

Presentación del monográfico

Desórdenes comunicativos y desinformación en la esfera digital

Julia Fontenla-Pedreira
Universidade de Vigo

Alba Silva-Rodríguez
Universidade de Santiago de Compostela

Referencia de este artículo

Fontenla Pedreira, Julia y Silva Rodríguez, Alba (2025). Presentación del monográfico Desórdenes comunicativos, desinformación y género en la esfera digital. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°30. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Comunicación, 21-24.

La desinformación es uno de los mayores desafíos que enfrenta hoy el ecosistema mediático. Su impacto no solo afecta al periodismo, sino también a ámbitos locales, institucionales y organizacionales. Aunque suele asociarse con las redes sociales o con ciertos contextos políticos que la favorecen, las investigaciones reunidas en este número de *adComunica* muestran que la desinformación es un componente estructural de los sistemas comunicativos modernos, resultado de tensiones históricas entre poder, tecnología y conocimiento.

Con la llegada y expansión de la inteligencia artificial se abre un nuevo campo de posibilidades para detectar y reducir la circulación de contenidos falsos. Sin embargo, la IA puede ser también usada para intensificar la polarización, alimentar discursos de odio o promover narrativas que refuercen prejuicios y exclusiones sociales. Esto genera una atmósfera de desconfianza generalizada que afecta no solo a la percepción pública sino también a la credibilidad de las instituciones y de los medios de comunicación. A esto se le suma, además, la pérdida de confianza de la audiencia en los medios, lo que genera un escenario preocupante que evidencia la necesidad urgente de contar con herramientas y estrategias que permitan un acceso crítico y responsable a la información. El periodismo, ante este panorama, enfrenta un reto sin precedentes para mantener su función democrática en un contexto saturado y fragmentado.

Este monográfico reúne cinco investigaciones que exploran las diferentes dimensiones de la desinformación, abordando este fenómeno desde perspectivas complementarias. En primer lugar, el estudio de Alejandro Ferrández-Mas e Iván Puentes Rivera ofrece una retrospectiva histórica de la desinformación ofreciendo una visión integral del concepto, entendido por los autores como un componente estructural en constante adaptación que ha evolucionado a lo largo del tiempo. Se cuestiona, así, la idea de que los relatos falsos, las verdades a medias y las manipulaciones interesadas sean meros errores del sistema, planteándolos más bien como estrategias funcionales asociadas, en muchos casos, a intereses económicos y políticos.

Teniendo en cuenta este ámbito político, el fenómeno adquiere dimensiones especialmente preocupantes. La revisión sistemática sobre desinformación política en el contexto de la Unión Europea entre 2018 y 2023, de los autores Alberto Jesús López-Navarrete, David García-Marín y Raúl Terol Bolinches, revela una creciente instrumentalización de las noticias falsas y los discursos manipulados como armas de confrontación ideológica. En los últimos años, distintos actores políticos han desarrollado estrategias de desinformación cada vez más sofisticadas, con el objetivo de poner en duda la legitimidad de los procesos electorales, fomentar la división social y desacreditar a los medios de comunicación. Al mismo tiempo, la investigación académica tiende a centrarse en ciertos enfoques, lo que evidencia la necesidad de ampliar el campo de estudio e indagar con mayor profundidad en los efectos y las respuestas institucionales que buscan hacer frente a este fenómeno.

La tercera contribución, firmada por Trinidad Fortes Martínez, Lorena Vegas García y Francisco Javier Paniagua Rojano examina las estrategias que las instituciones públicas locales, concretamente los ayuntamientos de grandes ciudades y comunidades autónomas españolas, desarrollan en sus redes sociales para informar y relacionarse con su ciudadanía. Este análisis destaca la necesidad de innovar en los formatos y mensajes, especialmente para conectar con audiencias jóvenes en plataformas emergentes, dado que solo un tercio de las corporaciones

estudiadas dispone de cuenta oficial en TikTok, evidenciando una significativa grieta en la presencia institucional en este canal clave. Esta brecha generacional y comunicativa no solo implica una pérdida de alcance, sino también un riesgo estratégico: producir vacíos informativos que pueden ser fácilmente ocupados por contenidos no verificados. El estudio invita así a repensar el papel de las instituciones en el ecosistema digital actual, no solo como emisores de contenido, sino como actores activos en la construcción de relatos públicos de confianza.

Por otro lado, la cuarta aportación, firmada por Mabel Sánchez Torres, Francisco Manuel Pastor Marín y Raúl Magallón Rosa se centra en analizar el impacto de la desinformación en situaciones de emergencia ahondando en cómo se difundieron bulos después de la DANA en Valencia en el año 2024. Este trabajo demuestra que la desinformación se concentra principalmente en los días inmediatos posteriores al evento, siguiendo un patrón característico que se repite en situaciones de emergencia. Se evidencia la capacidad que tiene la desinformación a la hora de generar confusión, pánico y desconfianza en momentos de alta vulnerabilidad social. Se pone de manifiesto cómo las narrativas falsas afectan a la opinión pública pero también cómo, en este caso, pueden entorpecer las tareas de rescate e incluso debilitar la autoridad de las instituciones. El análisis de los bulos más difundidos durante la DANA de Valencia muestra cómo las plataformas digitales, especialmente las redes sociales, favorecen la difusión de contenidos falsos en momentos de alta incertidumbre. A su vez, el trabajo pone de manifiesto cómo los *influencers*, creadores de contenido o usuarios anónimos, adquieren un protagonismo cada vez mayor en la producción y circulación de la información (o desinformación).

Para cerrar este monográfico, el artículo de Sonia Gomes Goncalves, Trinidad Núñez Domínguez y Nuria Sánchez-Gey Valenzuela explora los efectos que la desinformación provoca en el ámbito de las organizaciones públicas y privadas a través de un estudio comparativo entre España y Portugal. Esta investigación constata que la circulación de contenidos falsos o manipulados no solo afecta a la esfera pública o al ámbito político, sino que también constituyen una amenaza para la estabilidad de las instituciones, empresas o entidades sociales. También alerta de las consecuencias que acarrea la difusión de bulos ocasionando deterioro a nivel reputacional, pérdida de confianza por parte de los usuarios e incluso impactos financieros directos. Este estudio advierte de la necesidad de abordar la gestión de la desinformación desde un enfoque profesional, clave para garantizar la sostenibilidad institucional.

Las investigaciones de este monográfico no se quedan en un diagnóstico pesimista. Proponen soluciones concretas, como mejorar la alfabetización mediática, fortalecer el *fact-checking*, regular las plataformas y fomentar una ciudadanía más crítica. Todos los autores coinciden en que es necesario dejar atrás explicaciones simplistas y avanzar hacia un enfoque que considere múltiples causas y factores históricos, tecnológicos, culturales y psicológicos para entender por qué la des-

información continúa teniendo tanta influencia y presencia en nuestros entornos comunicativos.

Este número dedicado a los desórdenes informativos y comunicativos actuales se suma, por lo tanto, a un debate urgente: ¿Cómo asegurar que la información que recibimos sea veraz en un escenario cambiante marcado por flujos constantes de datos, algoritmos poco transparentes y una creciente desconfianza hacia las instituciones?

Cerramos esta presentación reconociendo la implicación de quienes han hecho posible este número: autores, revisores, coordinadores de sección y el equipo de dirección de *adComunica*, así como de toda la comunidad que impulsa este proyecto número a número. Gracias a su compromiso y esfuerzo se mantiene un espacio de reflexión crítica y producción científica en torno a los fenómenos comunicativos contemporáneos.