no le hicieron una PCR y le ingresaron en el hospital el día 1 o 2 de enero. Sin embargo, el estado de infección de los inmigrantes no se puede comprobar. Entonces etiquetamos este tuit como falso.

🐦 “Es la ciudad que más mezquitas fundamentalistas tiene...” (García Fuster, 2021).

**Fact-checking:** En primer lugar, tenemos que asumir que ‘la ciudad’ en cuestión es Barcelona. El texto anterior lee “Cataluña es centro neurálgico del islamismo radical en España”, pero no hay mención de una ciudad concreta. Además, Maria Garcia Fuster es “la Diputada de VOX por Barcelona” según su biografía de Twitter. Datos sobre ‘Centros de Culto’ del Instituto de Estadística de Cataluña dicen que en Barcelona hay 42 centros islámicos – es la tercera religión en cuanto a número de centros en Barcelona, mientras que hay 288 ‘Centros de culto católicos’ y 263 ‘Iglesias Evangélicas’ (Centros de Culto, s.f.). En Cataluña, Barcelona es la ciudad con el mayor

número de centros de la fe islámica, seguido por Bajo Llobregat y Vallés Oriental, ambos con 23 centros islámicos.

Sin embargo, este tuit menciona “mezquitas fundamentalistas” por lo que es más difícil de desentrañar. Un artículo de *La Vanguardia* de 2015 dice que “según datos de los servicios de inteligencia e información de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado (FCSE)” a los que ha tenido acceso el periódico, “de los 1.264 centros de culto islámico identificados en España, las fuerzas de seguridad han vinculado con el salafismo a 98 de ellos” (Martín de Pozuelo, 2015). Además, “algo más de la mitad, unos 50, se encuentran ubicados en Catalunya” (Martín de Pozuelo, 2015). El artículo menciona que “las fuentes” consultadas “no abundan en el aspecto geográfico” y que “han detectado en centros religiosos situados en los municipios de Reus y Torredembarra (Tarragona), Vilanova i la Geltrú (Barcelona) y Salt (Girona)” sin especificación (Martín de Pozuelo, 2015). Entonces, según este artículo la mayoría de las mezquitas fundamentalistas en España se ubican en Cataluña, y de este modo, podrían concentrarse en la capital, Barcelona. Sin embargo, no haremos este tipo de especulación, y calificamos esta noticia de ‘engañosa’ por presentar información insuficiente.

🐦 “Cataluña es la segunda región de España que más menas acoge” (Vox, 2021k).

**Fact-checking:** Al 31 de diciembre 2020, Cataluña fue la tercera región que más MENAS acoge, según datos del Ministerio del Interior (s.f.-c). La primera era Andalucía (2.507), luego Canarias (1.849) y luego Cataluña (1.168) (Ministerio del Interior, s.f.-c). Debido que la segunda región acoge un tercero más que Cataluña, el dato es falso.

#### **4.3.2. Fact-checking de ‘3. Economía’**

🐦 “Siguen trayendo a miles de inmigrantes ilegales con sus correspondientes paguitas de seiscientos euros” (Vox Tarragona, 2021a).

**Fact-checking:** Según datos del Sistema Estadístico de Criminalidad recogidos por Maldita, los MENAS no reciben pagas (2022). La ausencia de pagas es consistente a todas las comunidades de España (Maldita, 2022). Entonces, este dato es falso.

🐦 “Inmigrantes ilegales con una actividad ilegal tienen un sindicato que los ampara” (Lora, 2021a).

**Fact-checking:** Este tuit se refiere a un artículo de 20Minutos sobre la trasladación del ‘Sindicatos de Manteros’ en Barcelona (“*El Sindicato de Manteros*,” 2021). Un artículo de *El País* que describe la fundación del Sindicato de Manteros explica su estatus como asociación de trabajadores, y no como un sindicato oficial porque no tiene apoyo institucional (Congostrina, 2018). El artículo de *20 Minutos* explica que la función de dicho sindicato está más alineada con la de una cooperativa, por ejemplo, ayudando una “mujer mayor en situación de dependencia y vulnerabilidad” encontrar alojamiento (“*El Sindicato de Manteros*,” 2021). La protección que ofrece el Sindicato de Manteros a sus socios es una protección del mismo colectivo. Aunque tiene apoyo de organizaciones y ONGs, no tiene el estatus de un sindicato oficial que tiene acceso a la negociación gubernamental. Entonces, la afirmación es engañosa.

🐦 “La gente que ha levantado la economía de Cataluña ... no reciben ayudas sus bares tienen que cerrar” (Lora, 2021b).

**Fact-checking:** A finales de 2020, la Generalitat de Cataluña abrió dos líneas de ayudas financieras para la hostelería, incluyendo pagos entre 2.000 y 3.000 euros para bares y locales que han sido afectados por la pandemia de COVID-19 (Ubieto, 2020). Aunque la segunda línea fue introducida porque la primera fue agotada (Ubieto, 2020), este tuit no habla de la efectividad de las ayudas, sino de su existencia en sí. Entonces, este dato es falso.

## 5. Resultados

Para comprender los discursos presentes en el conjunto de datos, organizamos inicialmente los tuits en tres categorías y una subcategoría: 1. 1. Inmigración e

inseguridad; 1.1. Terrorismo; 2. Inmigración e identidad española (amenazas); y 3. Economía (Tabla 4). Los resultados de esta organización inicial mostraron que la mayoría de los tweets (73%) trataban temas relacionados con Inmigración e identidad española (amenazas). La categoría con el segundo mayor volumen de tuits fue 1. Inmigración e inseguridad (28%), que incluía la subcategoría 1.1 Terrorismo (9%). La categoría 3. Economía fue la que menos tuits tuvo (15%). Esta categorización inicial nos ayudó a entender los temas principales que fueron discutidos por Vox y cómo esto se relaciona con temas mayores de nacionalismo y fake news.

Categoría (o subcategoría)	Numero de tuits
1. Inmigración e inseguridad	64
1.1. Terrorismo	20
2. Inmigración e identidad española (amenazas)	107
3. Economía	33

Tabla 4: Los resultados de la categorización de los tuits (fuente: elaboración propia).

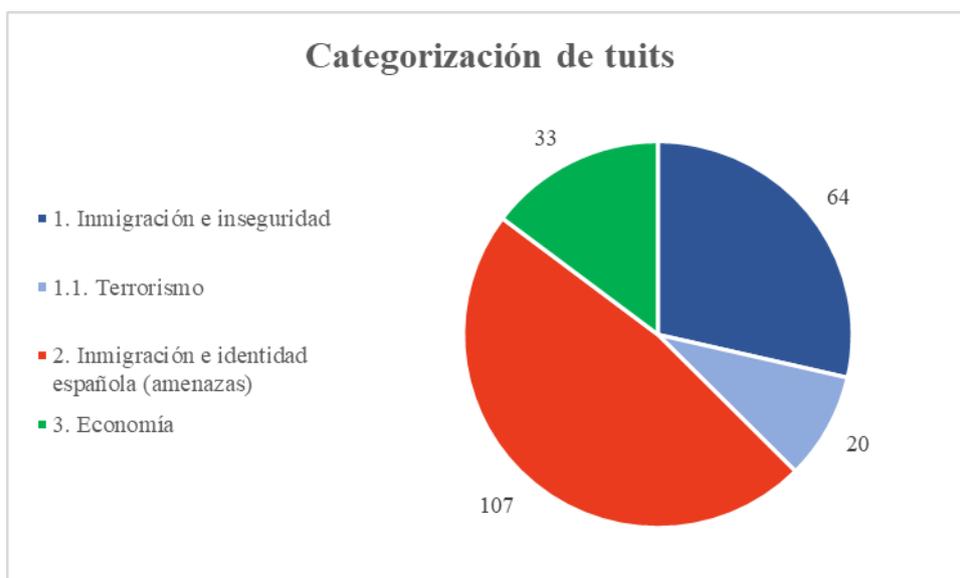


Gráfico 1: Representación proporcional del número de tuits de cada categoría (de un total de 139 tuits).

Nota: Algunos tuits se clasificaron en más de una categoría (fuente: elaboración propia).

A continuación, emprendimos un proceso de recuento y clasificación de las palabras clave identificadas en cada categoría para comprender su carácter negativo, neutro o positivo (apéndice 1). Los resultados revelaron un discurso abrumadoramente negativo:

la mayoría de las palabras se clasificaron como negativas, incluyendo palabras que no denotan necesariamente negatividad, como “familias” y “barrios”.

Esto demostró el uso de valores nacionalistas dentro del conjunto de datos, ya que palabras como “inmigración” se utilizaron exclusivamente en un sentido negativo. En ‘1. Inmigración e inseguridad’, las palabras clave fueron utilizadas 219 veces, de las cuales sólo dos fueron positivas y ninguna neutras. En ‘1.1. Terrorismo’, hubo 50 casos de palabras clave: 47 negativas, 1 neutra y 2 positivas. En 2. Inmigración e identidad española (amenazas) las palabras clave se utilizaron 404 veces: 387 veces con un tono negativo, 14 veces con un tono positivo y tres veces con un tono neutro. En tres. Economía, las palabras clave se utilizaron 96 veces: 91 veces con un tono positivo y cinco veces con un tono positivo.

Para comprender mejor cómo pueden explorarse las fake news a través de la fenomenología, especialmente en lo que respecta a la instrumentalización de prejuicios y rumores, extrajimos los temas identificables de cada categoría. Los resultados de este proceso apoyaron nuestra hipótesis de que Vox utiliza fake news, dado que cada tuit podía clasificarse en un tema general basado en prejuicios comunes sobre los inmigrantes. La categoría ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’ fue la que incluyó el mayor número de temas identificados (13), lo que era de esperar dado el alto volumen de tuits en esta categoría.

El tema con mayor número de tuits fue el 1. Inmigración e inseguridad “I - La inmigración trae crimen e inseguridad” (Gráfico 2). Esta categoría, y su subcategoría 1.1 Terrorismo tuvieron el menor número de temas identificados: tres y dos respectivamente. La categoría 3. Economía, que tuvo el menor número de tuits, arrojó seis temas. El tema “I - El gobierno abandona a las familias, los trabajadores y los jubilados” tuvo el mayor número de tuits (12).

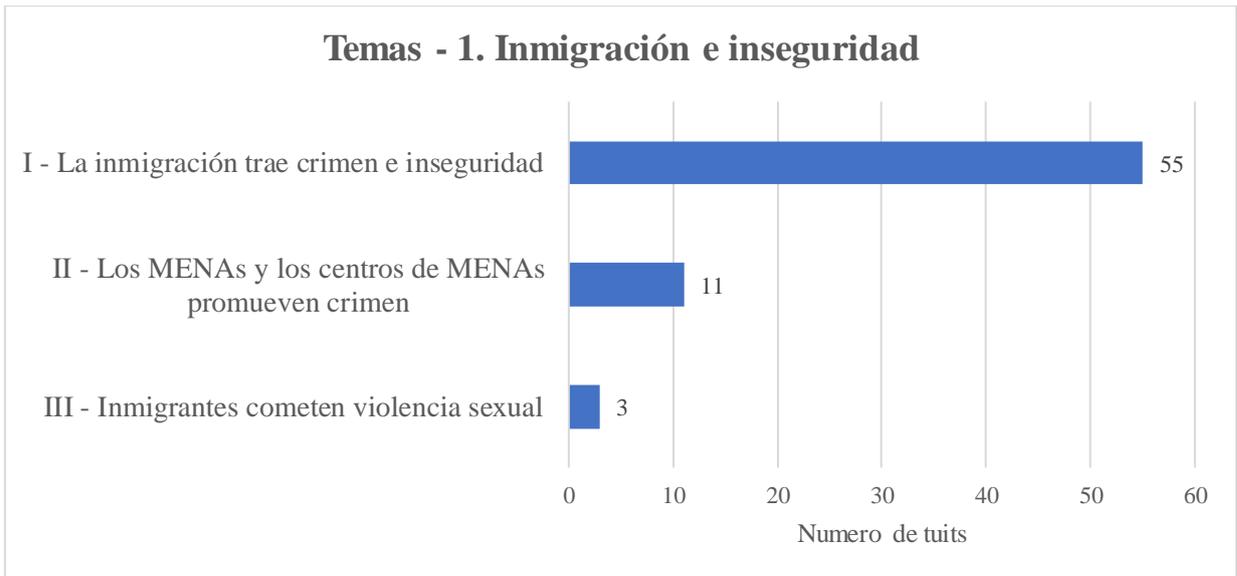


Gráfico 2: Temas presentados y volumen de tuits según 1. Inmigración e inseguridad (fuente: elaboración propia).

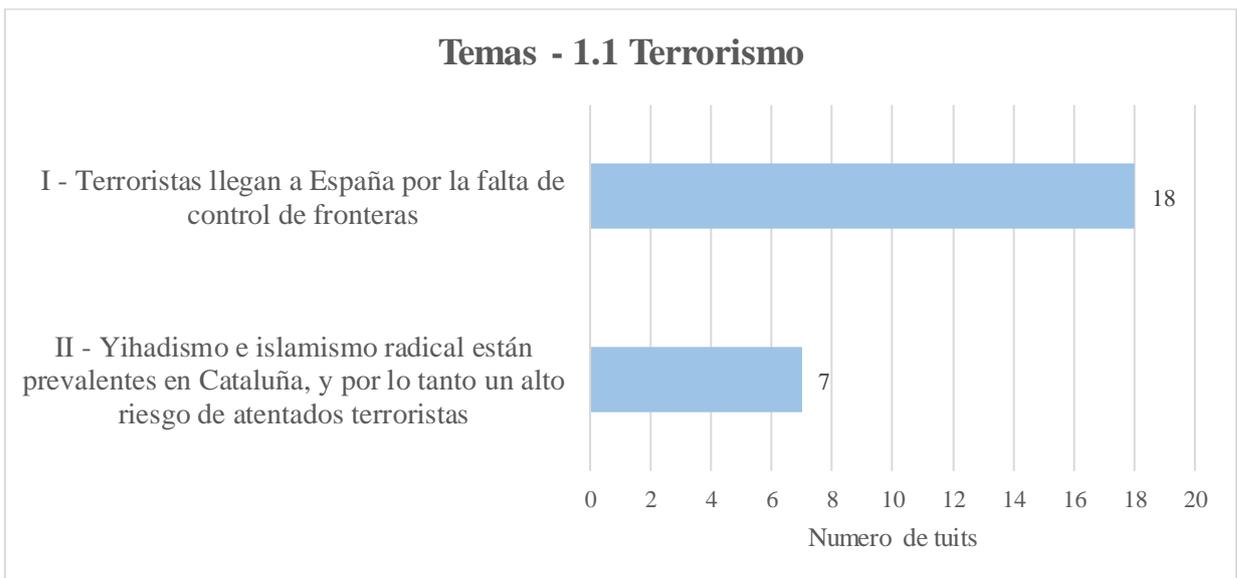
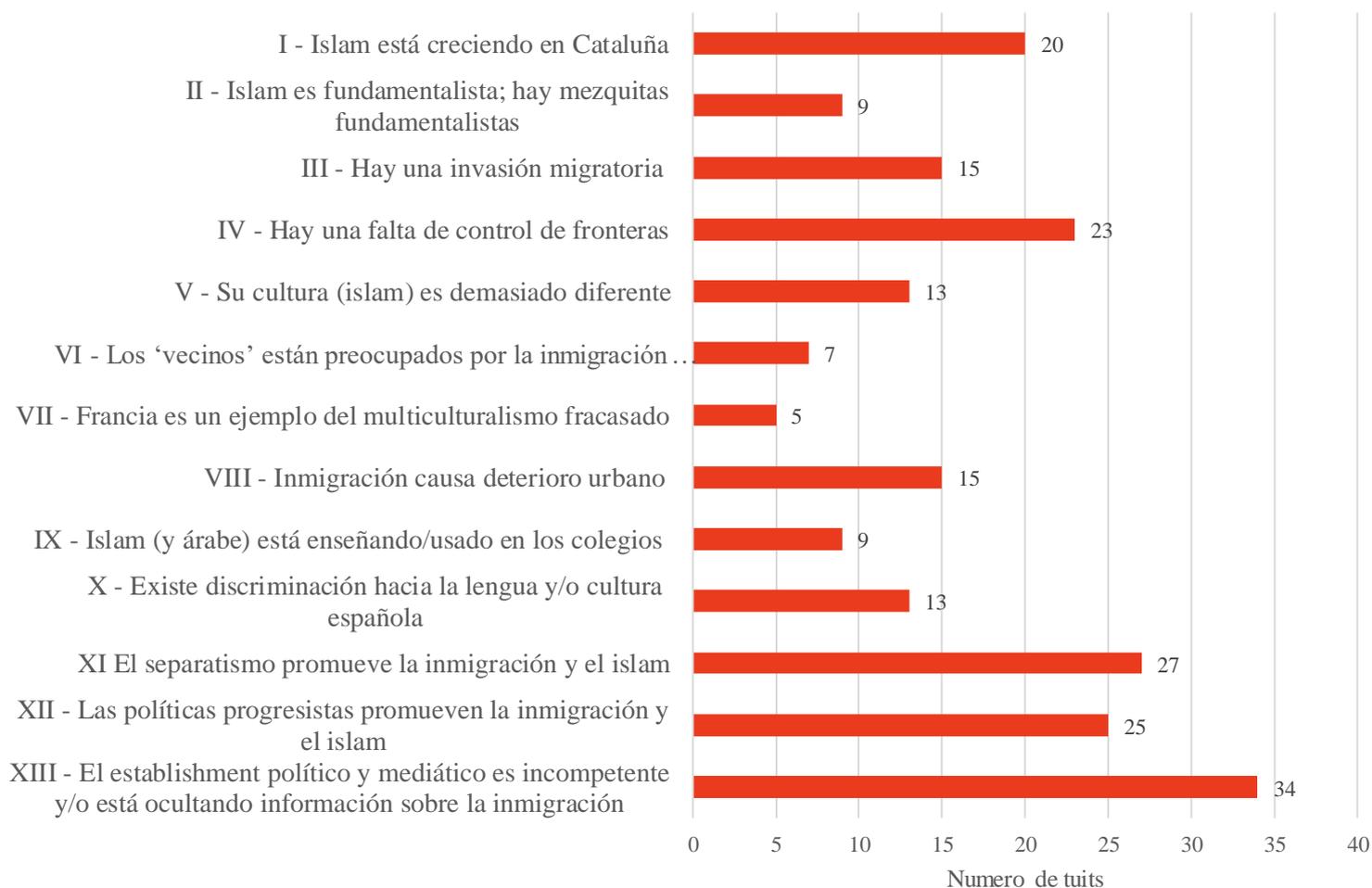


Gráfico 3: Temas presentados y volumen de tuits según 1.1 Terrorismo (fuente: elaboración propia).

## Temas - 2. Inmigración e identidad española (amenazas)



## Temas - 3. Economía



Gráfico 4 (arriba) y 5: Temas presentados y volumen de tuits según categoría (fuente: elaboración propia).

Por último, el proceso de *fact-checking* apoyó nuestra hipótesis de que Vox utiliza fake news sobre inmigración. Del total de 139 tuits, sólo 26 eran aptos para someterse a un proceso de *fact-checking*; en tres casos un solo tuit incluía dos hechos diferentes. Los resultados mostraron que la mayoría de las afirmaciones (y los tuits) eran falsos (13). A continuación, ocho fueron clasificados como “engañoso”, cinco como “verdadero”, dos como “no comprobable” y uno como “verdadero a medias”.

Categoría	Numero de afirmaciones aptas para el <i>fact-checking</i>	Verdadero	Verdad a medias	Engañoso	Falso	No comprobable
1. Inmigración e inseguridad	8			2	6	
1.1. Terrorismo	11	5	1	1	3	1
2. Inmigración e identidad española (amenazas)	7			4	2	1
3. Economía	3			1	2	

Tabla 5: Los resultados de proceso de *fact-checking* (fuente: elaboración propia).

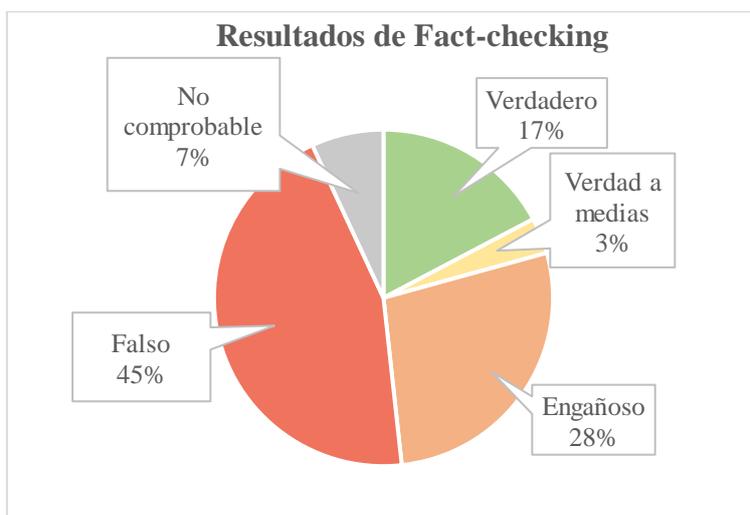


Gráfico 6: Representación gráfica de los resultados del proceso de *fact-checking* de los hechos presentados en los tuits (fuente: elaboración propia).

## 6. Discusión

El objetivo de este estudio es profundizar en la relación entre comunicación y democracia. Es decir, cómo la comunicación, y en particular las fake news, han sido instrumentalizadas en el ámbito político, influenciando directamente la forma en que nos relacionamos con la verdad, la democracia y la esfera pública. Para ello hemos explorado el creciente fenómeno de las fake news dentro del contexto político en España, y debido a que las fake news son transnacionales y omnipresentes, comparamos este fenómeno creciente con otro de características similares: el auge del nacionalismo a nivel mundial. A medida que las fronteras se hacen más estrechas, los recursos más escasos y las economías globales más desiguales y precarias, la inmigración se ha convertido en uno de los temas más divisivos del siglo XXI (Fuchs, 2020). Por lo tanto, hemos querido observar la convergencia de las fake news y el nacionalismo, dentro del panorama mediático y comunicativo moderno, donde los flujos de información se han vuelto irreversiblemente difusos.

La organización inicial de los datos en categorías y el proceso iterativo de reorganización y redefinición de estas permite observar un marcado contraste en los resultados. La categoría relacionada con la identidad española, es decir, las amenazas al modo de vida español, arrojó el mayor número de tuits. Este resultado coincide con lo que Fuchs (2017) entiende por el auge del nacionalismo: una ideología política que habla de “esperanzas y miedos que son el material psicológico de la política de la posverdad” (p. 10). Estas amenazas no son materiales en el caso de las amenazas de seguridad o económicas, sino más bien amenazas intangibles que impactan en la memoria colectiva etno-nacional única de una nación (Taylor Woods, 2013). La categoría con el segundo mayor número de tuits fue la de Seguridad, incluyendo la subcategoría de Terrorismo. El menor número de tuits fue en relación con la Economía. Estos resultados reflejan que la preocupación respecto a amenazas inmateriales relacionadas con la identidad y la cultura es mayor que la preocupación hacia cuestiones materiales relacionadas con la seguridad y el dinero, lo que apunta a la promoción del miedo basado en la seguridad personal y nacional, más que en el bienestar financiero.

Nuestros hallazgos han corroborado la hipótesis, evidenciando que Vox efectivamente utilizó fake news que promovían un discurso nacionalista, para explorar esto más a fondo estructuraremos esta discusión en dos partes. Para empezar, examinaremos los discursos nacionalistas que se han encontrado en el conjunto de datos a través de nuestro análisis de contenido basado en la categorización y un análisis de palabras para identificar los tonos negativos, positivos y neutros. A continuación, examinaremos los hallazgos que han surgido en las fake news que hemos identificado a través de nuestro proceso de extracción de temas de cada categoría y de *fact-checking*.

A pesar de la mezcla inevitable entre los temas relacionados con la ultraderecha y el nacionalismo, como el autoritarismo y la promoción de la Ley y el Orden, nos centraremos en los discursos nacionalistas dentro de nuestro conjunto de datos. Exploraremos la forma en que el discurso de Vox en Twitter define a los inmigrantes como un ‘enemigo’, defiende la homogeneidad del Estado-nación y crea un esquema enemigo/amigo o nosotros/ellos (Carr et al. 2019; Fuchs, 2020). Para empezar, veremos los resultados de la categorización, comenzando por la categoría ‘Inmigración e identidad española (amenazas)’ ya que fue la que tuvo más tuits. A continuación, veremos la siguiente fase de nuestra metodología basada en el análisis según palabras clave.

### **El enemigo es el chivo expiatorio**

En todas las categorías, encontramos un encuadre explícito de los inmigrantes como enemigos de la seguridad, la identidad y la economía españolas, a menudo incluso como enemigos de varias de estas áreas al mismo tiempo. Un tuit de Vox Barcelona del 3 de febrero 2021 (Imagen 1), categorizado en ‘1. Inmigración e inseguridad’, ‘1.1. Terrorismo’ y ‘2. Inmigración e identidad española’, ejemplifica la convergencia de estas amenazas. El contexto más amplio de este tuit nos indica que se refiere a los jóvenes inmigrantes o MENAS. En este tuit, la condición de enemigo de este colectivo es en términos de seguridad, tanto personal (“asesinos”) como nacional (“islamistas radicales”), así como en términos de identidad española (“nuestra convivencia”). Sin embargo, aunque podemos ver que aquí se hace referencia a los inmigrantes como un enemigo, también se enmarca a “los medios” como un enemigo a través de sus supuestas representaciones inexactas de los inmigrantes.



**Imagen 1:** “@Igarrigavaz: ‘Hemos visto como los medios de comunicación nos pintaban a esos ‘niños’ como buenos, resultando ser asesinos, islamistas radicales y enemigos frontales de nuestra convivencia’” [tuit] (Vox Barcelona, 2021).

Otro ejemplo es un tuit de la cuenta de Twitter de Vox España (2021q) que también se refiere a los inmigrantes como “enemigos” (Imagen 2). Sin embargo, en este caso, su condición de enemigos se refiere a la identidad española (“libertad” y “fronteras”) y a la economía (“industrias nacionales”) (Vox, 2021q). Una vez más el tuit no menciona explícitamente a los “inmigrantes”, sin embargo, entendemos por el contexto y la mención de “fronteras” que se trata de un discurso contra la inmigración.



**Imagen 2:** “@Santi\_ABASCAL ‘Son muy poderosos los enemigos que enfrentamos en estos momentos, pero no tengo ninguna duda de que van a perder porque atacan la libertad, las industrias nacionales y nuestras fronteras’” [tuit] (Vox, 2021q).

A pesar del uso explícito de la palabra “enemigo” en estos casos, la creación del enemigo suele ocurrir con referencias a otras palabras afectivas, incluyendo ‘asesino’, ‘terrorista’, u otras entidades, incluyendo ‘la casta política’ o ‘separatismo’. Como señaló Ferreira (2019), Vox ha creado su agenda política en torno a “la lucha contra los enemigos internos – el ‘separatismo’ – y contra los enemigos externos – los ‘globalistas’ y la inmigración, especialmente la musulmana” (p. 81). Mientras que en las categorías 1 y 3 el enemigo eran sobre todo los inmigrantes, a los que a menudo se asociaba con otros enemigos como ‘okupas’, ‘narcopisos’, ‘violadores’, la categoría ‘2. Inmigración e

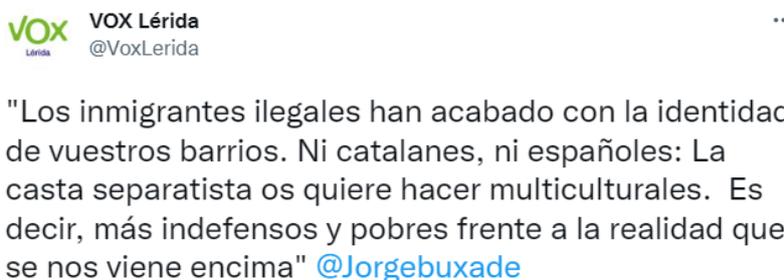
identidad española’, recogía la multitud de enemigos que se confundían con el tema de la inmigración. Por ejemplo, un tuit de Ignacio Garriga del 2 de febrero 2021 (Imagen 3) categorizado exclusivamente en ‘2. Inmigración e identidad española’ muestra cómo los inmigrantes son simultáneamente un enemigo intrínseco, así como los efectos no deseados de otros enemigos, como el separatismo, el *establishment* político o las políticas progresistas. Esto demuestra la convergencia de enemigos internos y externos (Ferreira, 2019).



**Imagen 3:** “No permitiremos que Cataluña se convierta en Francia. No permitiremos que Cataluña se convierta en Francia. El multiculturalismo y la creciente islamización que promueve el buenismo progre y el separatismo tiene consecuencias. ¡Recuperemos Cataluña!” [tuit] (Garriga, 2021f).

### El estado-nación para los nativistas

El 6 de febrero de 2021, Vox Lérida escribió a través de su Twitter: “Los inmigrantes ilegales han acabado con la identidad de vuestros barrios. Ni catalanes, ni españoles: La casta separatista os quiere hacer multiculturales. Es decir, más indefensos y pobres frente a la realidad que se nos viene encima” (Imagen 4).



**Imagen 4:** “Los inmigrantes ilegales han acabado con la identidad de vuestros barrios. Ni catalanes, ni españoles: La casta separatista os quiere hacer multiculturales. Es decir, más indefensos y pobres frente a la realidad que se nos viene encima’ @Jorgebuxade” [tuit] (Vox Lerida, 2021).

En este sentido, Vox se refiere a un nacionalismo que se basa en el “carácter único de la nación”, es decir, de una identidad impregnada de una “exclusividad” de la nación – formada por “catalanes” y “españoles” – donde coinciden fronteras y etnias (nativismo) (Taylor Woods, 2013). En este mismo sentido, el “multiculturalismo” se utiliza como sinónimo de una amenaza potencial o de un futuro indeseable, en lugar de la realidad de la era moderna (Taylor Woods, 2013). Podemos ver con esto que las amenazas creadas por Vox tienen que ver en gran medida con su encuadre o, en otras palabras, han utilizado el miedo para hacer que el multiculturalismo parezca indeseable. Por ejemplo, en otros tuits han descrito los efectos de la inmigración como la conversión de los barrios en “estercoleros multiculturales” (Vox Barcelona, 2021c), describiendo a la población como “hartos de multiculturalismo” (Vox, 2021l) y describiendo la inseguridad como resultado de “experimentos multiculturales” (Vox, 2021m).

En este sentido, no hay “un amor común a la libertad” como sugiere Viroli (1995) que podría ser el nacionalismo, sino surge un miedo basado en la pérdida de “homogeneidad” (citado en Knight, 1997, p. 177). Lo mismo ocurre con la frase “a la realidad que se nos viene encima” (Vox Lérida, 2021b). Esta afirmación hace poca alusión a lo que podría suponer ese futuro, permite la proyección de los sesgos individuales (incluidas las teorías conspirativas), que se han exagerado gracias a la estructura de internet y al privilegio de ciertas informaciones según los algoritmos (De Mesa et al. 2021; Lewandowski et al., 2017). De esta manera, podemos ver que el multiculturalismo es la principal amenaza, llevado a cabo por “la casta separatista” (Vox Lérida, 2021b) y “el buenismo progre” (Garriga, 2021f) a través de permitir la inmigración ilegal. La amenaza del multiculturalismo se basa en el miedo inmaterial a la pérdida de identidad del país, además de hacer a los ciudadanos más “indefensos y pobres” (Vox Lérida, 2021b) o “absolutamente desesperados” (Vox, 2021n). A lo largo de estos discursos, como en el tuit de Vox Lérida (Imagen 4), también podemos ver los “prototípicos” de Charaudeau (2009) de un discurso populista, concretamente “la descripción de una situación catastrófica de la que es víctima el pueblo” (citado en González Gómez, 2021, p. 4).

Junto con el deseo de mantener un Estado-nación cultural y étnicamente homogéneo, los tuits de nuestro conjunto de datos muestran el encuadre de la inmigración como una “invasión”, por ejemplo, en frases como “la invasión migratoria perjudica a los

Europeos corrientes” (Vox, 2021o), “la invasión migratoria que padece España” (Vox, 2021p) y “la invasión migratoria se acelera” (Vox, 2021d). Esto es coherente con la retórica nativista de que los inmigrantes son indeseados e incapaces de integrarse o contribuir a la sociedad (Fuchs, 2020). En este sentido, los inmigrantes son descritos como intrusos, extraterrestres, parásitos, criminales, terroristas, ilegales e infrahumanos (Fuchs, 2020, p.23). Esto promueve la idea de un estado-nación étnica y culturalmente homogéneo, basado en la idea de que los inmigrantes sólo pueden tener un impacto negativo en el país y en el modo de vida español.

### ¿Lo opuesto al multiculturalismo es la islamofobia?

Las referencias a que el islam es una amenaza en sí mismo para la sociedad española se clasificaron en la categoría ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’, sin embargo, a menudo observamos que el islam se confunde con la inseguridad, junto con el islamismo y el terrorismo, y por lo tanto muchos tweets también se colocaron en la categoría ‘1. Inmigración e inseguridad’ y ‘1.1. Terrorismo’. Por ejemplo, en todo el conjunto de datos se observaron afirmaciones de que el islamismo está creciendo, está relacionado con el terrorismo o se está enseñando en las escuelas (imagen 5). De esta forma, el Islam se enmarca como una presencia dominante en Cataluña, así como inherentemente radical, y una amenaza para la sociedad y la seguridad españolas.



*Imagen 5: “Cataluña implanta la religión islámica en las aulas. Es la comunidad con más detenidos este año por terrorismo islamista. VOX propone: Expulsión inmediata de inmigrantes que cometan delitos. Cerrar las mezquitas fundamentalistas” [Tuit] (Garriga, 2021d).*

Comenzaremos observando el uso del sustantivo ‘islamización’ y del verbo ‘islamizar’, que se utilizan en varios tuits. Por ejemplo, Vox Tarragona, el 10 de febrero de 2021

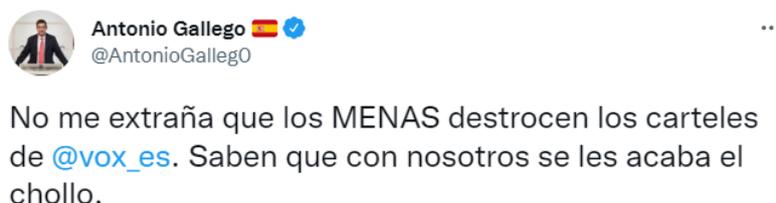
escribió: “Vamos a frenar la creciente islamización de Cataluña que todos los vecinos perciben en las calles, en sus barrios” (2021b), y el 28 de enero de 2021, Vox Barcelona escribió “la izquierda intenta islamizar nuestra tierra catalana” (2021d). Esto es coherente con la idea de que el islam es una doctrina absolutista que choca con los ideales del laicismo occidental y liberal, y que cualquier presencia del islam es una característica abrumadora en cualquier sociedad occidental y que los residentes y ciudadanos musulmanes son desleales (Ekman, 2015). Esto puede observarse en declaraciones como “la mayoría de musulmanes antepone sus convicciones religiosas a las normas de nuestro ordenamiento jurídico” (Gallego, 2021b). “Islamización” e “islamizar” también se utilizan para describir los efectos no deseados de la representación política existente y el separatismo, además de vincularse a ideas nativistas y nacionalistas más globales de una patria que necesita protección (Taylor Woods, 2013). Un tuit de la cuenta de Vox Lérida del 21 de enero 2021 escribía: “Absolutamente todos los partidos políticos globalistas y separatistas, son cómplices de la islamización de nuestras ciudades y de la inseguridad en las calles” (2021c). Aunque no hay una descripción clara de lo que significa “islamización” (no figura en la Real Academia Española), dado el contexto en el que se utiliza, podemos plantear que se refiere al dominio del islam o a la pérdida de la identidad española y la “inseguridad”, ya que se enmarca como una amenaza esencialmente indeseable (Vox Lérida, 2021c). Por ejemplo, en dos tuits diferentes, Vox España, el 27 de enero escribió: “Nuestro modo de vida está amenazado por la islamización de Cataluña” y “La islamización perpetrada por el separatismo ha convertido a Cataluña en un peligroso refugio para los yihadistas y el fundamentalismo islámico” (2021q). De este modo, podemos ver que la “islamización” se utiliza tanto para referirse a una amenaza ideológica al modo de vida español, como a una amenaza a la seguridad nacional de España.

Del mismo modo, “islam” se utiliza indistintamente con “islamismo”, lo que implica que todas las expresiones del islam son radicales y políticas (sería el equivalente a decir que todas las políticas de la derecha son extremistas y fascistas). Como señala Fuchs (2020), existe la retórica nacionalista de pintar a todos los inmigrantes como criminales y terroristas, y esto es particularmente pertinente cuando esta retórica se mezcla con la islamofobia. Lo observamos en los tuits relativos a la inseguridad y el terrorismo, que en muchos casos se clasificaron tanto en ‘1. Inmigración e inseguridad’ y ‘1.1 Terrorismo’ como en ‘2. Inmigración e identidad española’. En ambos casos se habla

del islam como una amenaza para la identidad y la seguridad de España. Vox Barcelona escribió el 3 de febrero de 2021: “Vox viene a acabar con la creciente islamización de Cataluña y vamos a expulsar a todos aquellos que estén en nuestro territorio de manera ilegal y a todos aquellos [sic] que promuevan el islamismo radical” (2021e). En este tuit podemos ver una retórica sobre las fronteras de España, y la amenaza al territorio español, que hemos clasificado como amenazas a la identidad, ya que considera al estado-nación como una patria, por otro lado, también podemos percibir una amenaza a la seguridad nacional, a través del “islamismo radical”.

### ¿Una economía con fronteras?

Dentro de la categoría ‘3. Economía’ podemos ver cómo se despliegan los discursos nacionalistas con respecto a los problemas percibidos que la inmigración causa a la economía española. Podemos ver esto a través de temas como el abandono de familias y trabajadores españoles, y a través de la asignación de fondos públicos a los inmigrantes. Por ejemplo, un tuit de Antonio Gallego del 6 de febrero 2021 (Imagen 6) habla de los supuestos privilegios económicos (“chollo”) que reciben los inmigrantes (“MENAS”) por parte del gobierno (2021c). Habla de un discurso similar utilizado por Trump en Estados Unidos sobre la “grandeza nacional” que “se ha visto amenazada por los inmigrantes ilegales, los africanos, la transferencia de impuestos a los extranjeros y la ayuda al desarrollo” (Fuchs, 2017, p. 134). Junto con esto, podemos ver el encuadre de los inmigrantes como “grupo singular y deficiente” (Fuchs, 2020) a través de referencias a la carga económica de los inmigrantes en la economía española, así como los inmigrantes son vistos como una amenaza para las industrias españolas y el crecimiento económico.



**Imagen 6:** “No me extraña que los MENAS destrocen los carteles de @vox\_es. Saben que con nosotros se les acaba el chollo” [Tuit] (Gallego, 2021c).

Como se menciona en el Marco Conceptual, observamos una contradicción entre las políticas neoliberales y el nacionalismo económico en el conjunto de datos. Dos tuits de Vox Tarragona ejemplifican esta contradicción a través de la mención a la “desindustrialización”. Como ya hemos establecido, el auge del nacionalismo (y del populismo) ha estado en parte vinculado a las transformaciones neoliberales de las economías globales -pasando de las industrias nacionales a las economías globales que transfieren la capacidad industrial a países externos (Fuchs, 2020; Inglehart & Norris, 2017). Sin embargo, dos tuits (Imagen 7) de Vox Tarragona del 7 de febrero (2021c) y del 12 de febrero (2021d) ejemplifican la confusión de la inmigración con la desindustrialización. Vox se ha posicionado a la derecha del PP en cuanto a “la libertad económica” (Ferreira, 2019, p. 76). En este sentido, la inclusión de discusiones sobre la “desindustrialización” en paralelo a la inmigración muestra un intento de ocultar la realidad de la doctrina económica de Vox basada en el libre mercado, donde la desindustrialización se ha convertido en algo inevitable en los mercados competitivos.

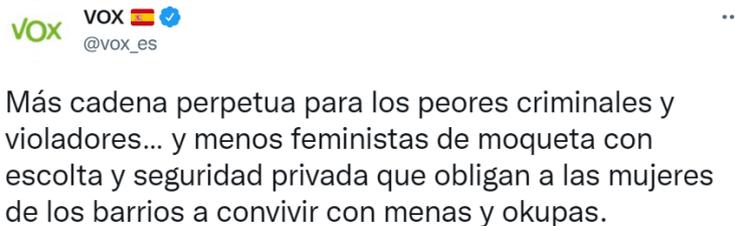


*Imagen 7: (izquierda) “Hemos venido a romper consensos, a hablar de inmigración ilegal, de la inseguridad en las calles, de la desindustrialización de nuestras ciudades, del despilfarro separatista y de la agenda ideológica de la izquierda” [Tuit] (Vox Tarragona, 2021c). (derecha) “@IsabelLazaro\_ ‘Es el momento de hablar de despilfarro político, cierre de chiringuitos, okupación, inseguridad ciudadana, inmigración ilegal, delincuencia y desindustrialización’. ‘Cada voto será un paso firme para plantarse y construir la Cataluña arrebatada ’” [Tuit] (Vox Tarragona, 2021d).*

## Esquema amigo/enemigo

Los resultados del conteo y clasificación del uso de palabras claves (como negativo, neutro o positivo) mostró un dominio abrumador de negatividad en el uso de estas palabras. En algunos casos, podíamos predecir con cierta certeza que palabras como “ataque”, “criminales” y “violentos” se utilizarían en un sentido negativo, pero también vimos el uso negativo de palabras como “vecinos”, “familias” y “barrios”, que aludían a

la victimización y el abandono de los ciudadanos, o a la destrucción de las zonas urbanas. También representa una política de “esperanzas y miedos”, como describe Fuchs (2017, p. 10). Por ejemplo, en este tuit de Vox España del 22 de enero “Más cadena perpetua para los peores criminales y violadores... y menos feministas de moqueta con escolta y seguridad privada que obligan a las mujeres de los barrios a convivir con menas y okupas” (Imagen 8).



*Imagen 8: “Más cadena perpetua para los peores criminales y violadores... y menos feministas de moqueta con escolta y seguridad privada que obligan a las mujeres de los barrios a convivir con menas y okupas” [Tuit] (Vox, 2021r).*

En este caso, los temores se definen claramente como “peores criminales y violadores” junto con “menas y okupas”— no hay duda de que el uso de estas palabras clave tiene una connotación negativa. Sin embargo, la esperanza viene en forma de declaración dialécticamente negativa: “menos feministas de moqueta con escolta y seguridad privada”. De esta manera podemos ver que la amenaza es doble: la delincuencia que es perpetrada por criminales y aparentemente “menas y okupas”, así como la amenaza ideológica que se convierte en una amenaza material en forma de seguridad, presentada por “feministas” que son vistas como una amenaza para “las mujeres de los barrios”. También se crea aquí otra división entre “feministas” y “mujeres de los barrios”, aludiendo al esquema amigo/enemigo que utiliza la ultraderecha (Ferreira, 2019). Sin embargo, en este contenido también podemos ver que la palabra clave “barrio” es utilizada negativamente, ya que habla de la desventaja y el peligro que deben enfrentar las mujeres de los barrios. Se trata de un hallazgo interesante del abrumador discurso negativo de Vox. En este sentido, en lugar de un esquema amigo/enemigo, donde se habla del amigo con connotaciones positivas, y del enemigo con negativas, podemos ver surgir el patrón de un esquema víctima/enemigo donde se hace referencia a ambos de forma negativa. En este caso, se habla negativamente de la víctima “españoles corrientes” (Vox, 2021e), de “la identidad de nuestros barrios” (Vox, 2021h) y de “la

industria española” (Vox Tarragona, 2021d), que se enmarca en la crisis gracias al enemigo.

Para contrastar, he aquí un ejemplo de Vox Tarragona del 10 de febrero que ofrece uno de los pocos ejemplos de uso positivo de una palabra clave. “Mientras la casta política despilfarra tu dinero en subvenciones a los menas y abandona a nuestras familias, @vox\_es defiende que los españoles son primero” (2021e). Podemos ver el uso de “los españoles son primero” como un uso positivo de “españoles”, aunque no deja de ser una victimización del pueblo por el despilfarro de su dinero en “subvenciones” (Charaudeau, 2009 citado en González Gómez, 2021). Sin embargo, la última parte de la frase que habla de Vox defendiendo que “los españoles son primero” alude a la política de “esperanzas y miedos” (Fuchs, 2017). En este caso, los miedos se basan en la pérdida de los medios de vida y de los valores familiares por la actuación del *establishment* político (“la casta política”) y gasto de dinero público dirigido a inmigrantes, mientras que las esperanzas se basan en un líder autoritario que defienda los valores nacionalistas (Fuchs, 2017). El nacionalismo, según Bobbio (2014), acepta un orden hegemónico de desigualdad. Esta idea de que no todos somos iguales es perceptible dentro de nuestro conjunto de datos de Tweets de Vox, como en el tweet antes mencionado donde los inmigrantes son a menudo referidos sólo como “menas”, mientras que “los españoles” son vistos como “los primeros” en el orden hegemónico inherente a una visión del mundo nacionalista (Vox Tarragona, 2021e).

Otro elemento del esquema amigo/enemigo que se observa en los hallazgos es la idea de que se favorece al islam por encima del catolicismo (imagen 9). El tuit de Antonio Gallego 5/01/2021 que dice “Cataluña quiere más religión en colegio e institutos” requiere una comprensión del contexto social en el que se encuentra. Por ejemplo, la estructura retórica de este enunciado se apoya en la ironía o el sarcasmo; es un dispositivo lingüístico que sólo puede entenderse observando las macroestructuras que dan sentido a este enunciado (Van Dijk, 1987). Sabemos por nuestro Marco Conceptual que en Europa hay una serie de políticas reguladoras que limitan las libertades religiosas especialmente en relación con el islam (Spektorowski, 2014). Sin embargo, este tuit implica que el islam es una entidad poderosa, que a su vez está perjudicando al catolicismo y dando a la religión más dominante de España la condición de víctima.



Cataluña quiere más religión islámica en colegios e institutos. Hostiles con el catolicismo, amables con el islamismo.



... ¡NO al derribo de la Cruz de las Descalzas en Aguilar de La Frontera!

Los talibanes de la memoria pretenden acabar con la cultura religiosa e histórica de esta localidad.

Desde VOX llevaremos a cabo las acciones necesarias para impedir su retirada.

*Imagen 9: (izquierda) “Cataluña quiere más religión islámica en colegios e institutos. Hostiles con el catolicismo, amables con el islamismo” [Tuit] (Gallego, 2021d). (derecha) “¡NO al derribo de la Cruz de las Descalzas en Aguilar de La Frontera! Los talibanes de la memoria pretenden acabar con la cultura religiosa e histórica de esta localidad. Desde VOX llevaremos a cabo las acciones necesarias para impedir su retirada” [Tuit] (Vox, 2021s).*

Aquí podemos ver uno de los esquemas amigo/enemigo más antiguo invocados: las divisiones que se producen entre las creencias religiosas (como si la historia se repitiera). También incluye un nacionalismo impregnado de “mitos etnonacionales”, en particular, la ‘Reconquista’ de España en la Edad Media (Ferreira, 2019, p. 87). El esquema amigo/enemigo que presenta el catolicismo/islamismo no solo ofrece una amenaza actual al modo de vida español, sino que también ofrece una amenaza que habla de los “mitos, símbolos, recuerdos y valores” de una “época premoderna” (Taylor Woods, 2013). La amenaza es múltiple. Si España abrazara el multiculturalismo y aceptara el islam como una de las muchas religiones del mundo en la aldea global, desde el punto de vista nacionalista, se borraría el “carácter único” del Estado-nación, basado en mitos etnonacionales de hace siglos. De hecho, se alude a esto en un tuit de Vox España del 18 de enero (Imagen 9) “Los talibanes de la memoria pretenden acabar con la cultura religiosa e histórica de esta localidad” (2021s). La “obsesión” de la nación no puede entenderse sin la historia, las creencias, los símbolos y los mitos (Fuchs, 2020; Taylor Woods, 2013). En este mismo sentido, para que el nacionalismo sea una ideología útil es necesario preservar en cierta medida “la cultura religiosa e histórica de esta localidad” (Vox, 2021s). Esto es esclarecedor en cuanto al nacionalismo de Vox basado en la homogeneidad de la nación. El nacionalismo sólo puede esgrimirse como una ideología eficaz que moviliza a las masas mientras los “mitos etnonacionales” se consideren relevantes para la vida moderna de los ciudadanos de la nación (Taylor Woods, 2013). La “obsesión” de Vox por el “carácter único” de una nación ha resucitado uno de los “mitos etnonacionales” más antiguos: la amenaza del islam al Estado-nación católico (Taylor Woods, 2013).

## ***Fact-checking***

Los resultados cuantitativos del *fact-checking* mostraron que la mayoría de las afirmaciones en nuestro conjunto de tuits eran ‘falsos’ (13 de los 29), seguidos de ‘engañoso’ (8 de los 29), ‘verdadero’ (5 de los 29), ‘no comparable’ (2 de los 29) y ‘verdad a medias’ (1 de los 29)— corroborando nuestra hipótesis de que Vox utiliza fake news sobre la inmigración. Cabe resaltar que solo 26 del total de 146 tuits pudieron ser verificados, ya que no son muchos los tuits que incluyeron hechos concretos que pudiesen ser contrastados (Graves, 2019). Por lo tanto, también examinaremos las narrativas y los temas que hemos identificado dentro de los datos para explorar los rumores, prejuicios, estereotipos y miedos presentes en el conjunto de datos (Carr et al. 2020). Exploramos estas narrativas extrayendo el tema presente en cada categoría llevando a cabo otro proceso iterativo organizando los tuits en temas presentes.

### **Fake news que no pueden ser verificadas**

Un resultado notable puede verse inmediatamente en relación con la categoría ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’. Esta categoría tuvo el mayor número de tuits (107), así como el mayor número de temas identificados (13), sin embargo, tuvo un número comparativamente bajo de tuits que presentaron hechos apropiados para su comprobación (3). Esta categoría incluía fenómenos culturales y sociales que incluyen afirmaciones que no pueden ser fácilmente “probadas” o refutadas; los datos estadísticos y los hechos concretos son más difíciles de conseguir cuando hablamos de fenómenos sociales y culturales, o de amenazas ideológicas. Mientras que los sentimientos elusivos y cualitativos, como “lo que significa ser español” o “la necesidad de defender el modo de vida español” son conceptos no cuantificables, pero fácilmente instrumentalizados para crear miedo y aversión (Fuchs, 2017).

Por ejemplo, si bien el siguiente tuit de Vox Gerona del 28 de enero (Imagen 9) hace declaraciones claras, no se señalan hechos ni se presentan concretamente: “Los separatistas financiaron la entrada masiva de inmigrantes musulmanes para convertirlos en los ‘Nous Catalans’ y hacer posible su afán republicano. Son culpables de convertir Gerona en la meca del yihadismo. Nos tendrán en frente.” (Vox Gerona, 2021).

!! Los separatistas financiaron la entrada masiva de inmigrantes musulmanes para convertirlos en los “Nous Catalans” y hacer posible su afán republicano.

Son culpables de convertir Gerona en la meca del yihadismo.  
Nos tendrán en frente.

#RecuperemosCataluña  
#Stoplislamización

*Imagen 9: “Los separatistas financiaron la entrada masiva de inmigrantes musulmanes para convertirlos en los “Nous Catalans” y hacer posible su afán republicano. Son culpables de convertir Gerona en la meca del yihadismo. Nos tendrán en frente.” [Tuit] (Vox Gerona, 2021).*

El tuit establece vínculos entre el separatismo y los inmigrantes musulmanes, utilizando aquí el catalán para aludir a un plan urdido por los actores políticos a favor del separatismo: “Nous Catalans”. De la misma manera, se refieren a Gerona como “meca”, ciudad santa para la fe islámica. La apropiación de estos recursos lingüísticos tomados de diferentes lenguas ayuda a establecer un sentido de división dentro de este pequeño texto. Podemos ver la lengua española en contraste con el catalán y el nombre de una ciudad árabe, pero no se puede identificar nada para comprobar esta información. Graves (2017) esboza que para que una afirmación pueda ser sometida a un proceso de *fact-checking* requiere un hecho claro y concreto, que suele ser cuantitativo o hace algún tipo de afirmación cuantificable. Este tuit no ofrece ningún hecho o cifra de este tipo. “Los separatistas financiaron la entrada masiva de inmigrantes musulmanes” (Vox Gerona, 2021), si bien esta afirmación hace una declaración, sigue siendo inexplicable - podría estar en relación con cualquier número de medidas de política pública local, nacional o internacional, fondos públicos dados a las ONG que trabajan con los refugiados, u otras medidas que podrían determinarse como “financiación” de la llegada de inmigrantes a España, o más bien a Cataluña. Lo mismo ocurre con la afirmación “la meca del yihadismo” (Vox Gerona, 2021). Por supuesto, sabemos que esto significa un lugar de alto y concentrado terrorismo islámico, sin embargo, no hay ninguna declaración que podamos comprobar. A diferencia de otros tuits que han sido sometidos a un proceso de *fact-checking* en relación con afirmaciones sobre terrorismo, como “Gerona es una de las provincias con mayor número de detenidos por yihadismo islámico” (Vox España, 2021g), la declaración de que Gerona se ha convertido en “la

meca del yihadismo” (Vox Gerona, 2021) no ofrece ninguna oportunidad de poder realizar un proceso de *fact-checking*.

Este tipo de afirmación, que no exhiben ningún hecho concreto, presentan dificultades a la hora de afirmar que en realidad son fake news. Podemos definir el tuit de Vox Gerona del 28 de enero de 2021 (Imagen 9) como manipulador dado su premisa basada en prejuicios, estereotipos y miedo (Carr et al. 2020), sin embargo, no podemos señalar claramente “argumentos racionales o datos estadísticos” para rebatirlo (Fuchs, 2017, p.10). En cambio, a esto es a lo que alude Mouffe (2009) cuando dice que afirmaciones como estas no pueden “hacerse desaparecer simplemente negando y deseando que desaparezcan” (p. 550). De hecho, dice que este tipo de “negación” que es “típica” de la izquierda política “sólo conduce a la impotencia” (Mouffe, 2009, p. 550). Mientras la izquierda cree que este tipo de afirmaciones “pertenecen a una época pasada en la que *La Razón* aún no había conseguido controlar las pasiones supuestamente arcaicas” (Mouffe, 2009, p.550), el reto sigue siendo cómo se puede desacreditar eficazmente este tipo de afirmación en la esfera pública sin que se produzcan resultados perjudiciales e indeseados, como el “efecto contragolpe” (Nyhan et al. 2013 citado en Flynn et al. 2017, p. 137).

El mencionado tuit de Vox Gerona (Imagen 9) fue categorizado dentro de la categoría ‘2. Inmigración e identidad española (amenazas)’ en las narrativas ‘XI - El separatismo promueve la inmigración y el islam’ y ‘XIII - El *establishment* político y mediático es incompetente y/o está ocultando información sobre la inmigración’. Además, el tuit fue contabilizado en la categoría ‘1. Inmigración e inseguridad’, y colocado bajo el tema: ‘I - La inmigración trae crimen e inseguridad’. Es así como vemos que nos enfrentamos al reto de la fenomenología cuando se trata de refutar los prejuicios sobre los inmigrantes (Van Dijk, 1987). Aunque todos los tuits se organizaron en temas que representan narrativas basadas en prejuicios sobre los inmigrantes, no podemos señalar necesariamente hechos que los refuten.

### **Criminales y conspiraciones**

Los dos temas con mayor número de tuits fueron ‘XIII - El *establishment* político y mediático es incompetente y/o está ocultando información sobre la inmigración’ (de la

categoría ‘2. Inmigración e identidad española’) y ‘I - La inmigración trae crimen e inseguridad’ (de la categoría ‘1. Inmigración e inseguridad’), con 34 y 55 tuits respectivamente. Estos resultados apuntan a fenómenos más amplios que hemos explorado en el Marco Conceptual.

En primer lugar, la categoría ‘I - La inmigración trae crimen e inseguridad’ incluye algo más de un tercio de los tuits de todo el conjunto de datos. Aquí se crea explícitamente el miedo en torno a la presencia de los inmigrantes en Cataluña a través de declaraciones, incluyendo: “Desde la Generalitat han convertido nuestros barrios en auténticos campos de batalla de la droga, los okupas y la inmigración ilegal” (Lora, 2021c), “Daremos nuestro apoyo a quien quiera acabar con la islamización y la inseguridad en los barrios” (Vox, 2021s), y “Vamos a exigir mano dura para luchar contra la inmigración ilegal, que ha derivado en inseguridad, robos, okupación e, incluso, yihadismo” (Vox Tarragona, 2021f).

El uso de miedo en relación con la inmigración es una estrategia política conocida que hemos explorado en el Marco Conceptual, así como el conocido tropo islamóforo de vincular el islam con la delincuencia. Scheller (2019) encontró beneficios políticos para los nuevos candidatos que utilizaban el miedo en sus campañas, siempre que pudieran diferenciarse suficientemente de sus oponentes. A través del alto volumen de tuits relacionados con la inmigración y la inseguridad, podemos ver que la campaña política de Vox se basó en gran medida en incitar respuestas basadas en el miedo de los votantes. Fue la única campaña política en las elecciones que utilizó una retórica antiinmigrante como uno de sus temas electorales clave. Paralelamente a esta campaña de incitación al miedo, Vox, un recién llegado a la escena política de Cataluña, se convirtió en el cuarto partido político con más éxito en las elecciones.

En segundo lugar, mirando ‘XIII - El *establishment* político y mediático es incompetente y/o está ocultando información sobre la inmigración’ podemos establecer similitudes con Inglehart y Norris (2017) en cuanto al auge del populismo. Podemos ver cómo la retórica populista señalada por Inglehart y Norris (2017) y Álvarez Peralta (2017) se utiliza en dos tuits de Joan Garriga (2021c) y Antonio Gallego (2021e) (Imagen 10). Por ejemplo, el tuit de Garriga (2021c) describe una situación en la que los “protegidos”, que incluye al *establishment* político y a los medios, son privilegiados por

encima del ciudadano medio. El mensaje amplio y “universal” de este tuit refleja la forma populista de “proyectar cada demanda particular en representaciones transversales” (Álvarez Peralta, 2017, p. 126). Sin indicar lo que supone que un colectivo sea “protegido” o “abandonado”, se observa una “representación transversal”, es decir, que las familias y los trabajadores deben ser protegidos, y nadie estaría en desacuerdo con esta reivindicación universal (Álvarez Peralta, 2017). También demuestra la corrupción percibida de las instituciones, que contrasta con la del ciudadano y la fe del populismo en el conocimiento y la virtud de la gente ordinaria (mayoría silenciosa) (Inglehart & Norris, 2017). La hipóstasis económica del auge del populismo también es evidente en este tuit donde podemos ver las tensiones creadas entre los ‘ricos’ y los ‘pobres’, sin embargo, en este caso los “okupas” y la “inmigración ilegal” se consideran de la misma clase que el *establishment* político, enmarcado como lo mismo.



Ellos protegidos:

- ✗ Separatistas
- ✗ Políticos
- ✗ Inmigración ilegal
- ✗ TV3 y medios subvencionados
- ✗ Okupas

Y los catalanes abandonados:

- ✓ Familias
- ✓ Autónomos
- ✓ Trabajadores

...



A las élites progres les encantan los centros de MENAS, pero bien lejos de sus domicilios particulares. Saben perfectamente que generan graves problemas de seguridad y convivencia. Si señalas abiertamente de este problema también te llaman “facha”. Hipócritas.

...

**Imagen 10:** (izquierda) “Ellos protegidos: Separatistas, Políticos, Inmigración ilegal, TV3 y medios subvencionados, Okupas. Y los catalanes abandonados: Familias, Autónomos, Trabajadores.” [Tuit] (Garriga, 2021c). (derecha) “A las élites progres les encantan los centros de MENAS, pero bien lejos de sus domicilios particulares. Saben perfectamente que generan graves problemas de seguridad y convivencia. Si señalas abiertamente de este problema también te llaman ‘facha’. Hipócritas.” [Tuit] (Gallego, 2021e).

Dentro de este mismo tema, y en los tuits ejemplificados (Imagen 10), también podemos ver la hipótesis del ‘contragolpe cultural’ de Inglehart y Norris (2017). En un sentido amplio, hay una fuerte reacción contra los valores liberales que se han establecido en la era posterior a la guerra fría, a saber, los enfoques centrados en los derechos humanos de los refugiados (Inglehart & Norris, 2017). Sin embargo, lo que puede ser más pertinente es el ‘contragolpe cultural’ respecto a la frase “Si señalas abiertamente de este problema también te llaman ‘facha’” (Gallego, 2021e). Encapsula la idea de que la ‘mayoría silenciosa’ está en contra de las agendas de las ‘élites progresistas’, dando a entender que el ambiente político está a favor de los ideales progresistas, como los

derechos humanos y la igualdad de género, hasta el punto de que cualquiera que esté en contra de estos valores es discriminado (“te llaman ‘facha’”) (Inglehart & Norris, 2017). En este sentido, este tuit también podría ser un reflejo del ánimo colectivo de la ciudadanía en un “momento histórico de transición entre regímenes ideológicos” (Álvarez Peralta, 2017, p. 123). Como hemos mencionado, las economías postindustriales se encuentran en un periodo de transformación, junto a la erosión de sindicatos y sistemas de seguridad social (Inglehart & Norris, 2017; Fuchs, 2020). Al mismo tiempo, diferentes movimientos han podido nacer y movilizarse gracias a internet. De la misma manera que hemos visto el choque entre diferentes movimientos, por ejemplo, *Black Lives Matter* (Las Vidas Negras) y las concentraciones de *Unite the Right* (Unidad de la Derecha), este tuit representa el “ánimo colectivo de la ciudadanía” en la actualidad, una humanidad altamente polarizada y dividida (Álvarez Peralta, 2017).

Por tanto, existen similitudes entre las fake news y el discurso populista, en concreto, ambos priman un estilo basado en las emociones y sensibilidades; agrupan y forman correlaciones entre diversas tensiones (Álvarez Peralta, 2017, p. 129); y mantienen cinismo y menosprecio frente a los expertos y la información tecnocrática (Inglehart & Norris, 2017, p. 7). En este caso, Vox ha utilizado las fake news sobre inmigración para unir al pueblo, agrupando su descontento bajo una sola fuente, diferenciándose como un partido que se posiciona al polo contrario de los valores cosmopolitas liberales (Inglehart & Norris, 2017, p. 7). Por tanto, en este caso, el populismo y las fake news han convergido para crear una campaña basada en suscitar reacciones emocionales en sus votantes, emblemática de la era de la posverdad.

## **7. Conclusión**

Destacamos las siguientes conclusiones de nuestra investigación:

- Las fake news no tienen por qué contener un ‘hecho’ que pueda someterse a un proceso de fact-checking, sino que pueden ser afirmaciones que utilicen “prejuicios, rumores y estereotipos” (Carr et al. 2020). A pesar de ello, muchas de las afirmaciones en nuestro conjunto de tuits no pudieron ser sometidas a un proceso de comprobación (solo 26 tuits o 29 afirmaciones de un total de 139 tuits), debido a la falta de datos, eventos o fenómenos de los cuales podemos

investigar su origen, difusión, y veracidad. Esto en sí demuestra los desafíos en términos de poder refutar o desacreditar tales afirmaciones y las fake news en general.

- La categoría con más tuits era la número 2: Inmigración e identidad española (amenazas), con 107 tuits de un total de 139. Este resultado demostró cómo gran parte de esta campaña electoral de Vox utilizó el argumento de “esperanzas y miedos” para atraer a los votantes. Los miedos se basaron principalmente en ideas inmateriales, como la pérdida de la identidad o del modo de vida español, más que en amenazas materiales de seguridad o económicas. Mientras que las esperanzas se reflejaron a través de ideas nacionalistas, así como de un liderazgo autoritario que promete alternativas. Fuchs (2017) describió esta forma de utilizar material afectivo y emocional para apelar a la ciudadanía como ilustrativa del “populismo autoritario de ultraderecha” (p.137).
- El nacionalismo que se demostró en este conjunto de datos de tuits utilizó ideas de un estado-nación culturalmente homogéneo, así como el carácter único de la nación a través de mitos etnonacionales, como el triunfo del catolicismo sobre el Islam. Estos temas se materializaban a menudo a través del esquema amigo/enemigo, según el cual los inmigrantes suponían una amenaza para la identidad, la seguridad y la economía españolas. El nativismo también estaba presente a través de la idea de un Estado-nación ocupado sólo por su propia etnia. Por último, se observaron contradicciones en el discurso de Vox entre la promoción del nacionalismo económico y el neoliberalismo basado en el libre mercado.
- En relación con el esquema amigo/enemigo, el discurso de Vox se basaba en enemigos ‘internos’ y ‘externos’ (Ferreira, 2019). Los enemigos internos incluían los separatistas, los políticos progresistas y los medios de comunicación. Mientras, los enemigos externos eran casi exclusivamente los inmigrantes.

- El discurso nacionalista de Vox también incluía elementos de populismo. Esto incluía ideas encapsuladas por la hipótesis del ‘contragolpe cultural’ de Inglehart y Norris (2017), por ejemplo, enmarcando el establishment político y los medios de comunicación como ‘élites’ y rechazando los movimientos políticos progresistas, como la igualdad de género. Además, el conjunto de datos mostró el encuadre del pueblo como la víctima que se enfrenta a una situación “catastrófica” e indeseable (Charaudeau, 2009 citado en González Gómez, 2021). En muchos casos, el esquema amigo/enemigo también podría describirse como un esquema víctima/enemigo.

Nuestra investigación sobre los tuits de Vox validó nuestra hipótesis de partida, es decir, Vox promovió un discurso nacionalista durante las elecciones catalanas a través de fake news sobre inmigración. Estos resultados apoyan estudios anteriores que analizaban contextos similares (Carr et al. 2020; Ferreira, 2021; De Mesa et al. 2021). Este estudio demuestra que la erosión de la esfera pública, la naturaleza corruptible de la democracia basada en el consenso y la manipulación del nuevo paisaje informativo ha reducido la función crítica de los humanos, dejándonos reaccionar sólo a los miedos y las esperanzas.

La esfera pública se basa en la capacidad de los oponentes para entablar un debate vivo y apasionado, así como en la creación de identidades políticas que se forman en relación con los demás (Mouffe, 2001). Sin embargo, el debate y la confrontación política sólo pueden producirse cuando existe un metaconsenso, lo que significa que las partes tienen que acordar las reglas del debate antes de comprometerse (Dryzek et al. 2006). El uso de las fake news, o mejor dicho, la impunidad que conlleva la instrumentalización de las fake news no puede sino hacernos dudar de la posibilidad de crear decisiones consensuadas como sociedad y democracia. Hemos visto a lo largo de nuestros hallazgos la manipulación simbólica y hegemónica del tema de la inmigración (Dryzek et al. 2006). Vox ha vinculado la inmigración a una serie de realidades no deseadas basadas en el miedo, así como en el odio a lo ajeno. Como han señalado Dryzek et al. (2006), las élites llevan mucho tiempo siendo capaces de entrelazar simbólicamente sus discursos para manipular el metaconsenso y conseguir los resultados que desean. Si bien podemos decir con certeza que el resultado deseado por Vox era obtener representación en el parlamento catalán, es imposible saber qué hay *realmente* detrás de su discurso

cargado de odio. Por ejemplo, sus objetivos no están claros, como se refleja en las contradicciones en sus narrativas económicas: Vox promueve una economía de libre mercado al mismo tiempo que defiende el nacionalismo económico.

Sin embargo, ya que hemos analizado anteriormente la comunicación y la democracia como procesos, es pertinente discutir el proceso del que Vox forma parte y, por lo tanto, influye inevitablemente. Su discurso contra los inmigrantes es de lo más sencillo. Emocional y cognitivamente perezoso (Dryzek et al. 2006). Sus soluciones suelen seguir estribillos similares, “vamos a expulsar a todos aquellos que estén en nuestro territorio de manera ilegal” (Vox Barcelona, 2021e). En definitiva, se trata de un contenido optimizado para el actual panorama comunicativo de internet. En las elecciones federales de 2019, Santiago Absacal fue uno de los políticos con más éxito en Twitter (Renobell, 2021). Si bien este estudio no ha analizado las interacciones del público con estos tuits, desde nuestro Marco Teórico podemos observar que este tipo de discursos – simples, llenos de odio, afectivos – son desproporcionadamente privilegiados dada la estructura, o más bien valores, que encapsulan las plataformas de medios sociales (De Mesa et al. 2021; Huszár et al. 2022). La verdad ya no es una virtud, de hecho, es irrelevante en los valores actuales promovidos por el paisaje informativo que sigue sirviendo a las estructuras hegemónicas (Lewandowsky et al. 2017).

De este modo, el auge de la ultraderecha, el nacionalismo y el populismo no puede desvincularse del panorama informativo de internet y las redes sociales. Los algoritmos de las redes sociales favorecen las declaraciones simples y emocionales, que resultan ser un complemento de los marcos ideológicos de la ultraderecha y el nacionalismo, y de la “metodología” política que es el populismo. Como se pregunta Fuchs (2017), ¿cómo podemos transformar el odio a los extranjeros en la conciencia de un sistema de clases inherentemente opresivo que alimenta el preciosismo y la ansiedad colectiva? Estas conversaciones parecen ser más difíciles que las soluciones cognitivamente simples, como expulsar a los inmigrantes o culpar a un chivo expiatorio (extranjeros, feministas, comunistas) de la alienación arraigada de la sociedad (Fuchs, 2020). La crisis existencial de nuestro sistema democrático, que ha coincidido con el auge del neoliberalismo, no ha dado salida a las pasiones de la ciudadanía a través de las “expresiones políticas” (Mouffe, 2001). Esta carencia de nuestro sistema democrático

ha conducido a un sistema político de identidades esencialistas, basado en cualidades inmutables y valores morales no negociables (Mouffe, 2001 p. 552).

Si este estudio ha versado sobre la desinformación, incluyendo los múltiples matices en los que se presenta, debemos reconocer que el sistema que llamamos democrático ha estado durante mucho tiempo al tanto de las operaciones de desinformación. Una ciudadanía libre e informada nunca ha sido el objetivo de las élites (Candón-Mena, 2020), ni nunca hemos podido experimentar una esfera pública libre de manipulación por parte de entidades poderosas que se han dado el poder de persuadir y distraer a las masas (Habermas, 1991). En muchas ocasiones, los gobiernos han difundido desinformación, como en el caso de la guerra de Irak por la supuesta existencia de armas de destrucción masiva. Al mismo tiempo, debemos ser testigos de la hipocresía del Estado al permitir el desarrollo de la tecnología para nuestra vigilancia y control, bajo el pretexto de defender las fronteras y la seguridad nacional (Fuchs, 2014; McChesney, 2013). Todo esto ha ocurrido simultáneamente al permitir que las inconcebiblemente poderosas empresas al frente del nuevo paisaje informativo manipulen a sus ciudadanos (Zuboff citado en Laidler, 2019).

Mientras vivimos entre la ‘incivildad extrema’ de las conversaciones en línea (Lewandowsky et al., 2017, p. 360) que también han tomado la forma de movimientos políticos dominantes (Ferreira, 2019), es difícil saber qué nos depara el futuro. Las fake news, en general, son un ataque a la solidaridad humana, y a las instituciones públicas creadas desde una idea de igualdad, seguridad y paz. La desestabilización de los órganos internacionales y del estado radica en un capitalismo salvaje, neoliberal y colonial. Si no afrontamos la verdad como una humanidad unida, siempre estaremos en crisis. Para combatir las fake news, la estrategia recurrente en la literatura es el desarrollo de las capacidades críticas y el pensamiento crítico por la educación. La implementación de un marco que promueva la consideración de las manifestaciones sutiles de las relaciones de poder inequitativas, y un proceso de concienciación, es imprescindible para el desarrollo crítico en nuestra ciudadanía (Carr et al., 2020, p. 53). Hannah Arendt, quien desafiantemente luchó contra el fascismo en Alemania, decía que, en algún momento, el público que ha sido receptor de mentiras está forzado a desatender la diferencia entre lo verdadero y lo falso para sobrevivir (1972, p. 4).

## Bibliografía

- Abbasi, A., & Chen, H. (2007). Affect intensity analysis of dark web forums. *ISI 2007: 2007 IEEE Intelligence and Security Informatics*, 282–288.  
<https://doi.org/10.1109/isi.2007.379486>
- Álvarez Peralta, M. (2017). Demandas de reforma mediática y momento populista. La circulación de las propuestas de la democratización de los medios en el espacio post-bipartidista. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 14, 121–157.  
<https://dx.doi.org/10.12795/IC.2017.i01.05>
- Álvarez-Peralta, M. (2018). From #15M to Podemos: Updating the Propaganda Model for Explaining Political Change in Spain and the Role of Digital Media. *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, 107–124.  
<https://doi.org/10.16997/book27.h>
- Anderson, R. (2007). Thematic content analysis (TCA). *Descriptive presentation of qualitative data*, 1-4.
- Applebaum, A. (2019, mayo 12). Los secretos de la estrategia de Vox. *El País*.  
[https://elpais.com/elpais/2019/05/10/ideas/1557485729\\_129647.html](https://elpais.com/elpais/2019/05/10/ideas/1557485729_129647.html)
- Arendt, H. (1972). *Crises of the Republic*. Harcourt.
- Armora, E. (2021, enero 21). Cataluña extiende la asignatura de religión islámica en la escuela pero veta el castellano. *ABC*. [https://www.abc.es/sociedad/abci-cataluna-extiende-asignatura-religion-islamica-escuela-pero-veta-castellano-202101180116\\_noticia.html#vca=rrss&vmc=abc-es&vso=tw&vli=cm-general&\\_tcode=d2VpMmkz&ref=](https://www.abc.es/sociedad/abci-cataluna-extiende-asignatura-religion-islamica-escuela-pero-veta-castellano-202101180116_noticia.html#vca=rrss&vmc=abc-es&vso=tw&vli=cm-general&_tcode=d2VpMmkz&ref=)
- AUGC Asociación Unificada de Guardias Civiles. (2021, enero 13). *Así fue el ataque a pedradas* [Facebook].  
[https://www.facebook.com/story.php?story\\_fbid=3875679572482697&id=165249150192443](https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=3875679572482697&id=165249150192443)
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Baquero, C. (2015, mayo 12). El TSJC obliga a otros dos colegios a implementar el 25% de castellano. *El País*.  
[https://elpais.com/ccaa/2015/05/12/catalunya/1431445581\\_315730.html](https://elpais.com/ccaa/2015/05/12/catalunya/1431445581_315730.html)
- Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido* (3ª ed.). Akal.
- Battle, E. (2020, agosto 17). Girona, la sisena província amb més detinguts per gihadisme. *Diari de Girona*. [https://www.diaridegirona.cat/comarques/2020/08/17/girona-sisena-provincia-amb-mes-48691147.amp.html?\\_twitter\\_impression=true.html](https://www.diaridegirona.cat/comarques/2020/08/17/girona-sisena-provincia-amb-mes-48691147.amp.html?_twitter_impression=true.html)
- Belén Soage, A. (2018, mayo 22). Islam in Spain: A Story of Many Strands – Part I. *European Eye on Radicalization*. <https://eeradicalization.com/islam-in-spain-a-story-of-many-strands/.html>
- Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es. *El Profesional de La Información*, 28(3), 1–8. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Bobbio, N. (2014). Destra e sinistra. *Destra e sinistra*, 1-208.

- Bolívar Meza, M. L. (2019). Crisis de legitimidad del estado contemporáneo. Replantando el papel de la ética pública. *Polis*, 15(1), 33–63.
- Bradshaw, S. & Howard, P. (2017). Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *The Lancet*, 274(7095), 187–206.  
[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(59\)90596-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(59)90596-3)
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brummette, J., DiStaso, M., Vafeiadis, M., & Messner, M. (2018). Read All About It: The Politicization of “Fake News” on Twitter. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 95(2), 497–517. <https://doi.org/10.1177/1077699018769906>
- Caetano, J. A., Lima, H. S., Santos, M. F., & Marques-Neto, H. T. (2018). Using sentiment analysis to define twitter political users’ classes and their homophily during the 2016 American presidential election. *Journal of Internet Services and Applications*, 9(1).  
<https://doi.org/10.1186/s13174-018-0089-0>
- Caetano, J. A., Lima, H. S., Santos, M. F., & Marques-Neto, H. T. (2018). Using sentiment analysis to define twitter political users’ classes and their homophily during the 2016 American presidential election. *Journal of Internet Services and Applications*, 9(1).  
<https://doi.org/10.1186/s13174-018-0089-0>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter and political communication. *Profesional de La Informacion*, 26(5), 785–793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Candidatura de Unidad Popular. (s.f.). Un Nou Cicle per Guanyar. Recuperado el 4 de julio 2022,  
[https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_cup.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_cup.pdf)
- Candón-Mena, J. (2020). Tecnología y política más allá del determinismo y la tecnocracia. En F. Sierra Caballero & J. Candón Mena (Eds.), *Democracia Digital* (pp. 25–52). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Carr, P. R., Cuervo Sanchez, S. L., & Daros, M. A. (2020). Citizen Engagement in the Contemporary Era of Fake News: Hegemonic Distraction or Control of the Social Media Context? *Postdigital Science and Education*, 2(1), 39–60.  
<https://doi.org/10.1007/s42438-019-00052-z>
- Cataluña. Ley 12/2009, de 10 de julio, de Educación de Cataluña. Boletín Oficial del Estado, 6 de agosto, num. 189. <https://boe.es/buscar/pdf/2009/BOE-A-2009-13038-consolidado.pdf>
- Centros de Culto. Comarcas y Aran, y ámbitos.* (s.f.). Instituto de Estadística de Cataluña. Recuperado el 3 de mayo 2022,  
<https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15912&lang=es>
- Chaves-Montero, A. & Gadea Aiello, F. W. (2017). Uso, efectividad y alcance de la comunicación política en las Redes Sociales. En Chaves-Montero, A. (Ed.), *Comunicación Política y Redes Sociales* (pp. 13-32). Ediciones Egregius.
- Ciudadanos. (s.f.). Programa Electoral Cataluña 2021. Recuperado el 4 de julio 2022,  
[https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_ciudadanos.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_ciudadanos.pdf)

- Comisión Española de Ayuda al Refugiado [CEAR]. (2022, abril 4). *Asilo 2021: España mejora gracias a cambios de criterio en la valoración*. <https://www.cear.es/datos-asilo-2021/>
- Congostrina, A. (2018, agosto 11). El Sindicato Mantero nació de una muerte. *El País*. [https://elpais.com/politica/2018/08/11/actualidad/1533994411\\_654658.html](https://elpais.com/politica/2018/08/11/actualidad/1533994411_654658.html)
- Crouch, C. (2017). Neoliberalism, nationalism and the decline of political traditions. *The Political Quarterly*, 88(2), 221-229.
- De Mateo Pérez, R. (2015). Libertad de pensamiento, libertad de expresión, libertad de prensa: trinomio a debate. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 21(2), 1017-1030. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5307419.html>
- De Mesa, J. C., Domínguez, P. M., Muñoz, D. C., & Jacinto, L. G. (2021). Homofilia, polarización afectiva y desinformación en Twitter. Caso de estudio sobre la crisis migratoria #Openarms. *Redes*, 32(2), 153–172. <https://doi.org/10.5565/REV/REDES.913>
- Delitos según nacionalidad*. (s.f.). Instituto Nacional de Estadística. Recuperado el 14 de abril 2022, <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=26014>
- Dirección General de la Policía. (2021, enero 11). *La Policía Nacional detiene en Barcelona a un retornado de DAESH*. El Ministerio del Interior. [https://www.interior.gob.es/prensa/noticias/-asset\\_publisher/GHU8Ap6ztgsg/content/id/12770015.html](https://www.interior.gob.es/prensa/noticias/-asset_publisher/GHU8Ap6ztgsg/content/id/12770015.html)
- Doran, M. (2022, enero 18). Scott Morrison forced to reprimand backbencher George Christensen over 'dangerous' COVID-19 vaccine comments. *ABC News*. <https://www.abc.net.au/news/2022-01-18/pm-scott-morrison-reprimands-george-christensen-covid-vaccine/100765192>
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: Method, applications, and issues. *Health Care for Women International*, 13(3), 313–321. <https://doi.org/10.1080/07399339209516006>
- Dryzek, J. S., & Niemeyer, S. (2006). Reconciling pluralism and consensus as political ideals. *American Journal of Political Science*, 50(3), 634–649. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00206.x>
- Egea, A. (2021, enero 4). Muere de Covid un policía de 51 años destinado al control de ilegales en Canarias. *OKDiario*. <https://OKDiario.com/espana/muere-covid-policia-51-anos-destinado-control-ilegales-canarias-6653537>
- Ekman, M. (2015). Online Islamophobia and the politics of fear: manufacturing the green scare. *Ethnic and Racial Studies*, 38(11), 1986–2002. <https://doi.org/10.1080/01419870.2015.1021264>
- El País*. (s.f.). Elecciones Catalanas 2021. Recuperado el 4 de julio 2022, <https://resultados.elpais.com/elecciones/cataluna.html>
- El Sindicato de Manteros de Barcelona se muda del Raval a Sants. (2021, enero 21). *20minutos*. [https://www.20minutos.es/noticia/4553519/0/el-sindicato-de-manteros-de-barcelona-se-muda-del-raval-a-sants/?utm\\_source=twitter.com&utm\\_medium=smm&utm\\_campaign=noticias.html](https://www.20minutos.es/noticia/4553519/0/el-sindicato-de-manteros-de-barcelona-se-muda-del-raval-a-sants/?utm_source=twitter.com&utm_medium=smm&utm_campaign=noticias.html)
- En Comú Podem. (s.f.). Programa Eleccions al Parlament de Catalunya. Recuperado el 4 de julio 2022,

- [https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_catalunya\\_en\\_comu\\_podem.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_catalunya_en_comu_podem.pdf)
- Esquerra Republicana. (s.f.). Programa Elecotral: Eleccions al Parlament de Catalunya 2021. Recuperado el 4 de julio 2022, [https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_erc.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_erc.pdf)
- ‘Fact check: Donald Trump concession video not a ‘confirmed deepfake’.’ (2021, enero 11). *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-trump-consession-video-deep-idUSKBN29G2NL>
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost*, 25(3), 298–314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Ferreira, C. (2019). Vox as representative of the radical right in Spain: A study of its ideology. *Revista Española de Ciencia Política*, 2019(51), 73–98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Flick, U., Kardoff, V. E., & Steinke, I. (2004). *A Companion to Qualitative Research* (1st ed.). SAGE.
- Flood, A. (2017, noviembre 2). Fake news is 'very real' word of the year for 2017. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017.html>
- Fuchs, C. (2014). Social media and the public sphere. *TripleC*, 12(1), 57–101. <https://doi.org/10.31269/vol12iss1pp57-101>
- Fuchs, C. (2017). Authoritarian capitalism, authoritarian movements and authoritarian communication. *Media, Culture & Society*, 40(5), 779-791.
- Fuchs, C. (2020). *Nationalism on the Internet : critical theory and ideology in the age of social media and fake news* . Routledge.
- Fuchs, C. (2020). *Nationalism on the Internet : critical theory and ideology in the age of social media and fake news* . Routledge.
- Gadea Aiello, F. W. & Chaves-Montero, A. (2017). El gobierno de Macri en las redes sociales ¿hacia la democratización de la comunicación. En Chaves-Montero, A. (Ed.), *Comunicación Política y Redes Sociales* (pp. 33-57). Ediciones Egregius.
- García de Blas, E. (2020, agosto 19). Ciudadanos releva por sorpresa a su candidata en Cataluña a meses de las elecciones. *El País*. <https://elpais.com/espana/2020-08-19/ciudadanos-lanza-a-carlos-carrizosa-como-candidato-a-la-generalitat-en-sustitucion-de-lorena-roldan.html>
- González Gómez, C. (2021). Análisis léxico y argumentativo del discurso de Santiago Abascal en Twitter: ¿ populismo en 280 caracteres?. *Tonos Digital*, 41(0).
- Graves, L. (2017). Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking. *Communication, Culture and Critique*, 10(3), 518–537. <https://doi.org/10.1111/cccr.12163>
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Haigh, M., & Haigh, T. (2020). Fighting and Framing Fake News. *The SAGE Handbook of Propaganda*, 303–322. <https://doi.org/10.4135/9781526477170.n20>

- Hindman, M., Lubin, N. & Davis, T. (2022, febrero 2). Facebook Has a Superuser-Supremacy Problem. *The Atlantic*.  
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/02/facebook-hate-speech-misinformation-superusers/621617/.html>
- Humprecht, E. (2019). Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information Communication and Society*, 22(13), 1973–1988.  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Huszár, F., Ktena, S. I., O'Brien, C., Belli, L., Schlaikjer, A., & Hardt, M. (2022). Algorithmic amplification of politics on Twitter. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 119(1), 1–6. <https://doi.org/10.1073/pnas.2025334119>
- Igualada, C. (2021, enero 30). *Operaciones policiales frente al terrorismo yihadista en España en 2020*. Observatorio Internacional de Estudios sobre el Terrorismo.  
<https://observatorioterrorismo.com/analisis/operaciones-policiales-antiyihadistas-en-2020/.html>
- Igualada, C. (2022, enero 12). *Operaciones policiales frente al terrorismo yihadista en España en 2021*. Observatorio Internacional de Estudios sobre el Terrorismo.  
<https://observatorioterrorismo.com/analisis/operaciones-policiales-frente-al-terrorismo-yihadista-en-espana-en-2021/.html>
- Inglehart, R., & Norris, P. (2017). Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2818659>
- Iosifidis, P., & Nicoli, N. (2020). The battle to end fake news: A qualitative content analysis of Facebook announcements on how it combats disinformation. *International Communication Gazette*, 82(1), 60–81. <https://doi.org/10.1177/1748048519880729>
- Iran: Over 700 dead after drinking alcohol to cure coronavirus. (2020, April 27). *Al Jazeera*.  
<https://www.aljazeera.com/news/2020/4/27/iran-over-700-dead-after-drinking-alcohol-to-cure-coronavirus.html>
- Issenberg, S. (2012, diciembre 19). How Obama’s Team Used Big Data to Rally Voters. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2012/12/19/114510/how-obamas-team-used-big-data-to-rally-voters/.html>
- Jones, C. (2018, febrero 13). Las fuerzas del mercado: El auge del complejo industrial de la seguridad de la UE. *The Transnational Institute*. <https://www.tni.org/es/publicacion/las-fuerzas-del-mercado-el-auge-del-complejo-industrial-de-la-seguridad-de-la-ue.html>
- Junts per Catalunya. (s.f.). Programa Elecotral: Eleccions al Parlament de Catalunya 202. Recuperado el 4 de julio 2022,  
[https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_junts.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_junts.pdf)
- Karppinen, K., Moe, H., & Svensson, J. (2008). Habermas, Mouffe and political communication. A case for theoretical eclecticism. *Javnost*, 15(3), 5–21.  
<https://doi.org/10.1080/13183222.2008.11008973>
- Knight, K. (1997). Students of nationalism. *West European Politics*, 20(2), 173–179.  
<https://doi.org/10.1080/01402389708425198>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.

- Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes. *Computers in Human Behavior*, 34, 131–139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.025>
- Kshetri, N., & Voas, J. (2017). The Economics of “Fake News.” *IT Professional*, 19(6), 8–12. <https://doi.org/10.1109/MITP.2017.4241459>
- Laidler, J. High tech is watching you. (2021, Marzo 4). *The Harvard Gazette*. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2019/03/harvard-professor-says-surveillance-capitalism-is-undermining-democracy/>
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
- León, S. (2021, enero 13). Así fue el ataque a pedradas de un grupo de menas contra policías y guardias civiles del sur de Gran Canaria. *Libertad Digital*. <https://www.libertaddigital.com/espana/2021-01-13/asi-fue-el-ataque-a-pedradas-de-un-grupo-de-menas-contra-policias-y-guardias-civiles-en-el-sur-de-gran-canaria-6698197/.html>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Maldita. (2022, abril 6). No, los "menas" no reciben pagas mensuales de entre 300 y 1.125€ como afirma este mapa. <https://maldita.es/malditobulo/20220406/menas-paga-mensual-1125-mapa/>
- Martialay, Á. (2021, enero 11). Los yihadistas detenidos en Barcelona llegaron a España en patera por Almería. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/espana/2021/01/11/5ffc5d8221efa0c2708b45d4.html>
- Martín De Pozuelo, E. (2015, abril 5). Catalunya alberga la mitad de las mezquitas salafistas de España. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/politica/20150405/54429428762/catalunya-mezquitas-salafistas-espana.html>
- McChesney, R. W. (2003). Theses on media deregulation. *Media, Culture and Society*, 25(1), 125–133. <https://doi.org/10.1177/0163443703025001595>
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: how capitalism is turning the internet against democracy*. The New Press.
- Ministerio del Interior. (s.f.-a). *Infografías Operaciones y Detenidos Yihadismo España Desde 2012 (20-04-2022)*. Recuperado el 10 de mayo 2022, [http://www.interior.gob.es/documents/10180/11777679/INFOGRAFIAS+OPERACIONES+Y+DETENIDOS+YIHADISMO+ESPAÑA+DESDE+2012+\(20-04-2022\).pdf/40f2fa59-277b-46b6-a16e-f78b8f014dbd](http://www.interior.gob.es/documents/10180/11777679/INFOGRAFIAS+OPERACIONES+Y+DETENIDOS+YIHADISMO+ESPAÑA+DESDE+2012+(20-04-2022).pdf/40f2fa59-277b-46b6-a16e-f78b8f014dbd)
- Ministerio del Interior. (s.f.-b). *Inmigración Irregular 2021: datos acumulados del 1 enero al 31 diciembre*. Recuperado el 22 de mayo 2022, [file:///C:/Users/61450/Downloads/memes/24 informe quincenal acumulado 01-01 al 31-12-2021.pdf.html](file:///C:/Users/61450/Downloads/memes/24%20informe%20quincenal%20acumulado%2001-01%20al%2031-12-2021.pdf.html)
- Ministerio del Interior. (s.f.-c). *MENAS según comunidad autónoma España (31-12-2020)*. Recuperado el 22 de mayo 2022, <http://www.interior.gob.es/documents/10239/14477988/menas-comunidad-autonoma-dic-2020-8467-34dh.pdf>

- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2021). "Fake News" Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 180–212. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>
- Moré, Í. (2011). *The Borders of Inequality: Where Wealth and Poverty Collide*. University of Arizona Press.
- Morgan, S. (2018). Fake news, disinformation, manipulation and online tactics to undermine democracy. *Journal of Cyber Policy*, 3(1), 39–43. <https://doi.org/10.1080/23738871.2018.1462395>
- Mouffe, C. (2009). Democracy in a multipolar world. *Millennium: Journal of International Studies*, 37(3), 549–561. <https://doi.org/10.1177/0305829809103232>
- Myanmar Rohingya: What you need to know about the crisis. (2020, enero 23). *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-41566561.html>
- Newtral. (s.f.-a). *Metodología y transparencia*. Recuperado el 11 de febrero 2022, <https://www.newtral.es/metodologia-transparencia/.html>
- Newtral. (s.f.-b). *Verificat*. Recuperado el 6 de septiembre 2022, <https://www.newtral.es/autor/verificat/>
- O'Connor, C. (2022, marzo 21). TikTok is on the precipice of a disinformation scandal that's going unchecked. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/tiktok-is-on-the-precipice-of-a-disinformation-scandal-2022-3?r=US&IR=T.html>
- Oleaque-Moreno, J. M. (2020). El discurso en positivo de Vox: Los medios difundidos en Twitter por la extrema derecha. *Cuadernos AISPI*, 16, 45–62. <https://doi.org/10.14672/2.2020.1697>
- Organización Mundial de la Salud. (2020, agosto 25). *Immunizing the public against misinformation*. <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation.html>
- Organización Mundial del Turismo. (2018, febrero 18). *UNWTO Tourism Highlights 2017*. [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr\\_3.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_3.pdf)
- Ortega Dolz, P. (2021, enero 19). Cerca de un centenar de inmigrantes salta la valla de Melilla. *El País*. Recuperado el 21 de mayo 2022, <https://elpais.com/espana/2021-01-19/cerca-de-un-centenar-de-inmigrantes-salta-la-valla-de-melilla.html>
- Ortiz Barquero, P., Ruiz Jiménez, A. M., & González Fernández, M. T. (2020). El caso español y sus implicaciones para el estudio de la ultraderecha: antecedentes y nuevas estrategias de investigación. *Revista de Estudios Políticos*, 188, 199–220. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.188.07>
- Palomo, B., & Sedano, J. (2018). WhatsApp as a verification tool for fake news. The case of B de Bulo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2018(73), 1384–1397. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>
- Partido Popular. (s.f.). Principales Propuestas Para Una Cataluña Mejor. Recuperado el 4 de julio 2022, <https://www.ppcatalunya.com/101-principales-propuestas-para-una-cataluna-mejor/>
- Partit dels Socialistes de Catalunya. (s.f.). Hagámoslo Programa de Elección. Recuperado el 4 de julio 2022, [https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_psc.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_psc.pdf)

- Pickard, V. (2020). 'Confronting the Misinformation Society: Facebook's "Fake News" is a Symptom of Unaccountable Monopoly Power'. In Kembrew McLeod and Melissa Zimdars (Eds.), *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*, Boston: The MIT Press, 123-132.
- Población a 1 de enero. Total y extranjera.* (s.f.). Instituto de Estadística de Cataluña. Recuperado el 3 de mayo 2022, <http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?b=0&lang=es>
- Ramírez, Hernán, G. & Guilleumas García, R. M. (2017). Redes de comunicación del movimiento 15M en Twitter. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 28(1),136-146. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93151148010>
- Renobell Santarén, V. (2017). Consecuencias de la Twitter política actual: análisis comparativo entre España y EE.UU. En Chaves-Montero, A. (Ed.), *Comunicación Política y Redes Sociales* (pp. 118-136). Ediciones Egregius.
- Renobell, V. (2021). Análisis del discurso político en Twitter en España: el caso de las elecciones generales de abril de 2019. *Revista de Estudios Políticos*, 194, 283–302. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.194.10>
- Resultados Elecciones Generales 2016.* (s.f.). RTVE. Recuperado 23 de marzo de 2022, en <http://resultados-elecciones.rtve.es/generales/2016/congreso/.html>
- Rohingya crisis: Suu Kyi says 'fake news helping terrorists'. (2017, septiembre 6). *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-41170570.html>
- Roose, K. (2019, junio 8). Caleb Cain was a college dropout looking for direction. He turned to YouTube. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/08/technology/youtube-radical.html>
- Rufai, S. R., & Bunce, C. (2020). World leaders ' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic : a content analysis. 42(3), 510–516. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa049>
- Sánchez, P. (2021, enero 19). 87 inmigrantes saltan la valla de Melilla en la entrada más numerosa en dos años. *El Mundo*. Recuperado el 21 de mayo 2022, <https://www.elmundo.es/espana/2021/01/19/6006bb78fdddfff3958b4635.html>
- Sanguinetti, M., Poletto, F., Bosco, C., Patti, V., & Stranisci, M. (2019). An Italian twitter corpus of hate speech against immigrants. *LREC 2018 - 11th International Conference on Language Resources and Evaluation*, 2798–2805.
- Santos, D. L. (2021). Estrategias populistas y temáticas en Twitter. Estudio comparativo de la campaña electoral en las elecciones catalanas de 2021. May, 54–80.
- Scheller, S. (2019). The Strategic Use of Fear Appeals in Political Communication. *Political Communication*, 36(4), 586–608. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1631918>
- Smith, H., Mansted, K., & Brief, P. (2020). *Weaponised deep fakes National security and democracy*. 28. [www.aspi.org.au](http://www.aspi.org.au)
- Spektorowski, A. (2014). An exclusionist Europe? Islam and the reemergence of civic nationalism/¿Una Europa excluyente? El Islam y el resurgimiento del nacionalismo cívico. *Araucaria*, 16(31), 105–126. <http://pitt.idm.oclc.org/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/exclusionist-europe-islam-reemergence-civic/docview/1563752665/se->

[2?accountid=14709%0Ahttps://pitt.primo.exlibrisgroup.com/openurl/01PITT\\_INST/01PITT\\_INST:01PITT\\_INST?url\\_ver=](https://pitt.primo.exlibrisgroup.com/openurl/01PITT_INST/01PITT_INST:01PITT_INST?url_ver=)

- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Taylor Woods, E. (2013). Cultural nationalism: a review and annotated bibliography. *Studies on National Movements (SNM)*, 2.
- Thomas, E. (2021, diciembre 20). Why did the January 6 Rioters Plot in Plain Sight? *Institute for Strategic Dialogue*. [https://www.isdglobal.org/digital\\_dispatches/why-did-the-january-6-rioters-plot-in-plain-sight/.html](https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/why-did-the-january-6-rioters-plot-in-plain-sight/.html)
- Tres jóvenes rajan el cuello a un hombre en Pamplona tras intentar robarle: detenidos por intento de homicidio. (2021, enero 4). *Navarra*.  
<https://navarra.elespanol.com/articulo/sucesos/detenido-pamplona-policia-nacional-homicidio/20210104153344351095.amp>
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157–173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157–173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Twitter loses French court battle over hate speech. (2022, enero 1). *DW*.  
<https://www.dw.com/en/twitter-loses-french-court-battle-over-hate-speech/a-60501502.html>
- Twitter. (s. f.-a). *Política relativa a las conductas de incitación al odio*.  
<https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>
- Twitter. (s.f.-b). *Acerca de las cuentas verificadas*. <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>
- Ubieto, G. (2020, diciembre 22). Abierta una nueva línea de ayudas de hasta 3.000 euros para bares, restaurantes y locales en centros comerciales. *El Periódico*.  
<https://www.elperiodico.com/es/economia/20201221/abierta-nueva-linea-ayudas-3-11414488.html>
- Unión de Comunidades Islámicas de España. (2018, septiembre 10). *Entrevista con el presidente de la CIE sobre la enseñanza religiosa islámica*. <https://ucide.org/entrevista-con-el-presidente-de-la-cie-sobre-la-ensenanza-religiosa-islamica/.html>
- Unión de Comunidades Islámicas de España. (2020). *Estudio demográfico de la población musulmana: Explotación estadística del censo de ciudadanos musulmanes en España referido a fecha 31/12/2019*. <https://ucide.org/wp-content/uploads/2021/01/Estudio-demografico-2019.pdf>
- Unión de Comunidades Islámicas de España. (2021). *Estudio demográfico de la población musulmana: Explotación estadística del censo de ciudadanos musulmanes en España referido a fecha 31/12/2020*. <https://ucide.org/wp-content/uploads/2021/10/estademograf20.pdf>

- Valera-Orda, L., Calvo, D., & López-García, G. (2018). Conversaciones políticas en Facebook. Explorando el papel de la homofilia en la argumentación y la interacción comunicativa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2018(73), 55–73.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1245>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Van Dijk, T. A. (1987). *Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk*. Sage Publications, Inc.
- Vera, J. & Guindal, C. (2021, enero 11). El yihadista oculto en un piso okupa de Barcelona tenía como referente el atentado de Viena. *La Vanguardia*.  
<https://www.lavanguardia.com/politica/20210111/6180976/yihadista-oculto-piso-okupa-barcelona-tenia-referente-atentado-viena.amp.html>
- VerificaRTVE. (2021, enero 29). Inmigración y delincuencia: ojo a estos datos falsos. *RTVE*. Recuperado el 21 de mayo 2022, <https://www.rtve.es/noticias/20210129/desmentimos-datos-atribuyen-mas-delitos-inmigrantes/2070880.shtml>
- Verificat. (s.f.). *Metodologia*. Recuperado el 11 de febrero 2022, <https://www.verificat.cat/es/metodologia.html>
- Vox. (s.f.) 10 Medidas para Cataluña. Recuperado el 4 de julio 2022, [https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones\\_catalanas\\_2021/programa\\_electoral\\_vox\\_10\\_medidas.pdf](https://www.rtve.es/contenidos/documentos/elecciones_catalanas_2021/programa_electoral_vox_10_medidas.pdf)
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wells, J. R., Winkler C. A., & Weinstock, B. (2019). Facebook Fake News in the Post-Truth World. *Harvard Business School Case* 720-373, September 2019.  
<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=56664>
- Whitehead, D., & Harding, T. (2016). Analysing Data in Qualitative Research. *Nursing and Midwifery Research: Methods and Appraisal for Evidence-Based Practice*, 127–142.
- Woolley, S. C. (2016). Automating power: Social bot interference in global politics. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i4.6161>
- Yuval-davis, N. (2003). Nationalist Projects and Gender Relations. *Narodna Umjetnost : Hrvatski Časopis Za Etnologiju i Folkloristiku*, 40(1), 9–35.
- Zafra, R. (2015). *Ojos y capital*. Consonni.

- Zaphir, L. & Ellerton, P. (2021, septiembre 27). Free speech doesn't mean you can say whatever you want, wherever. *The Conversation*. <https://theconversation.com/free-speech-doesnt-mean-you-can-say-whatever-you-want-wherever-heres-how-to-explain-this-to-kids-166334.html>
- Zuloaga, J. M. (2021a, enero 4). Duro alegato de policías a Interior: “intolerable e impresentable falta de medios contra el coronavirus”. *La Razón*. <https://www.larazon.es/espana/20210104/47nrapkjg5gbheciq4gnp5k25q.html>
- Zuloaga, J. M. (2021b, enero 17). Daesh ordena a sus «lobos» atacar iglesias y policías en España. *La Razón*. <https://www.larazon.es/espana/20210117/ffft6fyrjicnvjks717wzylcq.html>

### **Bibliografía de Tuits**

- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021a, enero 24). *El separatismo catalán apoya la inmigración magrebí por ser más reacia a usar el español que la latina* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1353252722527641600>
- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021b, enero 2). *La mayoría de musulmanes anteponen sus convicciones religiosas a las normas de nuestro ordenamiento jurídico* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1345465184635203587>
- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021c, febrero 6). *No me extraña que los MENAS destrocen los carteles de @vox\_es. Saben que con nosotros se les acaba el chollo* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1358052240989249536>
- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021d, enero 5). *Cataluña quiere más religión islámica en colegios e institutos. Hostiles con el catolicismo, amables con el islamismo*. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1346363547174002689>
- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021e, enero 21). *A las élites progres les encantan los centros de MENAS, pero bien lejos de sus domicilios particulares. Saben perfectamente que* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1352161120757420034>
- Gallego, A. [@AntonioGalleg0]. (2021f, enero 10). *Detenidos en Barcelona un comando de ex combatientes yihadistas. Felicidades y gracias a la policía* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/AntonioGalleg0/status/1348374097076637696>
- García Fuster, M. [@MariaEGarciaFu2]. (2021, enero 27). *Cataluña es centro neurálgico del islamismo radical en España. Es la ciudad que más mezquitas fundamentalistas tiene* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/MariaEGarciaFu2/status/1354506122317746177>
- Garriga, I. [@Igarriavaz]. (2021a, febrero 4). *Más del 30% de operativos contra el yihadismo en España, se han producido en Cataluña* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Igarriavaz/status/1357259432418304001>
- Garriga, I. [@Igarriavaz]. (2021c, enero 11). *Hoy la Policía Nacional ha detenido a 3 yihadistas que entraron en patera por Almería* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Igarriavaz/status/1348708499182776323>
- Garriga, I. [@Igarriavaz]. (2021f, febrero 4). *No permitiremos que Cataluña se convierta en Francia. El multiculturalismo y la creciente islamización que promueve el buenismo progre* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/Igarriavaz/status/1356735793658748928>

- Garriga, J. [@JGarrigaDomenec]. (2021b, enero 27). *Cataluña implanta la religión islámica en las aulas. Es la comunidad con más detenidos este año por terrorismo islamista* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/JGarrigaDomenec/status/1354519106578472962>
- Garriga, J. [@JGarrigaDomenec]. (2021c, febrero 2). *Ellos protegidos: Separatistas, Políticos, Inmigración Ilegal, TV3 y medios subvencionados, Okupas. Y los catalanes abandonados: Familias, Autónomos, Trabajadores* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/JGarrigaDomenec/status/1358781574154756104>
- Garriga, J. [@JGarrigaDomenec]. (2021d, enero 18). *Se puede estudiar Islam en las aulas pero no escoger el Español como lengua de aprendizaje* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/JGarrigaDomenec/status/1351095237935038464>
- Garriga, J. [@JGarrigaDomenec]. (2021e, enero 27). *Cataluña implanta la religión islámica en las aulas. Es la comunidad con más detenidos este año por terrorismo islamista* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/JGarrigaDomenec/status/1354519106578472962>
- Lora, M. [@MonicaLora\_]. (2021a, enero 25). *Miles de catalanes se han visto obligados a cerrar sus negocios sin recibir ayudas. Pero inmigrantes ilegales con una actividad* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/MonicaLora\\_/status/1353589320444162048](https://twitter.com/MonicaLora_/status/1353589320444162048)
- Lora, M. [@MonicaLora\_]. (2021b, febrero 4). *En Hospitalet de Llobregat hace falta @vox\_es: la gente que ha levantado la economía de Cataluña ahora se encuentra* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/MonicaLora\\_/status/1357296779608420354](https://twitter.com/MonicaLora_/status/1357296779608420354)
- Lora, M. [@MonicaLora\_]. (2021c, enero 30). *Desde la Generalitat han convertido nuestros barrios en auténticos campos de batalla de la droga, los okupas y la inmigración ilegal* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/MonicaLora\\_/status/1355537499217686528](https://twitter.com/MonicaLora_/status/1355537499217686528)
- Vox Barcelona. [@vox\_barcelona]. (2021a, febrero 3). *@TwitterEspana censuró nuestra cuenta por dar unos datos del INE que decían que 0,2 % de la inmigración en Mataró* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_barcelona/status/1356973999776014337](https://twitter.com/vox_barcelona/status/1356973999776014337)
- Vox Barcelona. [@vox\_barcelona]. (2021b, febrero 3). *@Igarraigavaz : "Hemos visto como los medios de comunicación nos pintaban a esos "niños" como buenos, resultando ser asesinos* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_barcelona/status/1356910534113832965](https://twitter.com/vox_barcelona/status/1356910534113832965)
- Vox Barcelona. [@vox\_barcelona]. (2021c, enero 29). *@Igarraigavaz en #DBTLaVanguardia: "Hablemos de cómo la inmigración ilegal está convirtiendo nuestros barrios en estercoleros multiculturales"* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_barcelona/status/1355075520732520448](https://twitter.com/vox_barcelona/status/1355075520732520448)
- Vox Barcelona. [@vox\_barcelona]. (2021d, enero 28). *La izquierda intenta islamizar nuestra tierra catalana y no lo permitiremos. Daremos a las generaciones futuras una Cataluña mejor* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_barcelona/status/1354883781413511171](https://twitter.com/vox_barcelona/status/1354883781413511171)
- Vox Barcelona. [@vox\_barcelona]. (2021e, febrero 4). *@Igarraigavaz : "Vox viene a acabar con la creciente islamización de Cataluña y vamos a expulsar a todos aquellos"* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_barcelona/status/1356910655752851456](https://twitter.com/vox_barcelona/status/1356910655752851456)
- Vox España. [@vox\_es]. (2021q, enero 15). *@Santi\_ABASCAL 'Son muy poderosos los enemigos que enfrentamos en estos momentos, pero no tengo ninguna duda de que van a perder* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1350185463580123136](https://twitter.com/vox_es/status/1350185463580123136)

- Vox Gerona. [@gerona\_vox]. (2021, enero 28). *Los separatistas financiaron la entrada masiva de inmigrantes musulmanes para convertirlos en los “Nous Catalans” y hacer posible su afán* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/gerona\\_vox/status/1354686954718302208](https://twitter.com/gerona_vox/status/1354686954718302208)
- Vox Lérida. [@VoxLerida]. (2021a, febrero 12). *Luchamos decididamente contra la violencia sexual, no gastándonos millones de euros en propaganda sino incrementando las penas y expulsando* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/VoxLerida/status/1360277331768655882>
- Vox Lérida. [@VoxLerida]. (2021b, febrero 6). *Los inmigrantes ilegales han acabado con la identidad de vuestros barrios. Ni catalanes, ni españoles: La casta separatista* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/VoxLerida/status/1358115513541492738>
- Vox Lérida. [@VoxLerida]. (2021c, enero 21). *Absolutamente todos los partidos políticos globalistas y separatistas, son cómplices de la islamización de nuestras ciudades y de la inseguridad* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/VoxLerida/status/1354507654966751232>
- Vox Tarragona. [@VOX\_tarragona]. (2021a, febrero 11). *Intervenciones de @Jorgebuxade en Vilaseca. “Mientras millones de españoles no tienen acceso al empleo siguen trayendo a miles de inmigrantes* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/VOX\\_tarragona/status/1359840503395725312](https://twitter.com/VOX_tarragona/status/1359840503395725312)
- Vox Tarragona. [@VOX\_Tarragona]. (2021b, febrero 10). *Vamos a exigir mano dura para luchar contra la inmigración ilegal, que ha derivado en inseguridad, robos, okupación e, incluso, yihadismo* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_tarragona/status/1354883781413511171](https://twitter.com/vox_tarragona/status/1354883781413511171)
- Vox Tarragona. [@VOX\_Tarragona]. (2021c, febrero 7). *Hemos venido a romper consensos, a hablar de inmigración ilegal, de la inseguridad en las calles, de la desindustrialización* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/VOX\\_tarragona/status/1358439930951847936](https://twitter.com/VOX_tarragona/status/1358439930951847936)
- Vox Tarragona. [@VOX\_Tarragona]. (2021d, febrero 12). *@IsabelLazaro\_ “Es el momento de hablar de despilfarro político, cierre de chiringuitos, okupación, inseguridad ciudadana, inmigración ilegal, delincuencia y desindustrialización”* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/VOX\\_tarragona/status/1360202944126271491](https://twitter.com/VOX_tarragona/status/1360202944126271491)
- Vox Tarragona. [@VOX\_Tarragona]. (2021e, febrero 10). *Mientras la casta política despilfarra tu dinero en subvenciones a los menas y abandona a nuestras familias, @vox\_es defiende* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/VOX\\_tarragona/status/1359588724250664964](https://twitter.com/VOX_tarragona/status/1359588724250664964)
- Vox Tarragona. [@VOX\_Tarragona]. (2021f, febrero 10). *Vamos a exigir mano dura para luchar contra la inmigración ilegal, que ha derivado en inseguridad, robos, okupación e, incluso* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/VOX\\_tarragona/status/1359637572771860481](https://twitter.com/VOX_tarragona/status/1359637572771860481)
- Vox. [@vox\_es]. (2021a, enero 14). *Ataque a pedradas de 150 menas magrebíes contra cuatro policías y guardias civiles al sur de Gran Canaria* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1349706840431603717](https://twitter.com/vox_es/status/1349706840431603717)
- Vox. [@vox\_es]. (2021b, enero 5). *Tres jóvenes inmigrantes ilegales rajan el cuello a un hombre en Pamplona para intentar robarle* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1346441181031518209](https://twitter.com/vox_es/status/1346441181031518209)

- Vox. [@vox\_es]. (2021c, febrero 11). *El 46% de robos es de origen extranjero y lo dicen los datos. El principal problema* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1359999030114328576](https://twitter.com/vox_es/status/1359999030114328576)
- Vox. [@vox\_es]. (2021d, enero 19). *La invasión migratoria se acelera: Unos 100 ilegales han logrado saltar la valla de Melilla esta mañana* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1351491186624704512](https://twitter.com/vox_es/status/1351491186624704512)
- Vox. [@vox\_es]. (2021e, enero 27). *Los yihadistas que planeaban un atentado en Barcelona llegaron en patera a Almería y cruzaron el país en coche* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1354495507100561421](https://twitter.com/vox_es/status/1354495507100561421)
- Vox. [@vox\_es]. (2021f, enero 11). *Los yihadistas detenidos en Barcelona llegaron a España en patera por Almería y estaban dispuestos a atacar* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1348705096864038913](https://twitter.com/vox_es/status/1348705096864038913)
- Vox. [@vox\_es]. (2021g, enero 27). *Gerona es una de las provincias con mayor número de detenidos por yihadismo islámico* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1354499082509815812](https://twitter.com/vox_es/status/1354499082509815812)
- Vox. [@vox\_es]. (2021h, enero 17). *Daesh ordena atacar iglesias y policías en España: la infiltración de yihadistas en las pateras ha elevado el riesgo de atentados* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1350765627905089538](https://twitter.com/vox_es/status/1350765627905089538)
- Vox. [@vox\_es]. (2021i, enero 18). *Implantan la religión islámica en los colegios de Cataluña. Pero no dejan escoger el español como lengua vehicular* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1351139953946882049](https://twitter.com/vox_es/status/1351139953946882049)
- Vox. [@vox\_es]. (2021j, enero 4). *Un policía malagueño muere por Covid tras custodiar a inmigrantes ilegales, alguno de ellos contagiados, en Canarias* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1346119852428308481](https://twitter.com/vox_es/status/1346119852428308481)
- Vox. [@vox\_es]. (2021k, febrero 10). *Cataluña es la segunda región de España que más menas acoge. En VOX nos comprometemos a clausurar los centros de MENAS* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1359574026700656640](https://twitter.com/vox_es/status/1359574026700656640)
- Vox. [@vox\_es]. (2021l, febrero 8). *Así intenta la mafia mediática influir en las elecciones catalanas: criminalizando a los canarios que sufren la invasión migratoria* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1358553126446501891](https://twitter.com/vox_es/status/1358553126446501891)
- Vox. [@vox\_es]. (2021m, enero 28). *¿Cinco ex menas, @elmundoes? Cinco inmigrantes ilegales que merecen ser expulsados y cumplir pena en sus países* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1354718434832113666](https://twitter.com/vox_es/status/1354718434832113666)
- Vox. [@vox\_es]. (2021n, enero 25). *@Jorgebuxade: sobre la situación en Canarias: "Vemos que los canarios están absolutamente desesperados y llegan noticias de que los vecinos se tienen* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1353692224249352194](https://twitter.com/vox_es/status/1353692224249352194)
- Vox. [@vox\_es]. (2021o, enero 15). *@Santi\_ABASCAL "La invasión migratoria perjudica a los europeos corrientes, no a quienes la están promoviendo: no a los ministros comunistas* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1350194834045345801](https://twitter.com/vox_es/status/1350194834045345801)
- Vox. [@vox\_es]. (2021p, enero 20). *@Macarena\_Olona denuncia en TVE la invasión migratoria que padece España mientras nuestros gobernantes cierran negocios* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1351830636122746882](https://twitter.com/vox_es/status/1351830636122746882)

- Vox. [@vox\_es]. (2021q, enero 27). *El islamismo crece en Gerona un 5% en un año, sumando más de 90.000 fieles* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1354497281811218437](https://twitter.com/vox_es/status/1354497281811218437)
- Vox. [@vox\_es]. (2021r, enero 22). *Más cadena perpetua para los peores criminales y violadores... y menos feministas de moqueta con escolta y seguridad privada* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1352624861420662786](https://twitter.com/vox_es/status/1352624861420662786)
- Vox. [@vox\_es]. (2021s, enero 18). *¡NO al derribo de la Cruz de las Descalzas en Aguilar de La Frontera! Los talibanes de la memoria pretenden* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1351288719710564353](https://twitter.com/vox_es/status/1351288719710564353)
- Vox. [@vox\_es]. (2021t, febrero 11). *@Igarraigavaz en #L6ElDebat: "Daremos nuestro apoyo a quien quiera acabar con la islamización y la inseguridad en los barrios* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1359974016245760002](https://twitter.com/vox_es/status/1359974016245760002)
- Vox. [@vox\_es]. (2021u, enero 27). *Responsabilizamos a todos los partidos políticos por haber promovido la peligrosa islamización de Cataluña. Desde ERC al PP* [Tuit]. Twitter. [https://twitter.com/vox\\_es/status/1354494776847069186](https://twitter.com/vox_es/status/1354494776847069186)