

## Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina

*Media Coups and Disinformation in the  
Digital Era. Irregular War in Latin America*

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>

FRANCISCO SIERRA CABALLERO<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0001-7398-7588>

SALOMÉ SOLA-MORALES<sup>2</sup>

<http://orcid.org/0000-0001-7085-4595>

Este artículo reflexiona acerca del papel que tienen los medios de comunicación y las redes sociales en el fenómeno de los “golpes mediáticos” en América Latina. Para ello, se explora el modelo de propaganda a través del análisis de cuatro casos relevantes de manipulación y desinformación en la región: los casos de Venezuela, México, Brasil y Ecuador. La principal conclusión a la que se llegó es que es necesario regular el sistema de medios tradicional y digital en pro de la democracia y la paz para impedir la desinformación y los golpes mediáticos.

Palabras clave: golpes mediáticos, desinformación, medios de comunicación, redes sociales, América Latina.

*This article reflects on the role of the media and social networks in the phenomenon of “media coups” in Latin America. To this end, the propaganda model is explored through the analysis of four relevant cases of manipulation and disinformation in the region: those of Venezuela, Mexico, Brazil and Ecuador. The main conclusion reached is that it is necessary to regulate the traditional and digital media system for democracy and peace to prevent disinformation and “media coups”.*

*Keywords: media coups, disinformation, media, social Networks, Latin America.*

### Cómo citar este artículo:

Sierra Caballero, F. & Sola-Morales, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, e7604. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>

<sup>1</sup> Universidad de Sevilla, España.  
fcompoliticass@gmail.com

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla, España.  
ssolamorales@us.es

Fecha de recepción: 16/09/19. Aceptación: 19/02/20. Publicado: 15/07/20.

## INTRODUCCIÓN

La política de la “postverdad” (Keyes, 2004; Roberts, 2010) ha trascendido fronteras y parece haber llegado a América Latina. En el continente está proliferando una política sistemática de desinformación y de propaganda propia de los conflictos de baja intensidad (Thompson, 1989), las guerras irregulares (Franco, 2001) o híbridas (Fleming, 2011; Hoffman, 2009; Korybko, 2015, 2016), en las que el desarrollo no es solo militar sino también económico, psicológico y propagandístico. Más allá de la prensa y la televisión, la manipulación informativa ha llegado a Internet y las redes sociales y los ciberataques forman parte —entre otras estrategias— de la lógica de confrontación. Internet y plataformas digitales como Facebook o Twitter se han convertido en un escenario de disputa y lucha ideológica donde el rumor, el bulo, la mentira y la falsedad se están convirtiendo en un ingrediente esencial.

Las *fake news* siempre han sido un elemento central de la comunicación política (McNair, 2017). Ahora bien, en la sociedad digital, donde hay una sobreabundancia de información y un aumento de la velocidad e inmediatez, estos bulos aumentan (McNair, 2018). En muchas ocasiones las noticias falsas, además, se ven legitimadas por su autoría ciudadana (Alves & Oliveira, 2016) y por su carácter fresco y directo. Hoy en día, el valor de la información está más que nunca en cuestión (Marcos Recio et al., 2017). Los algoritmos o *filter bubbles* (Pariser, 2011) creados por Facebook dan a los usuarios lo que desean y, así, terminan generándoles mayor confianza que los contenidos publicados en los medios convencionales (Viner, 2016). Todo ello apunta a que el sistema mediático tradicional está cambiando.

En muchos países, las redes sociales son ya la primera fuente de información entre los jóvenes, tal es el caso de España, por ejemplo, como recoge el *Informe Anual de la Profesión Periodística* (Palacio, 2018) o de algunos países latinoamericanos como Brasil (Hootsuite, 2019), con lo que las redes sociales se están convirtiendo en el espacio preferido de la propaganda digital o computacional y, por ende, de la desinformación y las *fake news*.

Las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos (Kollanyi et al., 2016) y el referéndum del Reino Unido por el Brexit (Howard &

Kollanyi, 2016) son solo dos ejemplos paradigmáticos de estas nuevas formas de manipulación algorítmica en las que proliferan cuentas automatizadas (*bots*) y noticias falsas promovidas en Internet por corporaciones y gobiernos (Woolley & Howard, 2017), entre otras prácticas. Pero también América Latina se ha visto salpicada por estos fenómenos. Así, el plebiscito por la paz en Colombia (Pauner Chulvi, 2018) o las elecciones mexicanas (Magallón Rosa, 2019; Parra Valero & Oliveira, 2018) han estado marcadas por las campañas de desinformación en la red. Las técnicas de hackeo, la interceptación de llamadas telefónicas o el intento de eliminar simbólicamente al adversario son algunas de las estrategias desplegadas por los actores políticos dominantes en el espacio virtual, donde pugnan por eliminar a sus adversarios, derribar cualquier forma de resistencia o criminalizar la protesta. Un proceso que va acompañado de la creciente mercantilización de la industria periodística, la cual depende del capital financiero internacional.

Más aún, en el sistema de dominio imperial que rige en Latinoamérica, el discurso informativo es, al tiempo que espectacular, un discurso con frecuencia “terrorista” (Sierra Caballero, 2019). Justo por ello, en un contexto de comunicación global, es preciso reflexionar acerca de la labor de los medios de comunicación y las redes sociales y cuestionar si acaso están apoyando la resolución pacífica de los conflictos locales o si por el contrario están legitimando y amplificando –mediante estrategias de propaganda– procesos golpistas o de intervención regional o local.

En primer lugar, se reflexiona acerca de la noción de “golpe mediático” en el contexto del sistema de medios en América Latina en relación con el modelo de propaganda de Estados Unidos y atendiendo a las lógicas de las llamadas guerras de la información y la desinformación. Para ello, se reflexiona acerca del papel que tienen los medios de comunicación y, especialmente en las últimas décadas, las redes sociales en el fenómeno de los golpes mediáticos (Sierra Caballero, 2016) en América Latina.

En segundo lugar, se explora la dialéctica entre la comunicación global y las intervenciones locales a través del análisis de cuatro casos relevantes de manipulación, desinformación y propaganda en las redes digitales en la región: los casos de Venezuela, México, Brasil y Ecuador.

Los objetivos principales de esta investigación son los siguientes: explorar las estrategias de propaganda, desinformación y manipulación informativa de los cuatro casos seleccionados; analizar cómo funcionan los golpes mediáticos en el entorno digital a través del análisis de una muestra de casos. Además, se plantea un objetivo de carácter teórico que se enuncia en los siguientes términos: proponer líneas de actuación para evitar los golpes mediáticos y su rápida propagación en las redes sociales.

A raíz de los objetivos propuestos, se detallan las preguntas que han guiado esta investigación: ¿Se pueden observar estrategias de propaganda, desinformación y manipulación en los casos estudiados?; ¿cómo funcionan los cuatro golpes mediáticos estudiados en el entorno digital?; ¿qué medidas se podrían adoptar para evitar los golpes mediáticos y su rápida propagación a través de las redes sociales?

## METODOLOGÍA

A la hora de abordar las estrategias de manipulación, propaganda y desinformación en los medios de comunicación y en el entorno digital base de los golpes mediáticos, como se desarrollará más adelante, es preciso plantear un análisis contextual previo que reflexione acerca de los marcos culturales y políticos en los cuales estos fenómenos emergen. La estructura del sistema informativo en cuestión; las motivaciones y los intereses ideológicos de las grandes corporaciones informativas y los grandes lobbies; el funcionamiento de los sistemas políticos y la interacción entre sus actores (partidos políticos, organizaciones y movimientos sociales), así como la relación de la ciudadanía con la institucionalidad y el poder político y económico; las formas de organización y participación ciudadana y otras cuestiones, incluso, como la corrupción o la transparencia de un sistema político como elementos que podrían jugar un papel fundamental en el análisis de estos casos.

Justamente como los golpes mediáticos son fenómenos de gran complejidad, es preciso cuestionar por qué surgen, cómo funcionan y qué efectos tienen sobre la sociedad. En este sentido, se plantea necesario tener presente y no perder de vista el lugar y el momento histórico-político en el que surge el golpe mediático. Esto resulta especialmente pertinente si se quiere profundizar tanto en las causas de su aparición como en su modus operandi y consecuencias sobre la democracia.

Dado que los principales objetivos de esta investigación son explorar las estrategias de propaganda, manipulación y desinformación, así como explorar el funcionamiento de los golpes mediáticos en el entorno digital, se ha seleccionado un diseño de número pequeño. Este tipo de diseño permite profundizar en unidades completas, en su totalidad. En este sentido, frente a una aproximación orientada a variables, que atiende a la lógica estadística, esta selección permitirá: primero, conocer a fondo los detalles y características de cada uno de los movimientos elegidos y, segundo, profundizar cualitativamente en el funcionamiento en Internet y las redes sociales comparando sus usos y funciones.

El diseño de esta investigación es resultado-céntrico en la medida en que el objetivo es conseguir explicaciones potenciales –con un profundo conocimiento– que permitan explicar y predecir resultados. En este caso (fruto de la unión entre el primer objetivo y el segundo de esta investigación): explorar cómo los golpes mediáticos se han dado en Internet y las RRSS.

Concretamente se han seleccionado cuatro casos relevantes de manipulación, desinformación y propaganda en las redes digitales en la región: el cerco a la revolución bolivariana en Venezuela; la tergiversación informativa en México; el golpe en Brasil, y la oposición contra Rafael Correa, en Ecuador.

Para abordar estos interrogantes, se desarrolló una metodología cualitativa comparada (QCA), que ha permitido profundizar en las características de los cuatro golpes mediáticos seleccionados y describir el uso de las redes sociales. Para ello, se ha realizado un análisis empírico cualitativo del uso de las redes sociales en los cuatro casos. Esta exploración y descripción ha permitido averiguar el funcionamiento de los golpes mediáticos en los entornos digitales.

Investigar los usos propagandísticos en Internet en cada caso particular con carácter retrospectivo es una tarea compleja, esto se debe principalmente a que no existe un registro detallado de las acciones de manipulación y desinformación llevadas a cabo en la red, dado que muchas de las páginas pueden haber sido eliminadas. Además, los golpes mediáticos están fragmentados –ideológica o geográficamente–: pueden existir miles de *fanpages* en Facebook, páginas de Instagram, webs, blogs y perfiles de Twitter que promuevan fake news o bulos,

además de miles de videos en YouTube por parte de colectivos o case-ros, realizados por participantes o simpatizantes de los golpes mediáticos de los movimientos. No obstante, gracias a la literatura científica y a los registros hallados en la red (tanto informativos tradicionales como noticias en los diarios, o más rudimentarios, como blogs) ha sido posible realizar un análisis de los principales usos de las redes sociales en cada uno de los casos estudiados.

El análisis empírico cualitativo de las prácticas propagandísticas y las estrategias de manipulación y desinformación ha permitido cuestionar cuál era el funcionamiento de los golpes mediáticos en Internet y, para ello, se han delimitado 20 estrategias retórico-discursivas y se ha cuestionado y analizado cuáles se daban en los casos seleccionados. Las estrategias son las siguientes:

Estrategia
1. <i>Fake news</i>
2. Discurso del odio
3. Emocionalidad
4. Asunción de opiniones como hechos
5. Presencia de <i>bots</i>
6. Presencia de <i>trolls</i>
7. Viralización
8. Demonización
9. Radicalización
10. Confrontación entre “nosotros” y “ellos”
11. Caricaturización
12. Espectacularización
13. Acusación y persecución contra miembros del gobierno
14. Ausencia de fuentes ante un dato
15. Anonimato o ausencia de autoría
16. Polarización de posiciones ideológicas
17. Uso de lenguaje ideológicamente orientado
18. Omisión de temas
19. Omisión de violaciones de los Derechos Humanos
20. Persecución a periodistas

Fuente: Elaboración propia.

## SELECCIÓN DE CASOS

Los cuatro casos elegidos para este estudio comparado han sido seleccionados atendiendo a cuatro criterios. El primero de ellos es de tipo geográfico: se han seleccionado cuatro casos latinoamericanos. El segundo de los criterios es que los cuatro países tienen sistemas democráticos que se encuentran cuestionados a nivel internacional o que no se consideran plenos,<sup>3</sup> en los que además hay gran polarización ideológica e intereses geoestratégicos fuera de sus fronteras. Cabe indicar que, además, los cuatro casos latinoamericanos elegidos son paradigmáticos en la medida en que han tenido cobertura mundial. El tercero de los criterios de selección está relacionado con el sistema de medios de comunicación de cada uno de los países: los cuatro tienen importantes monopolios informativos con fuerte concentración empresarial. El cuarto de los criterios es la utilización estratégica de Internet y las redes sociales a favor del golpe mediático en cuestión.

## CORPUS DEL ESTUDIO

A continuación se presentan los ítems principales analizados en cada caso,<sup>4</sup> que han compuesto el corpus de análisis de este estudio, la estrategia se ha adaptado a cada caso utilizando criterios de significatividad que permitieran ilustrar las tendencias principales de los golpes mediáticos en Internet.

En lo que respecta al caso venezolano, se han analizado las cuentas de Facebook y Twitter de individuos o grupos opositores contra Hugo Chávez. Dado que el universo era muy amplio se han tomado como referencia cuentas que tuvieran más de 50 000 seguidores, tales como

---

<sup>3</sup> México, Brasil y Ecuador son catalogados como democracias imperfectas y Venezuela de sistema autoritario. Independientemente de los criterios adoptados por el estudio, no deja de ser una referencia que podría ser utilizada en el futuro ante nuevos análisis de la existencia o no de golpes mediáticos en democracias plenas. Véase The Economist Intelligence Unit (2018).

<sup>4</sup> Para más detalles, remitimos la obra de referencia: Sierra Caballero (2016).

@LaDivinaDiva (56 700 seguidores) o @DonCorneliano2 (72 100 seguidores).

En el caso mexicano, se han analizado las cuentas de Facebook de diarios como *Diario de Oaxaca* y *Nación Unida*, así como las webs [www.elmexicanodigital.com](http://www.elmexicanodigital.com) y [www.todoinforme.com](http://www.todoinforme.com). Al mismo tiempo se ha realizado un análisis de la actividad en redes sociales de Alfredo del Mazo, en el periodo electoral de 2017. Así mismo, se ha incorporado el análisis de la actividad contrahegemónica por parte del movimiento social #YoSoy132 (Sola-Morales, 2016, 2019).

En el caso brasileño, se analizó la actividad en redes relativa a la acusación y juicio a Dilma Rousseff, las portadas de varios diarios, así como sus cuentas de Facebook y Twitter y la actividad del Movimiento “Brasil Libre”.

Para el caso de Ecuador se analizó la actividad en redes sociales de los grupos y perfiles opositores a Rafael Correa relacionados con el movimiento de oposición de junio de 2015 y el llamado “complot” judicial de 2018, ante la propuesta de Ley Orgánica para la Justicia Tributaria para la Redistribución de la Justicia.

## GOLPES MEDIÁTICOS

La noción “golpe mediático”, ha sido muy utilizada en las últimas décadas para hacer referencia a conflictos tales como la guerra sucia contra Nicaragua, la represión contra movimientos populares en Colombia, el golpe en Honduras, el golpe parlamentario contra Fernando Lugo en Paraguay, la persecución judicial contra Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil, de Cristina Fernández de Kirchner en Argentina o el proceso judicial espurio contra Rafael Correa en Ecuador, el *impeachment* contra Dilma Rouseff en Brasil o la manipulación informativa contra los gobiernos electos en Bolivia y Venezuela (Britto García, 2008; Casado Gutiérrez, 2016). González Cadalso et al. (2019) hacen alusión al uso bélico por parte de los medios de comunicación como parte de una estrategia irregular de intervención llevada a cabo por la élite económica o política con el fin de recuperar la hegemonía en la región.

Esta estrategia incluye el adiestramiento ideológico del ejército, el dominio y control del poder judicial y lo que es más relevante en el

marco de esta reflexión: la hegemonía y el control de los medios de comunicación públicos y de las redes digitales. Concretamente, esta batalla por la información en el actual espacio virtual se libra en forma de ciberguerra, utilizando técnicas de hackeo, filtraciones, creando fake news, fomentando la desinformación y la manipulación en las redes digitales. El golpe mediático, como el “golpe blando” o “suave” como los denominó Sharp (2011), se trata de un fenómeno que utiliza el poder político, económico, psicológico y militar, además del recurso a la policía y las fuerzas internas de seguridad con el fin de evitar o revertir cualquier proceso de transformación social contrario a los intereses geopolíticos hegemónicos o de las élites locales. En líneas generales, estos golpes –orquestados por la derecha– buscan “domesticar a gobiernos y recolonizar América Latina”, como ha indicado Pérez Esquivel (2016, p. 99). Justamente, si la derecha no lo consigue mediante las urnas, apoyada por Estados Unidos, lo logrará mediante la destitución ilegal de presidentes, la privatización de empresas del Estado o la entrega de recursos naturales (Pérez Esquivel, 2016).

La globalización mediática –a través del control ejercido por los lobbies mediáticos transnacionales– fomenta y permite este tipo de injerencias e intervencionismo, dado que facilita una cobertura política “adecuada” a los lineamientos estratégicos o favorables a las élites que ostentan el poder. Esto se debe, en parte, a la concentración de la propiedad y al monopolio de la industria mediática en la región, sumado al dominio estadounidense sobre las comunicaciones y la cultura de masas, que, además, junto con el liderazgo tecnológico en el ámbito de las telecomunicaciones y la industria militar, mantiene concentrado el poder global en manos de unos pocos. Esta dinámica permite, a su vez, bloquear o revertir procesos como el nuevo regionalismo latinoamericano, la ascensión de la izquierda o el movimiento indígena, desfavorables a los intereses de Estados Unidos.

En este sentido, a la hora de explorar los llamados golpes mediáticos es preciso tener en consideración el control hegemónico de los medios de comunicación y la cultura, que es justamente el que impide una “comunicación otra” (Alfaro, 1993; Maldonado Rivera et al., 2015) en la región. A saber, una comunicación democrática, ciudadana, popular, participativa, en pro de la paz, el desarrollo, el cambio social y el “buen

vivir” o el “vivir bien” (Contreras Baspineiro, 2014), objetivos que toda política de comunicación debiera tener como horizonte.

## SISTEMA DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

La región se caracteriza por una estructura corporativista y subdesarrollada en lo que a sistema de medios públicos se refiere, tal y como lo han manifestado los indicadores de desarrollo mediático de la UNESCO (2019) en materia de diversidad, igualdad y pluralismo. La mayoría de los países tienen déficits democráticos dada la concentración de la propiedad y la oligarquía de la información.

Para analizar los golpes mediáticos es fundamental, por tanto, tener presente el contexto latinoamericano y las principales características del sistema de medios, el cual se caracteriza por: a) falta de pluralidad, por la elevada concentración mediática que fomenta el dominio de un monodiscurso, que anula la diversidad y las voces alternativas; b) precariedad laboral de periodistas e informadores, que dependen de oligarquías y propietarios de los medios y, además, se encuentran, en su mayoría, faltos de cualificación; c) censura impuesta desde el gobierno e inducida por las élites, los lobbies y los magnates económicos; d) colonialismo anglosajón de los modelos de profesión periodística, impuestos a través de sociedades y agencias de prensa; e) hiperconcentración de la publicidad y dominio de los grandes capitales nacionales y transnacionales y; f) control absoluto de las élites unidas –poder mediático, gobiernos y lobbies económicos o grupos transnacionales–. Todos estos elementos se retroalimentan e impiden el desarrollo de un sistema democrático plural, diverso y transparente.

A su vez, es importante hacer notar la importancia creciente de las redes sociales en la región. Aproximadamente el 66% de la población latinoamericana es usuaria de redes sociales (Hootsuite, 2019), por lo que es fundamental considerarlas a la hora de explorar los mecanismos de propaganda utilizados en los golpes mediáticos. Justamente el alcance directo e inmediato –en el teléfono celular personal de cada individuo– es el que hace que los golpes mediáticos tengan tanto impacto y que el modelo de propaganda se ajuste tan bien a los intereses de los poderes fácticos.

## EL MODELO DE PROPAGANDA Y LA OMNIPRESENCIA MEDIÁTICA DE ESTADOS UNIDOS

Es preciso cuestionar la función de los medios de comunicación en procesos golpistas, como los que llevan aconteciendo en las últimas décadas en la región. Estados Unidos lleva ostenta desde décadas atrás el control hegemónico de los medios de comunicación. Desde Hollywood hasta Netflix, esta “invasión” alcanza, como han indicado Lima Rocha y Klein (2018), tanto Internet –donde existen vínculos entre dibujos animados, series, polemistas y humoristas, por citar unos pocos ejemplos– hasta la televisión por suscripción, donde los latinoamericanos asisten a la exposición de un universo simbólico universal, hegemónico y monolítico: el estadounidense.

Ya en 1988 Herman y Chomsky analizaron el modo en que la industria mediática de Estados Unidos promovía patrones de conducta y valores para mantener y reproducir el status quo, dentro y fuera de las fronteras estadounidenses. El modelo de propaganda propuesto por los investigadores permite explicar cómo los medios de comunicación de masas funcionan en América Latina en tanto vehículos de transmisión de mensajes, valores y símbolos según estrategias propias de la manipulación informativa.

Para ilustrar la pertinencia de tal aporte teórico-metodológico a la hora de abordar los golpes mediáticos, a continuación, se exponen las estrategias llevadas a cabo por Estados Unidos para el desarrollo del modelo de propaganda:

- a) *Hegemonía y control de las comunicaciones en la región por parte de Estados Unidos.* Vigilancia directa o indirecta planteada como una lógica mediática de intervención en América Latina para garantizar la defensa y seguridad de los valores estadounidenses defendidos en el *Documento de Santa Fe* (Roitmann, 1989), marco doctrinal de la administración Reagan. Esto a través del control de empresas, lobbies mediáticos y a través de bots, *trolls*, granjas de contenidos, *spyware* y otras técnicas de hackeo.
- b) *Nueva cultura mediática en el ámbito de la comunicación política y la propaganda.* Fundamental en el desarrollo de conflictos bélicos

en diversos países del llamado tercer mundo y en la consolidación interna de un modelo de comunicación y de política neoliberal.

- c) *Colonización belicista de la opinión pública entre la población estadounidense* (Selser, 1988). Mediante la persuasión y la supuesta amenaza comunista a la que se sometió a la opinión pública, con el fin de garantizar posteriormente el apoyo a la guerra de baja intensidad en regiones como Centroamérica. Así, por ejemplo, la guerra en las redes contra Rafael Correa o el referéndum de 2016 en Bolivia, que estuvo marcado por la desinformación, ilustra cómo los golpes mediáticos determinan la agenda pública y mantienen el orden neoliberal.

## LA GUERRA DE LA INFORMACIÓN Y LA DESINFORMACIÓN

Su dinámica es la confrontación entre oponentes y su arma, la información. Esta puede apoyar ideológicamente a un gobierno atacado por fuerzas insurgentes o respaldar a una fuerza insurgente que pretende liberarse de un gobierno adverso.

También puede basarse en la desinformación, es decir, en la manipulación, o como ha descrito Serrano (2009), en la especulación y el espectáculo. Así la omisión, el silencio y la ausencia de cobertura de cualquier acto, por dramático que sea, puede anular al contrario y, sin darle presencia, pretender aniquilarlo. Estas lógicas están detrás de muchos conflictos en América Latina y se han utilizado para frenar movimientos populares, insurgencias indígenas o gobiernos de izquierda. Desde el golpe promovido en Chile –asumiendo las tesis de la doctrina del shock analizada por Klein (2007)– pasando por Guatemala, Colombia, México, Nicaragua, Perú o Venezuela, numerosos han sido los procesos de injerencia en los que los medios han jugado un rol determinante en la defensa ante la opinión pública de las estrategias de intervención o en el abandono total de las víctimas y de los civiles.

La información y su manejo viene utilizándose desde hace décadas de manera estratégica para reproducir lógicas imperialistas y para defender a Estados Unidos de los supuestos “enemigos ocultos” de turno –primero los rusos, luego los chinos, más tarde Irak, Libia o Corea del Norte, actualmente todo el tercer mundo (Collon, 1999, p. 378)–. La

difusión a través de los medios de comunicación masivos de un discurso paranoico fomenta en la ciudadanía miedo ante las posibles amenazas que representan estos enemigos, en forma de relatos de terror. Estas narraciones repetidas de manera constante en los medios de comunicación masiva terminan fomentando la escalada militar y favoreciendo la sensación de conflicto permanente. Hoy, por ello, la concentración del poder geopolítico, hegemonizado por Estados Unidos, es la lógica contrapartida de la globalización económica definida doctrinalmente como la descentralización a escala planetaria.

En definitiva, esta situación apunta a una crisis global de la información y de la comunicación que, además, en palabras de Ramonet (1998), pone de manifiesto el déficit democrático que gobierna la expansión de las redes mundiales de información, según los intereses estratégicos y político-militares del “sistema-mundo” descrito y analizado por Wallerstein (2005). En este contexto, los nuevos medios de comunicación, las redes sociales y las plataformas digitales emergen como el eje central de las políticas de propaganda y desinformación en contra de la paz y de la soberanía de los pueblos del Sur.

## RESULTADOS

A continuación, y con el fin de ilustrar las dinámicas y el funcionamiento de los golpes mediáticos y del modelo de propaganda y desinformación inherente a dichas estrategias contrarrevolucionarias, se presentan los resultados del análisis de los cuatro casos seleccionados: Venezuela, México, Brasil y Ecuador.

### *Venezuela, el cerco a la Revolución bolivariana*

Este puede considerarse un ejemplo ilustrativo del modelo de propaganda explorado. Desde que Hugo Chávez llegó a la presidencia, los medios de comunicación privados comenzaron a hostigar de manera continua y sistemática a la población con narrativas distorsionadas acerca del proceso democrático venezolano. En el año 2002 se llegó a justificar el golpe de Estado fallido. Mientras tanto, las supuestas “operaciones de paz” orquestadas por Estados Unidos han sido silenciadas a la ciudadanía y tan solo se han denunciado en documentales indepen-

dientes como *The War on Democracy* (2007), de Christopher Martin y John Pilger, por citar un ejemplo.

Los medios dominantes siempre han mantenido ocultos de manera deliberada los intereses geopolíticos hegemónicos y las actividades llevadas a cabo por los poderosos. Este tipo de dinámicas, justamente, son las que desestabilizan a gobiernos como el venezolano. Se ha llegado a considerar que la intervención del Pentágono contra la república bolivariana era una “guerra irrestricta” (Sierra Caballero, 2018) que ha trascendido las fronteras venezolanas, llegando a ser asumida incluso por medios supuestamente independientes, como es el caso del diario español *El País*, del grupo PRISA, que ha legitimado los planes golpistas liderados desde Washington. También *El Clarín*, en Argentina; *El Tiempo*, en Colombia; *El Comercio*, en Ecuador, entre otros, han sostenido esta campaña deliberada contra el gobierno chavista (Casado Gutiérrez, 2016).

Ahora bien ¿qué ha ocurrido en las redes sociales? Desde las cuentas de Facebook y Twitter oficiales de opositores al gobierno, de representantes políticos hasta ciudadanos comunes que crean perfiles en Twitter como @LaDivinaDiva, con más de 56 700 seguidores o @DonCornelio2, con más de 72 100 seguidores, numerosas han sido las técnicas retórico-discursivas para trasladar el espacio de la contienda al escenario virtual. A continuación, se enumeran algunas de las estrategias del modelo de propaganda computacional, base del golpe mediático objeto de exploración:

- a) *Demonización*. Se trata de una estrategia discursiva, que busca aislar al contrario impidiendo que se defienda, declarándolo moralmente inferior y eliminando sus derechos básicos (Romero-Rodríguez, 2014; Romero-Rodríguez et al., 2015).
- b) *Radicalización*. Mediante esta estrategia se sacan de contexto elementos del discurso del oponente con el fin de exagerar y criminalizar sus puntos de vista.
- c) *Confrontación “nosotros”/“ellos”*. Es una lógica de enfrentamiento que perpetúa una lógica belicista de bandos, que refleja la oposición que se da offline.
- d) *Caricaturización*. A través de representaciones grotescas y de la distorsión de la imagen de los presidentes Hugo Chávez y Nicolás

- Maduro, así como de otros miembros del gobierno, se justifica su calificación como “dictadores”, “peligrosos”, “locos” o “delinquentes”.
- e) *Fake news*. La producción de bulos, rumores y desinformación generalizada con el fin de desestabilizar al gobierno bolivariano y aislarlo.
  - f) *Sensacionalismo y espectacularización*. Del mismo modo que los medios de comunicación masiva, las redes replican el sensacionalismo convirtiendo las anécdotas en *hashtags*, por ejemplo, lo cual banaliza la información (Casado Gutiérrez, 2016, p. 19).
  - g) *Ausencia de fuentes*. En las redes sociales se publican “noticias” sin voz atribuida, sin referencias o precisión que garantice su veracidad.
  - h) *Uso de lenguaje ideológicamente orientado*. A nivel lexicológico y semántico, refuerza la posición de Estados Unidos y sus aliados opositores.
  - i) *Polarización, a favor de posiciones extremas* (Morales et al., 2015). Mediante la utilización de un lenguaje bélico y conflictivo que acentúa el miedo y el pánico en la población y en la opinión pública internacional.

Cabe señalar que, apoyadas y retroalimentadas por los grandes conglomerados, las redes, en manos de la oposición venezolana o de grupos afines a los intereses de Estados Unidos, fomentan mayores desórdenes en lugar de promover el diálogo y la resolución del conflicto. En definitiva, la campaña de descalificaciones en los medios de comunicación contra los representantes electos, los continuos rumores y la desinformación, recuerdan al golpe contra Salvador Allende en Chile, en 1973. En esa instancia también se conjuraron las estrategias de manipulación informativa junto con otras de tenor ideológico, militar y económico.

#### *México: La tergiversación informativa*

La manipulación de la información en la cobertura de casos como la desaparición de 43 estudiantes normalistas en Ayotzinapa en 2014, por parte de los medios de comunicación tradicionales, la falta de diversidad en el tratamiento del alzamiento zapatista de Chiapas, los asesinatos de Acteal o las movilizaciones de Oaxaca, iniciadas tras el plantón magisterial (Gravante, 2016), dan buena cuenta del vínculo

existente entre la lógica mediática y la calidad democrática en México (Rodríguez-Arechavaleta, 2012). Caracterizado por una fuerte presencia oligopólica, un alto nivel de concentración –Televisa y TV Azteca cuentan con el 90% de las audiencias en televisión (Rovira, 2013, p. 39)– y una consecuente ausencia de pluralismo, transparencia y diversidad, los medios tradicionales mexicanos difícilmente aceptan voces críticas o alternativas a su monodiscurso hegemónico en manos de gobiernos y élites. Entre el silencio y la criminalización, las narrativas periodísticas se mantienen firmes ante cualquier forma de insurgencia o manifestación de disenso, tal y como se ha evidenciado ante las movilizaciones colectivas en Oaxaca, Guerrero o Veracruz o los recientes *gasolinazos*. El sesgo informativo y la falta de pluralismo se manifiesta ante unas agendas noticiosas concentradas en las temáticas afines a los actores políticos institucionales (Martínez Garza et al., 2015), así como la constante omisión y estigmatización de minorías, movimientos sociales o actores sociales. Existe una importante inequidad en términos de tiempo de representación y en lo que a tratamiento se refiere, con una consecuente falta de diversidad (Martínez Garza et al., 2015) y pluralismo, las cuales son esenciales para constituir un sistema mediático democrático y justo, adecuado a las necesidades de la ciudadanía.

Las redes sociales retroalimentan esta dinámica amplificando las lógicas de los medios tradicionales y perpetuando el poder de las fuerzas del orden. Si bien las plataformas digitales se han constituido en un espacio de rebelión y lucha contra las voces dominantes por parte de la ciudadanía –como el movimiento #YoSoy132 puso en evidencia– también las élites han comenzado a utilizarlas a su favor, pudiéndose observar las siguientes dinámicas:

- a) *Presencia de bots, trolls* (Martínez, 2018) e *intentos de hackeo* (Nicolai, 2018). La manipulación, la creación de sentimientos de entusiasmo y escarnio, así como el spyware se han convertido en estrategias habituales en las campañas electorales desde 2012 hasta 2018 en México (Magallón Rosa, 2019). Concretamente en las elecciones de 2017 del Estado de México se pudo detectar que el 17%

de los mensajes de apoyo a Alfredo del Mazo venían de cuentas situadas en el exterior (Fregoso, 2018).

- b) *Fake news y rumores*. Entre los que cabría destacar creación de declaraciones falsas, publicación de encuestas falsas, invención de cuestiones relativas a candidatos o figuras públicas, manipulación de elementos programáticos, suplantación de identidad, invención de tuits de apoyo a políticos y candidatos por parte de figuras extranjeras, invención de medidas políticas propuestas por candidatos, difusión de información falsa sobre legislación electoral. Todas estas estrategias pueden ser transmitidas a través de cadenas de WhatsApp o a través de cuentas de Facebook, Twitter, Instagram o YouTube.
- c) *Ausencia de autoría*. Generalmente los sitios webs dedicados a la desinformación –tales como las páginas de Facebook *Nación Unida* o *Diario de Oaxaca* o webs como *ElMexicanoDigital.com* o *TodoInforme.com*, por mencionar algunos ejemplos– carecen de apartado de contacto, así como firmas o nombres de responsables o autores de los textos (López et al., 2018).
- d) *Polarización discursiva*. Manifestada entre la realidad del proceso de militarización y la violencia indiscriminada por parte de las élites y los aparatos del Estado a través de los medios convencionales y de redes sociales a su servicio y la realidad expresada la ciudadanía en las calles, las redes sociales y las plataformas digitales alternativas.
- e) *Ausencia de fuentes y omisión de violaciones de los Derechos Humanos*. No hay cobertura completa en los medios convencionales de los casos de violencia en Oaxaca, Guerrero o Chiapas. Siendo solo mencionadas como fuentes las militares o las gubernamentales. Mientras, las denuncias particulares han quedado relegadas a redes marginales, plataformas de movimientos sociales o medios independientes.
- f) *Persecución contra periodistas*. Amenaza constante contra los profesionales que denuncian casos de corrupción o crimen organizado (Arribas, 2016) y contra ciudadanos anónimos que expresan libremente su opinión en las plataformas virtuales.
- g) *Ocultamiento de información relevante*. Especialmente de los casos de corrupción en los medios públicos en los que se ven implica-

dos políticos y medios, para evitar que la opinión pública pueda ejercer formas de resistencia.

### *Brasil, el golpe de 2016*

Brasil es un buen ejemplo de un sistema de medios regido por el modelo de propaganda, en manos de “grandes corporaciones que manipulan la opinión, conducen las preferencias, movilizan los sentimientos. Campañas gigantescas, preparadas meticulosamente arrasan reputaciones y derriban gobiernos” (Sodré, 1999, pp. 388-389). Así como una buena ilustración de la omnipresencia cultural y mediática de Estados Unidos en la región. *O Globo* es el paradigma de la lógica de concentración mediática y falta de pluralismo y acceso democrático que asola América Latina. Inspirado por el modelo estadounidense (Sinclair, 1999; Straubhaar, 2001), el sistema mediático brasileño está concentrado en pocas manos y la llamada “vocación nacionalizadora” (Straubhaar, 2001, p. 138), impulsada por los militares en la década de los sesentas, posibilitó la creación de una cultura del consumismo (Furtado, 1996) que anula la crítica y la resistencia. La familia Marinho, fundadora de *Globo* –que colaboró especialmente durante la dictadura en el mantenimiento del orden– ha sido el grupo monopólico predilecto desde hace décadas. El control de este grupo se ejemplifica en las coberturas siempre positivas del accionar de políticos afines, frente al bloqueo y las críticas constantes contra candidatos como Lula da Silva, presionado desde antes de ser presidente para que no realizase ninguna regulación que afectara el monopolio informativo de la familia Marinho.

Desde el golpe de Estado de 1964 al golpe blando de 2016 (Gentili, 2016; Nepomuceno et al., 2016; Pérez Esquivel, 2016; Secco, 2016), se pueden observar técnicas de ocultación, manipulación y aniquilación de adversarios –recientemente los presidentes Lula da Silva y luego Dilma Rousseff– apoyadas por los grandes medios (Anderson, 2016) y por la “diseminación de la desinformación” (Secco, 2016, p. 5). Como ha indicado Feres (2016), *O Globo* y *Estadão* son dos de los medios de prensa más reaccionarios en Brasil que, más allá del golpe militar de 1964 y del periodo autoritario posterior, han continuado durante la “democracia” con su lógica de dominación: “elección tras elección, han apoyado a los candidatos del PMDB, a la presidencia, haciendo una

cobertura de las elecciones escandalosamente sesgada en contra de los candidatos de izquierda, especialmente el PT” (p. 107).

La acusación y juicio a Dilma Rousseff se trató de una operación conjunta del Poder Judicial con las grandes empresas de comunicación (Secco, 2016, p. 15). Los diarios y televisiones de Roberto Marinho fueron estratégicos en la construcción del clima político que condicionó la crisis (Anderson, 2016; Goldstein, 2015) y, posteriormente, propiciaron la destitución. La lógica autoritaria orquestada por el oligopolio se pudo observar tanto en los medios convencionales como en las redes sociales:

- a) *Manipulación de la agenda mediática*. Con reparto de tiempos desiguales en la cobertura informativa, por ejemplo: Sergio Moro y Lava Jato obtuvieron áreas significativas en los noticieros principales de la Rede Globo en horario de máxima audiencia, con periodos de alrededor nueve minutos, lo que suponía casi una tercera parte del tiempo total dedicado a informar de delitos del gobierno o de la política vinculada al PT (Campos en Sierra Caballero, 2016, p. 236).
- b) *Distorsión de la realidad*. Por colectivos como el movimiento “Brasil Libre”, organizado por jóvenes de derecha que apoyaron las movilizaciones por el *impeachment* y que utilizaron las redes y plataformas virtuales para impactar y distorsionar de manera virtual la situación. El grupo recibió ayuda financiera de diversos partidos, como el Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB), Demócratas (DEM) y Solidaridad. Además, expertos en comunicación organizaron los actos online (Lima Rocha & Klein, 2018, p. 109).
- c) *Utilización de argumentos politizados*. Cada vez más presentes en las interacciones cotidianas y en las redes sociales (Tavares et al., 2016).
- d) *Afirmación de rumores, viralización de bulos y asunción de opiniones como hechos*. Las redes sociales se hicieron eco y vehicularon de manera masiva, por ejemplo, portadas de diarios como *The Economist* donde anunciaban la posible caída de Dilma (Lima Rocha & Klein, 2018) meses antes de producirse.

- e) *Omisión de temas, fuentes o asuntos* que pudieran perjudicar a los sectores privilegiados o provocar debates o críticas.
- f) *Ausencia de verificación*. Nula corroboración o compromiso por la averiguación de datos o elementos polémicos o de dudosa procedencia (Lima Rocha, 2003), que se proclamaban como verdades absolutas.
- g) *Viralización*. Como estrategia de aumento de notoriedad o debate masivo sobre ciertas temáticas o posiciones (Lima Rocha & Klein, 2018, pp. 106-107).
- h) *Espectacularización*. Constante en la cobertura informativa de todo tipo de actos y especialmente significativa durante la transmisión de la sesión que resultó en la destitución de Dilma Rousseff que, como señalan Lima Rocha y Klein (2018, p. 112), fue parecida a la cobertura de una Copa del Mundo, ya que daba la sensación de tratarse de un espectáculo (van Dijk, 2017).
- i) *Embates mediáticos y la guerra de versiones*. Confrontación radical entre los tres mayores conglomerados *O Globo*, *Estadão* y *Folha* con respecto a los temas de la política nacional (Lima Rocha & Klein, 2018).

### *Ecuador, la oposición contra Rafael Correa*

Desde la deposición forzada del Presidente de la República Abdalá Bucaram en 1997, la del presidente Jamil Mahuad en 2000, el derrocamiento de Lucio Gutiérrez en 2005, hasta el intento de golpe en 2010, los movimientos de oposición a Rafael Correa en junio de 2015 o el siniestro complot judicial contra el mismo en 2018 (Boudet Gómez, 2018), Ecuador se ha caracterizado por tener un Estado débil e históricamente frustrado por golpes de Estado o golpes blandos, orientados –siempre con apoyo internacional (Operación Cóndor)– a “erradicar de la región todos los espacios y campos relacionados con una perspectiva social en la gestión política del Estado” (Favaro Garrossini et al., 2016, p. 56).

El caso de los movimientos de oposición al gobierno de Rafael Correa en junio de 2015 ilustra bien la lógica del modelo de propaganda en la que el lobby de la industria periodística se enfrenta directamente contra el gobierno. En este contexto especialmente, “los medios de comu-

nicación privados, cuya naturaleza ya se había alejado tiempo antes del puro ejercicio de contralor de las instituciones democráticas, abrazaron con fuerza sus actores políticos, desplegando discursos abiertamente propagandísticos y corporativistas” (Orlando, 2012, pp. 5-6).

Concretamente, los medios tradicionales apoyaron las marchas realizadas por la oposición contra la propuesta de la Ley Orgánica para la Justicia Tributaria para la Redistribución de la Riqueza –que claramente beneficiaba al pueblo y perjudicaba a las élites–. Como han señalado Favaro Garrosini et al. (2016), las estrategias de desinformación llevadas a cabo en los medios de comunicación masiva y en las redes y plataformas digitales por parte de los que fomentan los golpes mediáticos se caracterizaron por:

- a) *Acusaciones directas al Gobierno y a la figura de Rafael Correa.* Tachado como “totalitario” en los medios tradicionales y en plataformas digitales.
- b) *Promoción de intrigas, divulgación de falsos rumores y fake news.* Para debilitar la imagen del ejecutivo y generar pánico en la sociedad ante la amenaza de recesiones, desinversiones o pérdidas de empleo.
- c) *Creación de influenciadores.* Elaboración de perfiles virtuales que se encargan de formar opinión utilizando vínculos entre usuarios reales y falsos, monitoreando, gestionando y difundiendo propaganda.
- d) *Presencia de trolls.* Que utilizan discurso agresivo y violentan a personajes públicos o bloquean cualquier forma de diálogo. En muchas ocasiones se tratan de perfiles ficticios que entran a formar parte de comunidades como si fueran miembros de las mismas para más tarde generar desconfianza o desequilibrio.
- e) *Distribución exponencial y viralización.* De un determinado comentario de Facebook, de un tuit o hashtag construido por determinados influenciadores en grupos, listas de usuarios y medios de comunicación tradicionales.

En definitiva, todo un arsenal de estrategias retóricas que han fomentado que los medios de comunicación tradicionales impulsados y retroalimentados por las plataformas digitales, impulsen el golpe

mediático a favor de los intereses hegemónicos y en contra de la democracia.

## DISCUSIÓN

En lo que respecta al análisis comparado de las estrategias de propaganda, manipulación y desinformación informativa de los cuatro golpes mediáticos seleccionados, se pueden observar las siguientes tendencias en clave comparada.

En primer lugar, que los cuatro golpes se caracterizan por la utilización de la falsedad o la mentira como estrategia fundamental: bien sea a través de la circulación de bulos, rumores falsos o noticias falsas o a través de los recursos a la emocionalidad frente a la racionalidad. La mentira como estrategia se ve acompañada además de la ausencia de fuentes y del anonimato como recurso para evitar responsabilidades y de la omisión de datos o elementos clave para entender la totalidad del discurso.

En segundo lugar, que tanto el caso venezolano, el brasileño y el ecuatoriano presentan un marcado tono beligerante contra las figuras presidenciales de los respectivos países. El golpe mediático está dirigido a ellos, con la finalidad de desprestigiarlos y acabar con ellos, motivo por el cual se pueden observar intensas campañas de desprestigio. Para esto hay recursos diferentes: desde la demonización de figuras como Hugo Chávez hasta los envites mediáticos o la guerra de versiones como en el caso brasileño.

En tercer lugar, que en todos los casos existen perfiles y cuentas falsas automatizadas, presencia de bots, distribución exponencial y viralización de opiniones a gran escala, generando un aumento de la discusión en relación con determinados temas y posicionando ciertas posturas en el debate o el conflicto.

En el caso venezolano y brasileño, además, en cuarto lugar, existe una tendencia a politizar el discurso, y el tono acusatorio que se puede hallar en la campaña contra Rafael Correa se complementa con una polarización ideológica y una confrontación entre los diferentes grupos sociales a un lado u otro del espectro político, simplificando las posiciones a dos exclusivamente: o a favor o en contra de Dilma, chavista o antichavista.

En quinto lugar, el sensacionalismo y la espectacularización propios de los medios de masas tradicionales, especialmente de la televisión, se ven fácilmente retroalimentados en las redes sociales, pues muchos de los perfiles de Facebook o Twitter analizados hacen eco de las coberturas televisivas orquestadas por los grandes grupos y las corporaciones que apoyan de manera implícita los golpes. De manera que es preciso indicar y manifestar que los golpes mediáticos en las redes no son más que una amplificación del debate televisivo y periodístico hegemónico. La mayor parte de las publicaciones son noticias de los medios convencionales, retuits de periodistas o videos televisados, así como opiniones sustentadas en los conglomerados que ostentan el poder. Esto es especialmente significativo en el caso brasileño y en el ecuatoriano.

En el caso mexicano, en sexto lugar, se observan algunas tendencias diferentes, a pesar de tratarse de un sistema de medios con gran concentración empresarial y con una tremenda ausencia de pluralismo y diversidad informativa. La persecución de periodistas, la omisión de violaciones de los Derechos Humanos o el ocultamiento de información relevante, se conforman como los ejes fundamentales de la estrategia de desinformación llevada a cabo en el país. Ahora bien, esta obtuvo una importante respuesta por parte de la ciudadanía que crea el movimiento #YoSoy132, a favor de la verdad y por un sistema informativo democrático, transparente y plural, hecho que hace sin duda diverso el caso mexicano.

## CONCLUSIONES

Pensar la comunicación desde América Latina en una época marcada por conflictos asimétricos y guerras irregulares, como las que han sido ilustradas, constituye un reto, sin duda, para la investigación en información y comunicación. Los estudios sobre propaganda y la cobertura informativa de conflictos o golpes suaves o blandos no tienen en el campo académico la tradición que merecen, considerando la importancia que han adquirido algunos procesos propagandísticos en dictaduras como la chilena o la colombiana, o en recientes procesos electorales o políticos como el mexicano o el brasileño. En relación con la primera pregunta de investigación acerca de las estrategias de propaganda,

desinformación y manipulación en los casos estudiados, se puede concluir que: Los golpes mediáticos de estas últimas décadas en la región, más que hacer alusión a una guerra contrarrevolucionaria –que, sin duda, impide el desarrollo de las fuerzas del Sur–, manifiestan un “clima de guerra total”, permanente, que afecta al conjunto de la población y que se desarrolla gracias a la manipulación y la desinformación.

En relación con la segunda pregunta, que se planteaba cómo funcionaban dichos golpes mediáticos, se puede concluir que, mientras los grandes medios estén en manos de unos pocos y el sistema mediático de cada uno de los países analizados continúe sujeto a las lógicas de las élites y los intereses transnacionales, la guerra sucia seguirá campando a sus anchas impidiendo desarrollos democráticos y el bienestar en la ciudadanía. La observación de la desinformación y las dinámicas mediáticas desarrolladas en forma de golpes mediáticos en Venezuela, México, Brasil o Ecuador dan cuenta de una dinámica y aplicación integrada de esfuerzos totalizadores a nivel político, social, económico, comunicativo y psicológico en favor de los intereses económicos y geopolíticos dominantes. Es útil, por tanto, reflexionar acerca de los golpes mediáticos como elemento esencial de una nueva doctrina político-militar que se da en las actuales sociedades digitales. En este sentido, tanto los medios de comunicación tradicionales, concentrados en manos de empresas o familias, como las redes y plataformas sociales digitales orquestadas por lobbies y élites y por una ciudadanía cada vez más activa y participativa, pero también menos crítica, juegan papeles clave para avalar y fomentar ante la opinión pública las estrategias de intervención, ya sea en el plano regional o mundial.

Como resultado, el continuo discurso de amenazas “comunistas”, de “peligros” para la democracia y otros terrores o fake news difundidas insistentemente por la derecha y por los medios de información norteamericanos –a través de sus sedes en la región o vía WhatsApp– se convierten, así, en una estrategia que imposibilita el avance y el desarrollo democrático en la región, anulando la pluralidad, la diversidad y la transparencia. Además, estas estrategias legitiman la vigilancia de los nuevos sistemas de información digital y condenan cualquier forma de acción o movilización contraria a los valores hegemónicos impuestos.

Si bien existen más de 150 iniciativas de *fact-checking* o “verificación de datos” a nivel mundial con el objeto de frenar las noticias falsas (como Verificado en México, por ejemplo), que abren una vía interesante para impedir la desinformación, lo cierto es que aún no hay consenso respecto a la materia y existen vacíos legales en relación a la creación de perfiles falsos o de blogs para difundir noticias falsas o hacer que estas se vuelvan virales (Fregoso, 2018).

Por todo ello, y en relación a la tercera pregunta de esta investigación, otra conclusión recae sobre las medidas que es preciso tomar para evitar los golpes mediáticos y su rápida propagación en los entornos digitales. En primer lugar, es preciso que los movimientos sociales y la ciudadanía cuestionen el sentido de la red como un bien común. Para lo que es preciso construir un tejido crítico capaz de ejercer resistencia a la transferencia de las mismas lógicas que se dan en el entorno offline. En segundo lugar, se requiere reivindicar políticas públicas que democratizen el sistema de telecomunicaciones que eviten las lógicas de concentración, la ausencia de control y regulación y la proliferación sin límite de fake news. Empezando por fiscalizar la acción de inteligencia, la videovigilancia y vulneración de los derechos humanos que los lobbies y el capital financiero transnacional y los gobiernos locales –tal como lo ha advertido Morozov (2011)– llevan a cabo. En definitiva, es necesario y urgente fomentar la regulación del sistema de medios tradicionales y el digital, dado que ambos están en la base de la buena convivencia y de la paz, y su funcionamiento democrático es una de las claves para acabar o impedir nuevos golpes mediáticos.

### **Referencias bibliográficas**

- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el Sur*. Calandria.
- Alves, A. & Oliveira, E. (2016). O novo ensino médio: uma análise de diálogos na era da pós-verdade. *Puçá. Revista de Comunicação e Cultura da Faculdade Estácio do Pará*, 2(1), 1-15. <http://revis-taadmde.estacio.br/index.php/puca/article/view/3333>
- Anderson, P. (2016). Crisis en Brasil. En P. Genitili (Ed.), *Golpe en Brasil* (pp. 35-64). CLACSO.

- Arribas, A. (2016). Ser o no ser periodista en México. *Infoamérica*, 10, 39-49. <https://www.infoamerica.org/icr/n10/arribas.pdf>
- Boudet Gómez, A. (2018). El siniestro complot contra Correa. *Adelante.cu*. <http://www.adelante.cu/index.php/es/opinion/13991-el-sinies-tro-complot-contra-correa>
- Britto García, L. (2008). *Dictadura mediática en Venezuela*. Publicaciones del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.
- Casado Gutiérrez, F. (2016). El golpe Mediático continuado contra Venezuela. En F. Sierra Caballero (Ed.), *Golpes mediáticos. Teoría y análisis de casos en América Latina* (pp. 145-156). Ciespal.
- Collon, M. (1999). *El juego de la mentira. Las grandes potencias, Yugoslavia, la OTAN y las próximas guerras*. Hiru.
- Contreras Baspineiro, A. (2014). *De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Favaro Garrossini, D., Maniglio, F. & Sierra Caballero, F. (2016). Banderas negras, redes sociales y agitación contrarrevolucionaria en Ecuador. En F. Sierra Caballero (Ed.), *Golpes mediáticos. Teoría y análisis de casos en América Latina* (pp. 145-156). Ciespal.
- Feres, J. (2016). Fernando Henrique Cardoso: embajador del golpe. En P. Gentili (Ed.), *Brasil: genealogía de una farsa* (pp. 105-114). CLACSO.
- Fleming, B. P. (2011). The Hybrid Threat Concept: Contemporary War, Military Planning and the Advent of Unrestricted Operational Art [Tesis doctoral]. United States Army School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College. <https://doi.org/10.21236/ada545789>
- Franco, V. L. (2001). Guerra irregular: entre la política y el imperativo moral. *Estudios Políticos*, 19, 64-65. <http://quimbaya.udea.edu.co/estudiospoliticos/RyA/Resumen19-b.htm>
- Fregoso, J. (2018). #Mexico2018 Fake News and Social Media: The New Heads of the Hydra. Reuters Institute of Journalism. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/mexico2018fake-news-and-social-media-new-heads-hydra>
- Furtado, C. (1996). *O mito do desenvolvimento económico*. Paz e Terra.

- Gentili, P. (2016). (Ed.). *Golpe en Brasil. Genealogía de una farsa*. CLACSO.
- Goldstein, A. (2015). Los condicionamientos de la prensa en la crisis política del segundo mandato de Dilma Rouseff. *Revista Política Latinoamericana*, 1, 36-44. <http://politicalatinoamericana.org/revista/index.php/RPL/articulo/view/17>
- González Cadalso, N. C., Linares Ortiz, R. A. & Yera Estévez, C. (2019). La izquierda latinoamericana ante los impactos del golpe suave. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/izquierda-latinoamericana.html>
- Gravante, T. (2016). *Cuando la gente toma la palabra. Medios digitales y cambio social en la insurgencia de Oaxaca*. CIESPAL.
- Hoffman, F. G. (2009). Hybrid vs. Compound War. *Armed Forces Journal*. <http://armedforcesjournal.com/hybrid-vs-compound-war/>
- Hootsuite. (2019). *The global state of digital 2019*. <https://hootsuite.com/pages/digital-in-2019>
- Howard, P. N. & Kollanyi, B. (2016). *Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational propaganda during the UK-EU referéndum*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2798311>
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. St. Martin's Press.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock*. Paidós.
- Kollanyi, B., Howard, P. N. & Woolley, S. C. (2016). Bots and automation over Twitter during the U.S. election. Project on Computational Propaganda. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/2016/11/17/bots-and-automation-over-twitterduring-the-u-s-election/>
- Korybko, A. (2015). *Hybrid Wars: The Indirect Adaptive Approach to Regime Change*. Moscow Peoples' Friendship University of Russia.
- Korybko, A. (2016). Hybrid Wars 1. The Law of Hybrid Warfare. *Oriental Review*. <https://orientalreview.org/2016/03/04/hybrid-wars-1-the-law-of-hybrid-warfare/>
- Lima Rocha, B. (2003). *O grampo do BNDES: quando a ABIN é o complemento da mídia oficiosa*. Sotese.

- Lima Rocha, B. & Klein, J. (2018). La movilización digital a través de las redes sociales. La frágil estructura que posibilita la ventana de oportunidad aprovechada por la nueva derecha en Brasil. *Quórum Académico*, 15(1), 102-118. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/view/29405>
- López, M. J., García, A., Cruz, M. & Larraz, I. (2018). A un mes de #Verificado2018, ¿quiénes son los sitios y usuarios más activos en generar y difundir noticias falsas? *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/a-un-mes-de-verificado-2018-quienes-son-los-sitios-y-usuarios-mas-activos-en-generar-y-difundir-noticias-falsas/>
- Magallón Rosa, R. (2019). Verificado México 2018. Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, 18(1), 234-258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>
- Maldonado Rivera, C. A., Reyes Velásquez, C. & Del Valle Rojas, C. (2015). Emergencia indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas. *Chasqui. Revista Latinamericana de Comunicación*, 128, 165-182. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1609>
- Marcos Recio, J. C., Sánchez Vigil, J. M. & Olivera Zaldua, M. (2017). La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 23(2), 13-23. <https://www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/4446>
- Martínez, M. (2018). Mexico election: concerns about election bots, trolls and fakes. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-44252995>
- Martínez Garza, F. J., González Macías, R. A., Miranda Villanueva, O. M. (2015). Actores políticos y sociales de los telediaros. Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 750-764. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1069>
- McNair, B. (2017). *An introduction to Political Communication*. Routledge.
- McNair, B. (2018). *Fake news: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315142036-1>
- Morales, A., Borondo, J., Losada, J. & Benito, R. (2015). Measuring Political Polarization: Twitter Shows the Two Sides of Venezue-

- 1a. *Chaos: Interdisciplinary Journal of Nonlinear Science*, 25(3), 033114. <https://doi.org/10.1063/1.4913758>
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*. Allen Lane.
- Nepomuceno, E., Buarque, Ch., Boof, L., Moura, W., Morais, F., Wyllys, J., Albiol, M., Maura, A., Podemos, Aranda, G., Guimaraes, C., Alkimin, A., Maloka, R., Nascimento, T. & Pereira, A. (2016). *Brasil. Golpe de 2016*. Ediciones Ambulantes.
- Nicolai, A. (2 de julio de 2018). Verificado 2018. Intento de hackeo genera fallas en PREP de Yucatán. *El Universal*. <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/verificado-2018-prep-de-yucatan-y-guanajuato-presentan-fallas>
- Orlando, R. (2012). *Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*. FLACSO.
- Palacio, L. (2018). (Dir.). *Informe anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid.
- Pariser, E. (2011). Beware online “filter bubbles” [video]. *TED*. [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles)
- Parra Valero, P. & Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS\*)*, 1 [Special Issue], 54-78. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181374>
- Pauner Chulvi, C. (2018). Fake news and freedom of expression and information. The control of information contents on the network. *Teoría y realidad constitucional*, 41, 297-318. <https://doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123>
- Pérez Esquivel, A. (2016). Golpe a golpe. En P. Genitili (Ed.), *Golpe en Brasil* (pp. 99-100). CLACSO.
- Ramonet, I. (2002). *Guerras del siglo XXI: nuevos miedos, nuevas amenazas*. Mondadori.
- Roberts, D. (2010). Post-truth politics. *Grist*. <https://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics>
- Rodríguez-Arechavaleta, C. M. (2012). Lógica mediática y calidad de la democracia. Apuntes de un modelo normativo. En C. M. Rodríguez-Arechavaleta & R. Vargas-Machuca Ortega (Coord.), *La buena Democracia. Claves de su calidad* (pp. 203-215). Universidad de Granada.

- Romero-Rodríguez, L. (2014). *Pragmática de la desinformación. Estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios* [Tesis doctoral]. Universidad de Huelva.
- Romero-Rodríguez, L., Gadea, W. & Agudado, I. (2015). De la demonización a la polarización: un análisis desde el discurso digital del gobierno y la oposición venezolana. *Argos*, 32(62), 97-117. <http://eprints.rclis.org/33516/>
- Roitmann, M. (1989). El Documento de Santa Fe en el contexto de la política de los Estados Unidos. *Revista Contrarios*, 2, 23-30.
- Rovira, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta: medios y movimientos sociales en México. *Convergencia*, 61, 35-60. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1049>
- Secco, L. (2016). El golpe de abril de 2016. *Revista Política Latinoamericana*, 2, 1-17.
- Selser, G. (1988). *El Documento de Santa Fe, Reagan y los Derechos Humanos*. Alpa Corral.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan al mundo*. Ediciones Península.
- Sharp, G. (2011). *De la dictadura a la democracia: un sistema conceptual para la liberación*. The Albert Einstein Institution.
- Sierra Caballero, F. (2016). (Coord.). *Golpes mediáticos teoría y análisis de casos en América Latina*. Ciespal.
- Sierra Caballero, F. (2018). Imperialism and Hegemonic Information in Latin America: The experience of the Media Coup. En G. Alves, M. I. Nassif, M. Rosario & W. Ramos Filho (Coords.), *Enciclopédia do Golpe* Vol. 2. *O Papel da Mídia* (pp. 106-127). Canal 6.
- Sierra Caballero, F. (2019). Neofacismo y Comunicación. En A. Guzmán, A. Aragonese & S. Martín (Dirs.), *Neofascismo: la bestia neoliberal* (pp. 137-155). Siglo XXI.
- Sinclair, J. (1999). *Latin American television. A global view*. Oxford University Press.
- Sodré, N. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil*. Mauad.
- Sola-Morales, S. (2016). Las redes sociales y los nuevos movimientos estudiantiles latinoamericanos. La “Primavera chilena” y el “YoSoy132”. *IC Journal. Revista Científica de Información y Comunica-*

- ción [Monográfico: Visualidades en tensión: entre la emancipación y el control], 13, 153-193. <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2016.i01.05>
- Sola-Morales, S. (2019). Videoactivism and Construction of Mediatic Identities, Youtube and #YoSoy132. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 18(35), 19-38. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n35a2>
- Straubhaar, J. (2001). Brazil: the role of the state in world TV. En N. Morris & S. Waisbord (Eds.), *Media and Globalisation. Why the State Matters* (pp. 133-153). Rowman and Littlefield.
- Tavares, F. M., Berger, Ch. & Vaz, P. B. (2016). Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista VEJA. *Revista Pauta Geral*, 3(2), 20 -44. <https://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9174>
- The Economist Intelligence Unit. (2018). *Democracy Index 2017*. [http://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/Democracy\\_Index\\_2017.pdf](http://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/Democracy_Index_2017.pdf)
- Thompson, L. (1989). Low-Intensity Conflict: An Overview. En L. Thompson (Ed.), *Low-Intensity Conflict. The Pattern of Warfare in the Modern World*. Lexington Books.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO. & Universidad de Oxford. (2019). *Tendencias mundiales en Libertad de expresión y desarrollo de los medios. Informe regional para América Latina y el Caribe*. UNESCO.
- Van Dijk, T. A. (2017). Como a Rede Globo manipulou impeachment da presidente do Brasil, Dilma Rousseff. *Carta Maior*. <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Como-a-Rede-Globo-manipulou-o-impeachment-da-presidente-do-Brasil-Dilma-Rousseff/12/37490>
- Viner, K. (12 de julio de 2016). How technology disrupted the truth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>
- Wallerstein, I. (2005). *Análisis de sistemas-mundo*. Siglo XXI.
- Woolley, S. C. & Howard, P. N. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Working Paper 11*. University of Oxford.