

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN



EDICIÓN OCTUBRE 2026

ISSN: 1139-1979 · E-ISSN: 1988-5733

NÚMERO 70

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

nº 70

OCTUBRE 2026



ISSN: 1139-1979

e-ISSN: 1988-5733

DOI: 10.12795/Ambitos

<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

<https://editorial.us.es/es/revistas/ambitos-revista-internacional-de-comunicacion>

Esta publicación ha recibido apoyo en la modalidad "Ayudas a revistas" del VII Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla

Equipo editorial

Comité técnico

Presidente y fundador

Ramón Reig

Universidad de Sevilla, España

Editoras

Rosalba Mancinas-Chávez

Universidad de Sevilla, España

María Luisa Cárdenas Rica

Centro Universitario San Isidoro, Universidad
Pablo de Olavide, España

Secretario académico

Juan Carlos Figuereo Benítez

Universidad de Sevilla, España

Consejo de redacción

Nuria Sánchez-Gey Valenzuela

Universidad de Sevilla (España)

Daniel Rodrigo-Cano

Universidad de Nebrija (España)

Jair Esquiaqui Buelvas

Universidad de Cartagena (Colombia)

Susana Alés Álvarez

Tecnológico de Monterrey (México)

Luisa Aramburú Moncada

Universidad de Sevilla (España)

Itzel Meza Piña

Universidad Autónoma de Sinaloa (México)

Vanessa Ledezma López

Universidad Pedagógica Nacional (México)

Lorena Vegas García

Universidad de Málaga (España)

Consejo asesor

Dra. Carmen Marta Lazo

Universidad de Zaragoza, España

Dr. Carlos Elías

Universidad Carlos III, España

Dra. Nereida López Vidales

Universidad de Valladolid, España

Dra. Sara Núñez de Prado Clavell

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Nuria Almirón Roig

Universidad Pompeu Fabra, España

Dr. Manuel Miguel Chaparro Escudero

Universidad de Málaga, España

Dr. Xosé Soengas

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Concha Langa Nuño

Universidad de Sevilla, España

Dra. Antonia Isabel Nogales Bocio

Universidad de Zaragoza, España

Dra. Leonarda García Jiménez

Universidad de Murcia, España

Dra. Gema Alcolea Díaz

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. María José Ufarte

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dr. Daniel Rodrigo-Cano

Centro Universitario San Isidoro, Universidad
Pablo de Olavide, España

Dr. Carles Marín Lladó

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dr. José Antonio Peña Ramos

Universidad de Granada, España

Dr. David García-Marín

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dr. José Candón Mena

Universidad de Sevilla, España

Dr. Francisco Javier Paniagua Rojano

Universidad de Málaga, España

Comité científico internacional

Dr. José Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva, España

Dr. José Ignacio Armentia

Universidad del País Vasco, España

Dr. David Park

Florida International University, Estados Unidos.

Dr. Jorge Cortés Montalvo

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

Dra. Paulina Beatriz Emanuelli

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana, México

Dr. Francisco Esteve Ramírez

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Josep Gifreu

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España.

Dr. Tim Holmes

Universidad de Cardiff, País de Gales.

Dr. Antonio Laguna Platero

Universidad de Castilla y La Mancha, España.

Dr. Xosé López García

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Montserrat Quesada

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Miquel Rodrigo Alsina

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. JürgenWilke

Institut für Publizistik, Universidad de Maguncia, Alemania

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Angela Do Grossi Carvalho

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dra. Mirian Tavares

Universidade Do Algarve, Portugal

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas

Universidad Iberoamericana, México

Dr. Rogério Christofolletti

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Dr. César E. Jiménez Yáñez

Universidad Autónoma de Baja California, México

Dr. Ricardo Chica Geliz

Universidad de Cartagena, Colombia

Dra. Ingrid Viviana Estrella Tutivén

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Dr. Rogelio Fernández Reyes

Universidad de Sevilla, España

Dr. Miguel Orta Vélez

El Colegio de Chihuahua, México

Dra. María del Carmen Fernández Chapou

Tecnológico de Monterrey, México

Dra. Claudia Mellado Ruiz

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dra. Andrea Victoria Velásquez Benavides

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

Enfoque y alcance

El eje temático de la revista es la comunicación y, dentro del amplio concepto de comunicación, el periodismo es un área de especial interés. No obstante, considerando la importancia de la comunicación hoy en día, se aceptan trabajos que den a conocer resultados de investigación científica desde distintas perspectivas, en torno a la comunicación. Se valora la originalidad de los trabajos, se da preferencia a aquellas aportaciones que supongan un avance para el conocimiento.

Evaluación de originales

Los originales se someten a un doble proceso de revisión. Primero son examinados por los miembros del Consejo de Redacción y después pasan a un proceso de revisión por pares ciegos, con especialistas en el tema que ofrecen.

Periodicidad

Publicación semestral, se publica un número en abril y otro en octubre.

Indexación

RESCH, MIAR, ErihPlus, DOAJ, Dialnet, FECYT (con Mención de Buenas Prácticas Editoriales en Igualdad de Género), ÍndICES CSIC, Latindex, Dulcinea, PKP INDEX, Google Académico, REDIB ESCI, Diamond Discovery Hub (DDH), OpenAlex y Open Policy Finder.



Edita

Grupo de Investigación Comunicación, pensamiento crítico y diálogo ante el cambio global (SEJ-675)

Universidad de Sevilla, España

Dirección: Facultad de Comunicación. Calle Américo Vespucio, s/n.
Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93. 41092 Sevilla.

Teléfono: +34 954 559 622.

E-mail: ambitoscomunicacion@us.es

Web: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

© 2026 Los autores

Maquetación: Referencias Cruzadas. <https://referenciascruzadas.es>

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial

CompartirIgual 4.0 Internacional

índice

MONOGRÁFICO | MONOGRAPHIC

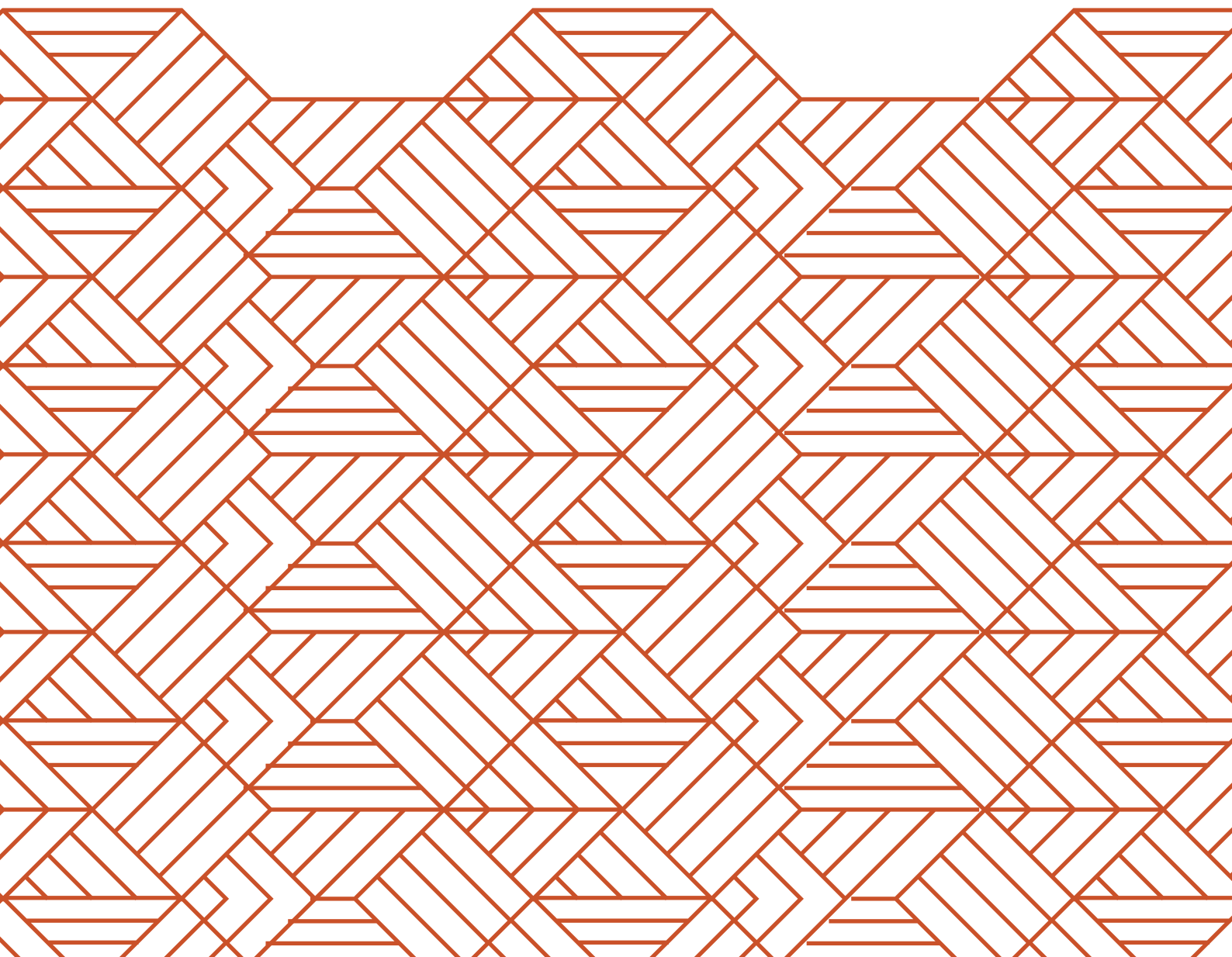
Presentación. La cuestión animal en la comunicación: discursos, compasión y relaciones de poder.....	9-17
<i>Presentation. The "Animal Issue" in Communication: Discourses, Compassion, and Power Relations</i>	
Olatz Aranceta-Reboredo	
Estela Díaz	
Loredana Loy	
 Seres sintientes en disputa: análisis multimodal de la prensa y el activismo en Coahuila, México....	18-38
<i>Sentient Beings in Dispute: A Multimodal Analysis of Press and Activism in Coahuila, Mexico</i>	
Miguel Sánchez Maldonado	
María Tatiana de la Peña Aguilar	
José Rodolfo Barrientos Urbina	
10.12795/Ambitos.2026.i70.01	
 Toro de la Vega en prensa: redes discursivas y representación de activistas animalistas (1983-2016).....	39-59
<i>Toro de la Vega in the Press: Discursive Networks and the Portrayal of Animal Activists (1983-2016)</i>	
Irene Barañano-Díaz	
Olatz Aranceta-Reboredo	
10.12795/Ambitos.2026.i70.02	
 Compasión y animales en el discurso político peruano: casos municipales y legislativos.....	60-72
<i>Compassion and Animals in Peruvian Political Discourse: Municipal and Legislative Cases</i>	
Juan José Soza-Herrera	
10.12795/Ambitos.2026.i70.03	
 Discursos sobre bioética, ciencia y compasión hacia los animales en el cine de Bong Joon-ho	73-90
<i>Discourses on Bioethics, Science, and Compassion Toward Animals in the Cinema of Bong Joon-ho</i>	
Luis Miguel Machín Martín	
10.12795/Ambitos.2026.i70.04	
 Politics of meat and hidden animal suffering: Discursive responses to the documentary Food for Profit.....	91-108
<i>Política de la carne y sufrimiento animal oculto: respuestas discursivas al documental Food for Profit</i>	
Ludovica Malknecht	
10.12795/Ambitos.2026.i70.05	

índice

MISCELÁNEA | MISCELLANEOUS

- Educomunicación transformadora: delimitación conceptual y propuesta de un modelo teórico** 110-130
Transformative Educommunication: Conceptual Delimitation and Proposal of a Theoretical Model
María Inmaculada Carrasco Martín
Ana María Duarte Hueros
Begoña Mora Jauregualde
[10.12795/Ambitos.2026.i70.06](#)
- Juventud, redes sociales y consumo de información política: Un análisis cualitativo** 131-148
Youth, Social Media, and Political News Consumption: A Qualitative Analysis
Amparo Huertas-Bailén
Ana González-Neira
Natalia Quintas-Froufe
[10.12795/Ambitos.2026.i70.07](#)
- Publicidad, alimentación e infancia en YouTube: mensaje comercial y su adecuación al Código PAOS** 149-168
Advertising, food, and childhood on YouTube: commercial messages and their adaptation to the PAOS Code
Ana A. Lozano González
Fátima Rodríguez García
[10.12795/Ambitos.2026.i70.08](#)
- Introducing Audio-Elicitation: Audio-Based Methodological Approach to Podcasting Research.....** 169-185
La audio-elicitación: enfoque metodológico basado en el audio para la investigación sobre pódcast
David García-Marín
[10.12795/Ambitos.2026.i70.09](#)
- Telemadrid como eje de confrontación política: análisis del discurso en la Asamblea de Madrid.....** 186-208
Telemadrid as a center of political confrontation: discourse analysis in the Assembly of Madrid
Claudia López Frías
[10.12795/Ambitos.2026.i70.10](#)
- ¿Existe voto dual en Galicia? Análisis de las elecciones autonómicas gallegas de 2024** 209-223
Is There Dual Voting in Galicia? Analysis of the 2024 Galician Regional Elections
Adrián Caballero-Escusol
Javier Bustos Díaz
[10.12795/Ambitos.2026.i70.11](#)
- Communication, heritage and development: Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Geoparks** 224-239
Comunicación, patrimonio y desarrollo: Geoparques UNESCO Caçapava y Cuarta Colônia
Flavi Ferreira Lisbôa Filho
Elisa Lubeck
Mauricio Rebellato
[10.12795/Ambitos.2026.i70.12](#)
- O WhatsApp como principal distribuidor de notícias de veículos de imprensa do interior catarinense** 240-258
WhatsApp as the primary news distributor for media outlets in the interior of Santa Catarina
Ricardo Luiz Aoki
Rita de Cássia Romeiro Paulino
Marcos Cesar da Rocha Seruffo
[10.12795/Ambitos.2026.i70.13](#)

monográfico
monographic





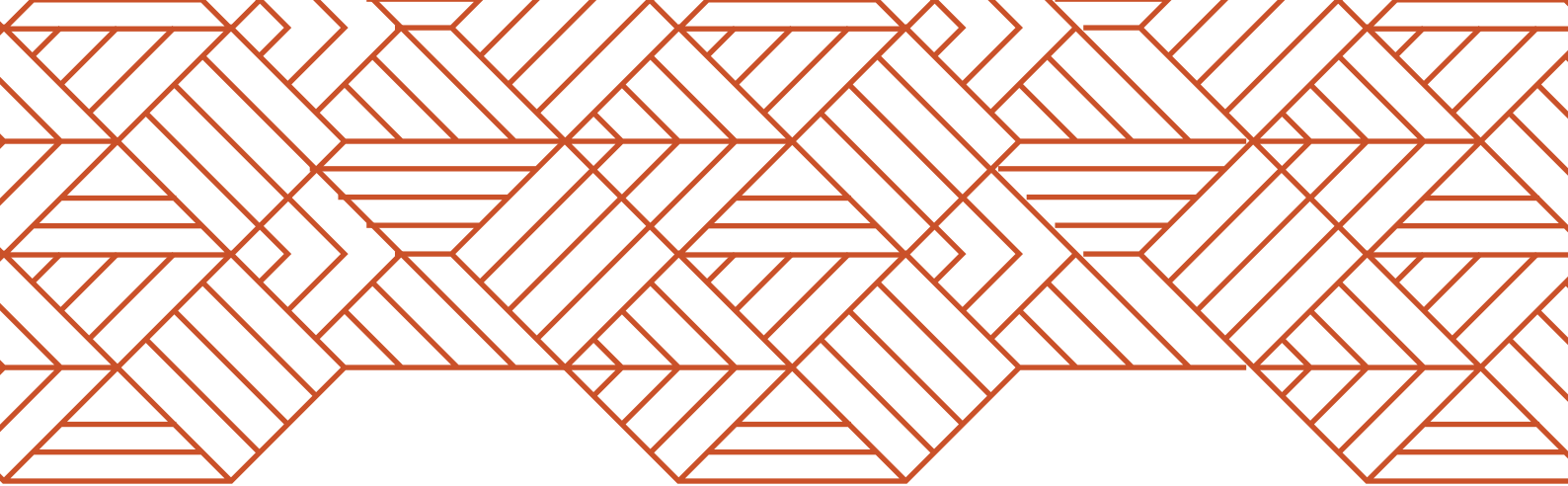
Presentación del monográfico

La cuestión animal en la comunicación: discursos, compasión y relaciones de poder

La relación entre los seres humanos y los demás animales¹ ocupa un lugar cada vez más visible en debates sociales, políticos y culturales. Las formas en que los animales son conceptualizados, representados y valorados se construyen a partir de las prácticas materiales que determinan sus vidas, así como a través de los discursos que circulan en el espacio público. En este sentido, medios, actores políticos y grupos de presión (o *lobbies*) contribuyen a construir estos discursos y a definir qué relaciones con los animales humanos se consideran legítimas, qué formas de explotación permanecen invisibilizadas y quiénes son considerados responsables (Almiron & Díaz, 2025). Desde esta perspectiva, la comunicación constituye, por tanto, uno de los espacios en los que estas relaciones interespecie se construyen, se hacen visibles, se normalizan o se cuestionan.

Desde los Estudios Críticos Animales y de los Medios (*Critical Media and Animal Studies*, CAMS), la comunicación constituye un ámbito privilegiado para analizar cómo se construyen y (re)producen las relaciones de poder humano-animales. Este campo pone en diálogo los Estudios Críticos Animales y los Estudios Críticos de la Comunicación para examinar las representaciones de los animales y de las relaciones interespecie en distintos medios y productos culturales, así como las estructuras de poder y las ideologías que las sustentan (Almiron et al., 2015; Carreras & Fernández, 2025). En esta literatura destacan la investigación ha prestado atención tanto a los marcos discursivos que contribuyen a naturalizar determinadas formas de relación con los animales (Maynard, 2018; Moreno, 2019) como a los actores, intereses y relaciones de poder que intervienen en su producción y circulación (Aranceta-Reboredo & Moreno, 2025; Moreno, Díaz, et al., 2026; Moreno, Fernández, et al., 2026), así como las formas en que los medios de comunicación imaginan y debaten estas relaciones (Loy, 2015, 2024). En el contexto de este número especial resultan de especial relevancia los estudios sobre el papel de la comunicación en la articulación de respuestas emocionales y morales hacia los animales, especialmente la compasión, así como sobre la posible instrumentalización de estas respuestas por parte de distintos actores en sus prácticas de relaciones públicas (véase Almiron, 2023; Aranceta-Reboredo et al., 2025; Carreras, 2024; Díaz et al., 2025).

1. En aras de una mayor claridad, de aquí en adelante nos referiremos a "los demás animales", o a "los animales no humanos", como "animales".

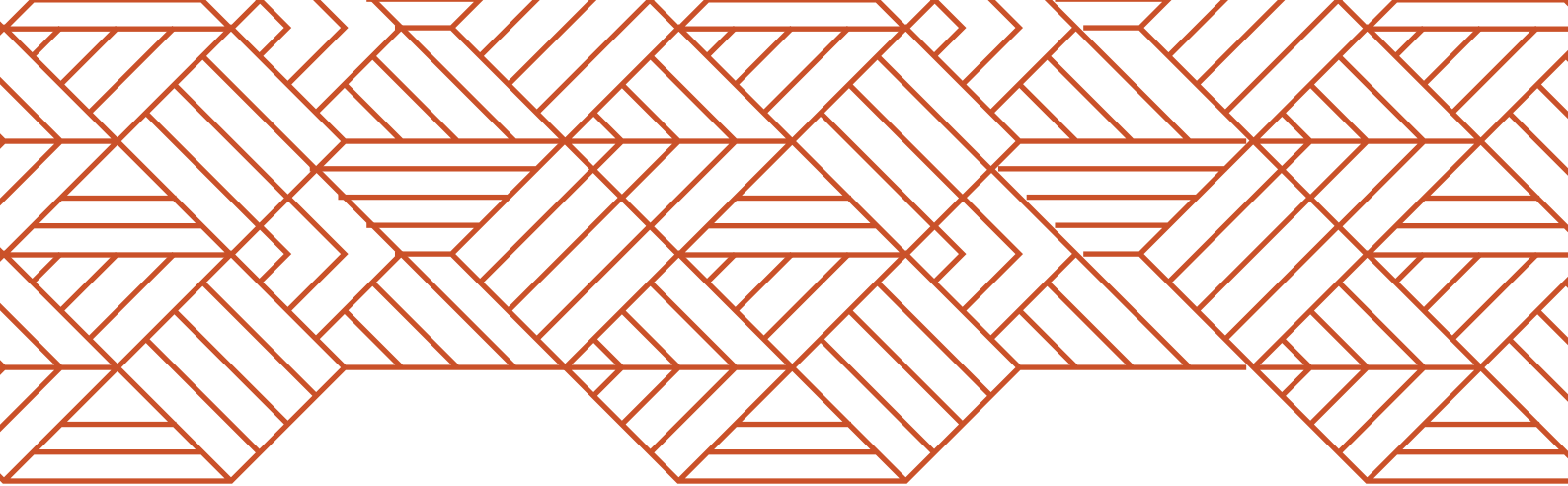


El presente monográfico se sitúa en estas últimas líneas de investigación, abordando así la llamada “cuestión animal” en la comunicación como una disputa simbólica y política en la que se negocian significados (incluyendo representaciones), responsabilidades y posibilidades de cambio. Este número especial surge de la conferencia internacional e híbrida *Compassionate Futures: Dismantling the Dynamics of Power and Violence in Human-Animal Relationships*, organizada por el proyecto de investigación COMPASS² coordinado por la Universitat Pompeu Fabra. Aunque la convocatoria del monográfico partió de algunos de los temas abordados en la conferencia, el número se abrió también a investigaciones externas al encuentro, con el objetivo de reunir trabajos vinculados a estas cuestiones desde diferentes aproximaciones y contextos.

“La cuestión animal en la comunicación: discursos, compasión y relaciones de poder” reúne contribuciones orientadas a examinar, desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, los discursos mediáticos, políticos y culturales relacionados con los animales, las relaciones de poder que los sustentan o los transforman, y los esfuerzos por inculcar la compasión. El desafío que articula el monográfico es, por tanto, comprender cómo la comunicación participa tanto en la reproducción como en el cuestionamiento de las relaciones de poder con los animales y cómo las representaciones de estos, de su sufrimiento y de quienes intervienen en su defensa se vinculan con debates más amplios sobre legitimidad, cuidado y transformación social. Los cinco artículos que componen el número 70 de *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* abordan esta cuestión desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas. Las investigaciones parten de contextos nacionales y culturales diversos, entre ellos México, España, Perú, Italia y Corea del Sur, y examinan distintos espacios de producción y circulación de discursos, como la prensa, el cine y la recepción de documentales. Esta diversidad geográfica y temática permite abordar la cuestión animal desde las particularidades de los distintos contextos en los que se formula, sin reducirla a una única forma de representación o conflicto.

El primer artículo del monográfico, “Disputa simbólica sobre los seres sintientes: análisis crítico y multimodal del discurso periodístico y los testimonios activistas en Coahuila, México”, de Miguel Sánchez Maldonado, María Tatiana de la Peña Aguilar y José Rodolfo Barrientos Urbina, estudia la representación de los animales y del activismo antiespecista en la prensa digital de Coahuila, México. A partir del análisis de la prensa digital y de testimonios de activistas en defensa animal, el estudio muestra cómo los discursos en prensa continúan reproduciendo una consideración selectiva de los animales, en particular a través de la sobrerrepresentación de perros y gatos y la invisibilización de otras especies. Lo/as autore/as también destacan cómo el activismo cuestiona ciertos marcos

2. El proyecto Lobbying and Compassion. Interest groups, discourse and nonhuman animals in Spain (COMPASS) fue financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), con referencia PID2020-118926RB-I00. Más información en <https://www.upf.edu/web/compass>



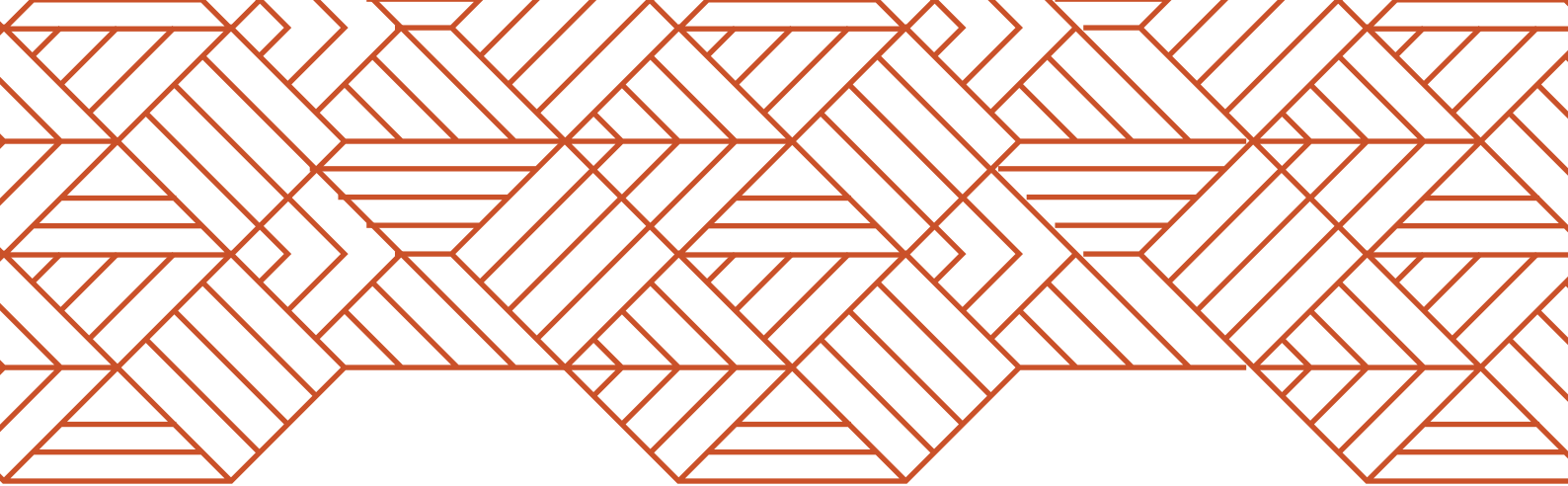
orientados al bienestarismo que siguen los cambios legislativos y abogan por una concepción de los animales como sujetos merecedores de derechos y consideración moral.

El artículo “Toro de la Vega en prensa: redes discursivas y representación de activistas animalistas (1983-2016)”, firmado por Irene Barañano-Díaz y Olatz Aranceta-Reboredo, analiza el debate generado en la prensa escrita española de ámbito nacional en torno al torneo del Toro de la Vega³, examinando dos dimensiones diferentes del debate con un mismo corpus. Por un lado, el artículo atiende a la configuración de las dos posiciones opuestas, y por otro, la representación de las activistas por los derechos de los animales. Partiendo de un análisis de las redes discursivas, en este artículo se identifican en primer lugar los principales actores, argumentos y posiciones que conforman la controversia y, a través del análisis de las representaciones de los activistas, se traza un mapa de las diferentes representaciones y sus implicaciones para la (des)legitimación de las activistas como actores en el debate sobre el Toro de la Vega.

El tercer artículo del dossier, titulado “Compasión y representación de los animales en el discurso político peruano: un análisis de casos en los ámbitos municipal y legislativo (2022-2025)” y firmado por Juan José Soza-Herrera, examina la representación de los animales no humanos y el papel de la compasión en tres casos de discurso político peruano. A partir de un debate electoral, las propuestas de campaña municipal y un proyecto de ley, el autor analiza los términos y atributos utilizados para representar a los animales, la construcción de las cuestiones relacionadas con los animales como problemas públicos, las responsabilidades asignadas a los diferentes actores y las propuestas de respuesta política. La comparación identifica tres modalidades discursivas de compasión que articulan, de diferentes maneras, la representación de los animales y la relación humano-animal.

Luis Miguel Machín Martín, en su artículo “Discursos sobre bioética, ciencia y compasión hacia los animales en el cine de Bong Joon-ho”, a través del análisis de las películas de *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja* y *Mickey 17* estudia las diversas formas en que se desestabiliza la frontera entre la humanidad y la animalidad en el cine de Bong Joon-ho, así como la tensión constante entre formas de compasión individual y estructuras sistémicas que normalizan la explotación en contextos domésticos, industriales y tecnocientíficos. El artículo muestra cómo el discurso cinematográfico saca a la luz estas estructuras y las cuestiona, vinculando las representaciones de la explotación animal con los conflictos e intereses corporativos, las diferentes formas de activismo y los diversos modos de intervención en estas relaciones de poder dentro del contexto social contemporáneo.

3. Originalmente, el Toro de la Vega es un festejo taurino anual popular en el que un toro recorre Tordesillas (Valladolid, España) mientras que se le persigue y alancea hasta la muerte en público.



Finalmente, el artículo que cierra este número especial, titulado “Política de la carne y sufrimiento animal oculto: respuestas discursivas al documental *Food for Profit*” y firmado por Ludovica Malknecht, se centra en las reseñas del documental *Food for Profit*, dirigido por Giulia Innocenzi y Pablo D’Ambrosi, para examinar las respuestas emocionales y el posicionamiento en ellas. Este documental, proyectado en varios países europeos antes de las elecciones de 2024, fomentó la participación electoral en relación con los temas presentados en la película y, como tal, destaca por su potencial impacto en la intervención política. Este aspecto es especialmente relevante para el número especial de *Ámbitos*, puesto que el impacto de esta película y de las críticas que le siguieron podría extenderse más allá del cambio individual en los valores o hábitos. En este contexto, la autora presta especial atención al reconocimiento de las diferencias entre las percepciones sociales y los discursos públicos dominantes sobre las industrias cárnica, avícola y láctea presentadas en el documental.

Con este número 70, *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* incorpora a su espacio de reflexión un campo de investigación crítico sobre las relaciones humano-animales que, a pesar de la creciente presencia de la cuestión en el debate público, sigue estando infrarrepresentado en los estudios y las revistas académicas convencionales sobre comunicación. El equipo coordinador invita a quienes lean este número a examinar cómo se representan las relaciones humano-animales en la prensa y los medios de comunicación, y anima a reflexionar sobre las condiciones políticas, culturales y discursivas que determinan qué vidas se hacen visibles, cómo se interpretan y qué formas de intervención se consideran posibles para cambiar sus condiciones materiales. Agradecemos a la revista que nos haya brindado su plataforma para compartir cinco investigaciones con esta perspectiva crítica, así como a quienes han participado en el proceso de revisión y al equipo editorial por hacer posible este monográfico.

Palabras clave: Medios de Comunicación, Prensa, Cine, Antiespecismo, Análisis del Discurso, Activismo.

Olatz Aranceta-Reboredo

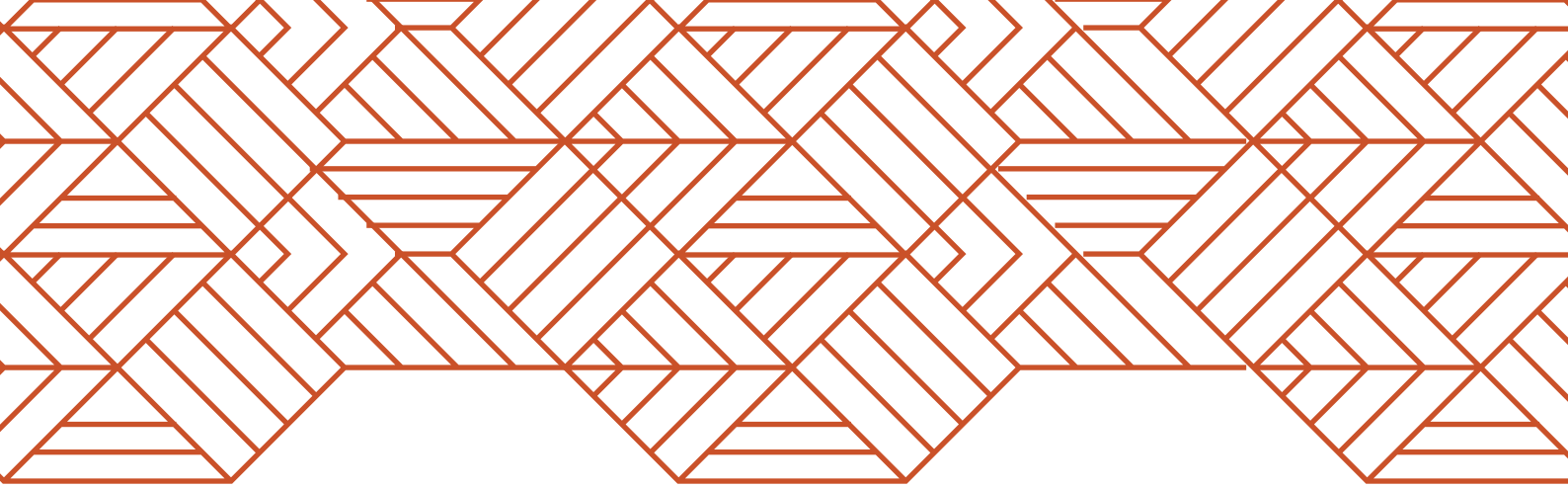
UPF-Centre for Animal Ethics

Estela Díaz

Universidad Pontificia Comillas

Loredana Loy

New York University



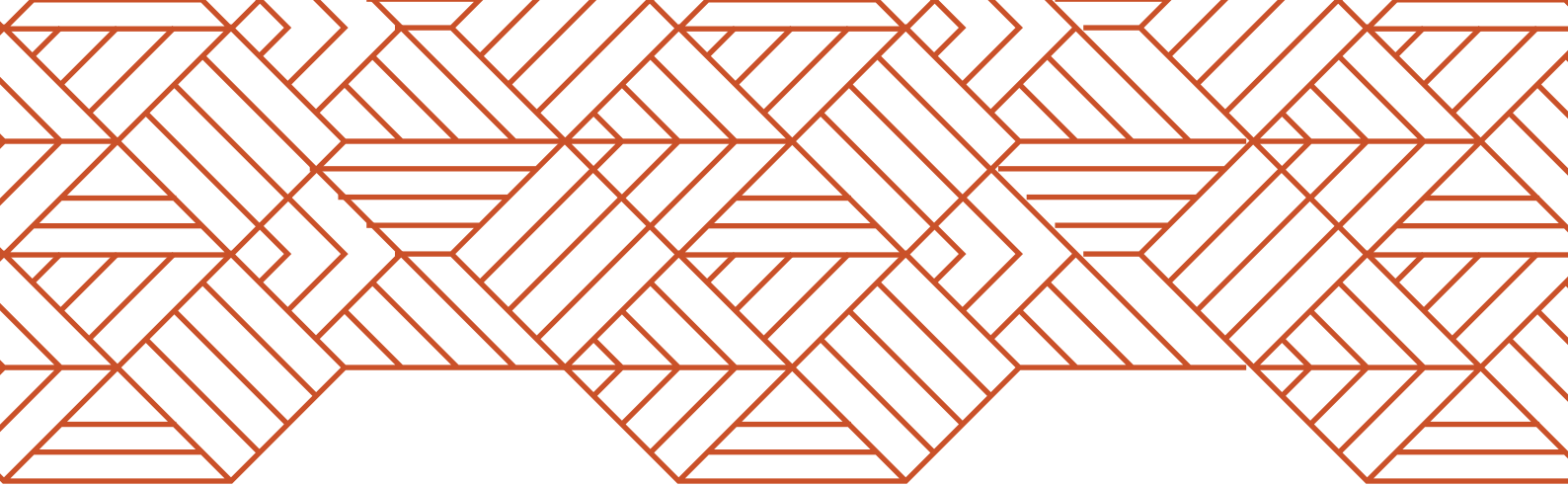
The “Animal Issue” in Communication: Discourses, Compassion, and Power Relations

The relationship between humans and other animals (hereafter animals) is becoming an increasingly visible topic in social, political, and cultural debates. The ways in which animals are conceptualized, represented, and valued are shaped by the material practices that determine their lives, as well as by the discourses circulating in the public sphere. In this context, the media, political actors, and interest groups (or lobbies) help shape these narratives and define which relationships between humans and animals are considered legitimate, which forms of exploitation remain hidden from view, and who is held accountable (Almiron & Díaz, 2025). From this perspective, communication is, therefore, one of the arenas in which these interspecies relationships become visible, are taken for granted, or are the subject of controversy.

From a Critical Animal and Media Studies perspective, communication is understood as a fundamental space for analyzing how power relations between humans and animals are constructed (re)produced. This field brings together Critical Animal Studies and Critical Communication Studies to examine representations of animals and interspecies relationships in various media and cultural products, as well as the structures and ideologies that underlie these representations (Almiron et al., 2015; Carreras & Fernández, 2025). From this perspective, research has focused on the discursive frameworks that contribute to naturalizing certain forms of relationships with animals (Maynard, 2018; Moreno, 2019), the actors, interests, and power relations involved in their production and circulation (Aranceta-Reboredo & Moreno, 2025; Moreno, Díaz, et al., 2026; Moreno, Fernández, et al., 2026), and the ways in which the media imagine and debate these relationships (Loy, 2015, 2024). In the context of this special issue, it is important to highlight that previous studies have also explored the role of communication in shaping emotional and moral responses toward animals—especially compassion—as well as the possible exploitation of these responses by various actors in their public relations practices (see Almiron, 2023; Aranceta-Reboredo et al., 2025; Díaz et al., 2025; Carreras, 2024).

This monograph is situated within these later lines of research, thus addressing the so-called “animal issue” in communication as a symbolic and political dispute in which meanings (including representations), responsibilities, and possibilities for change are negotiated. This special issue originates from the international hybrid conference *Compassionate Futures: Dismantling the Dynamics of Power and Violence in Human–Animal Relationships*, organized by the COMPASS⁴ research project at

4. The project “Lobbying and Compassion: Interest Groups, Discourse, and Nonhuman Animals in Spain” (COMPASS) was funded

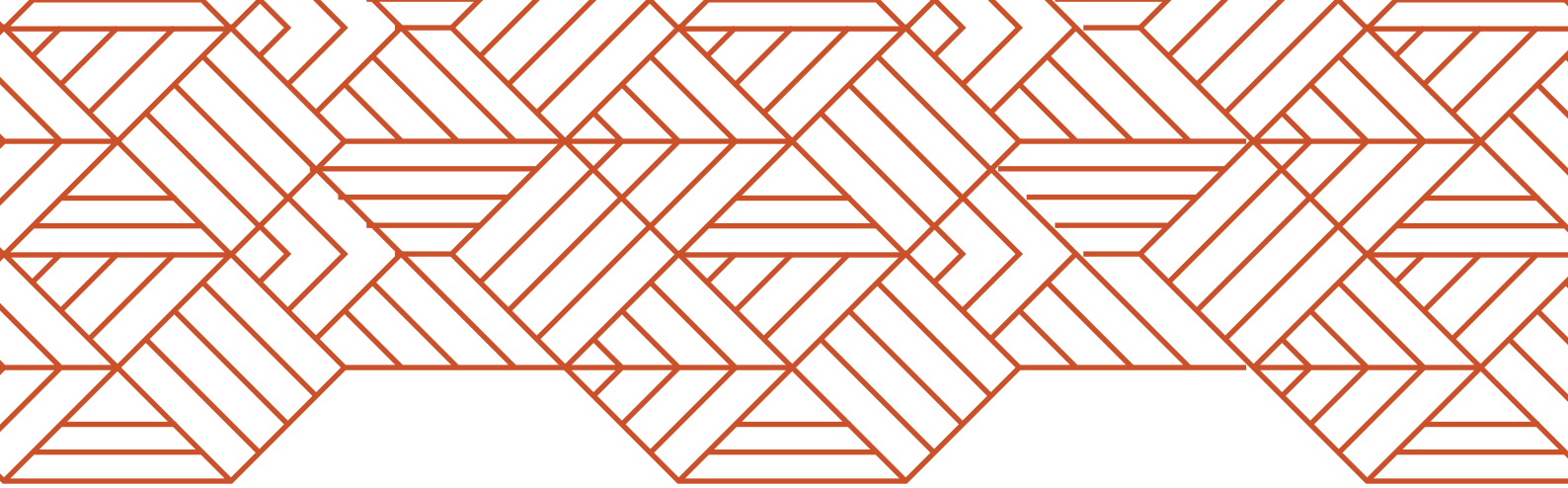


Pompeu Fabra University. Although the topics in the call for papers were based on those discussed at the conference, this special issue was also open to contributions from outside the conference, thus serving simultaneously as a platform for the publication of papers presented at the event and for related research conducted from different perspectives and contexts.

“The ‘Animal Issue’ in Communication: Discourses, Compassion, and Power Relations” brings together contributions that examine, from different theoretical and methodological perspectives, media, political, and cultural discourses related to animals, the power relations that underpin or transform them, and the efforts to instil compassion in these contexts. The challenge addressed by this special issue is, therefore, to understand how communication participates in both the reproduction and the questioning of dynamics of power concerning our relationship with animals, and how the representation of animals, their suffering, and those who advocate for them are linked to broader debates on legitimacy, care, and social transformation. The five articles that comprise issue 70 of the journal *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* draw on diverse national and cultural contexts, including Mexico, Spain, Peru, Italy, and South Korea, and address various spaces of discursive production and circulation, including media, cinema, and the reception of documentaries. This geographical and topical diversity allows for an approach to the animal issue that takes into account the particularities of the contexts in which it arises, and the exploration of multiple forms of representation or conflict.

The first article in the special issue, “Symbolic Dispute over Sentient Beings in Coahuila, Mexico: A Critical and Multimodal Discourse Analysis of Journalistic Discourse and Activist Testimonies in Coahuila, Mexico” by Miguel Sánchez Maldonado, María Tatiana de la Peña Aguilar, and José Rodolfo Barrientos Urbina, examines the representation of animals and anti-speciesist activism in the digital press in Coahuila, Mexico, in the context of several recently passed laws that recognize animals as sentient beings. Based on an analysis of the digital press and activist testimonies, the study shows how press discourse continues to reproduce a selective view of animals, particularly through the overrepresentation of dogs and cats and the obscuring of other species. It also highlights how activism challenges certain welfare-oriented frameworks that follow legislative changes and calls for a conception of animals as subjects deserving of consideration and rights.

The article “Toro de la Vega in the Press: Discursive Networks and the Representation of Animal Rights Activists (1983–2016),” authored by Irene Barañano-Díaz and Olatz Aranceta-Reboredo, analyzes the debate generated in the national Spanish print media surrounding the Toro de la Vega



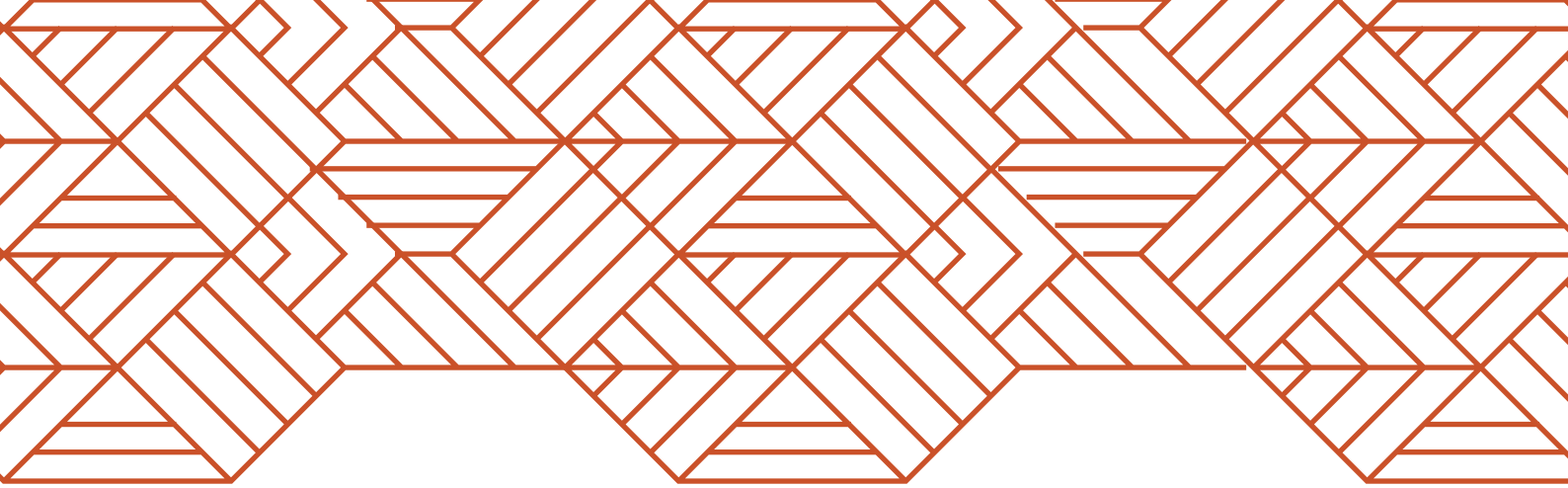
tournament⁵, examining two different dimensions of the debate within the same corpus; on the one hand, the configuration of the two opposing positions, and on the other hand, and the representation of animal rights activists in the press. Based on an analysis of discursive networks, the authors first identify the main actors, arguments, and positions that shape the controversy, and through the analysis of representations of the activists, they map the different representations and their implications for the (de)legitimization of activists as actors in the Toro de la Vega debate.

The third article in the dossier, titled “Compassion and the Representation of Animals in Peruvian Political Discourse: A Case Analysis of Municipal and Legislative Arenas (2022–2025)” and authored by Juan José Soza-Herrera, examines how animals are represented and compassion is mobilized in three Peruvian political discourses produced in municipal and legislative contexts. Drawing on an electoral debate, municipal campaign proposals, and a legislative bill, the study analyzes the terms and attributes used to represent animals, the construction of animal-related issues as public problems, the responsibilities assigned to different actors, and the political responses proposed. The comparison identifies three discursive modalities of compassion that articulate, in different ways, the representation of and relationship with animals.

Luis Miguel Machín Martín, in his article “Discourses on Bioethics, Science, and Compassion Toward Animals in the Cinema of Bong Joon-ho,” through an analysis of the films *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja*, and *Mickey 17*, examines the various ways in which the boundary between humanity and animality is destabilized, as well as the constant tension between forms of individual compassion and systemic structures that normalize exploitation in domestic, industrial, and techno-scientific contexts. The article demonstrates how cinematic discourse brings these structures to light and challenges them, linking representations of animal exploitation to corporate conflicts and interests, forms of activism, and various modes of intervention in these power relations within the contemporary social context.

Finally, the closing article of the special issue, titled “Politics of meat and hidden animal suffering: Discursive responses to the documentary *Food for Profit*” and authored by Ludovica Malknecht, focuses on reviews of the documentary *Food for Profit*, directed by Giulia Innocenzi y Pablo D’Ambrosi, to examine reviewers’ emotional responses and attitudes. This documentary screened in various European countries prior to the 2024 elections, encouraged voter participation related to the issues presented in the film, and as such, stands out for its potential impact on political intervention. This aspect is particularly relevant to this special issue of *Ámbitos*, because it suggests that by linking the

5. The original Toro de la Vega is a popular bullfighting festival in which a bull is chased through Tordesillas (Valladolid, Spain) while being speared to death in public.



uncovering of lobbying structures and political influence to a strategy for concrete political action that challenges them, the impact of this film and of the reviews that followed may potentially expand beyond individual change in values or habits. In this article, the author pays special attention to the recognition of differences between social perceptions and the dominant public discourses about the meat, egg, and dairy industries presented in the documentary.

With this 70th issue, *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* incorporates into its discussions a critical field of research on human-animal relations that, despite the growing visibility of these relationships in public debate, remains underrepresented in the mainstream communication scholarship and journals. The coordinators' team invites readers to examine how human-animal relations are represented in media, and encourages everyone to consider the political, cultural, and discursive conditions that determine which lives become visible, how they are interpreted, and what forms of intervention are considered possible to change the material conditions of these lives. We thank the journal for providing a platform to share five research papers with this critical perspective, as well as those who participated in the review process and the editorial team for making this special issue possible.

Keywords: Media, Press, Film, Anti-speciesism, Discourse Analysis, Activism.

Olatz Aranceta-Reboredo

UPF-Centre for Animal Ethics

Estela Díaz

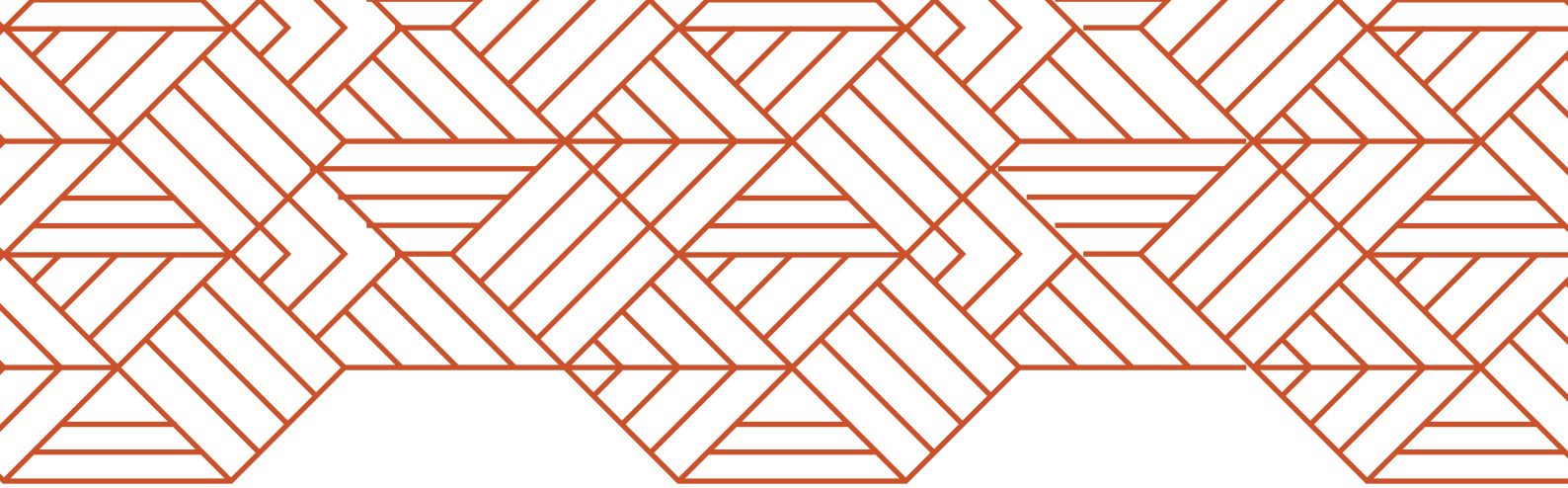
Universidad Pontificia Comillas

Loredana Loy

New York University

Referencias / References

- Almiron, N. (2023). *Animal Suffering and Public Relations: The Ethics of Persuasion in the Animal-Industrial Complex* (1.^a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003324065>
- Almiron, N., Cole, M., & Freeman, C. P. (Eds.). (2015). *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. Routledge, Taylor & Francis Group. <https://www.routledge.com/Critical-Animal-and-Media-Studies-Communication-for-Nonhuman-Animal-Advocacy/Almiron-Cole-Freeman/p/book/9781138597976>
- Almiron, N., & Díaz, E. M. (Eds.). (2025). *Compasión y Especismo: Grupos de Presión, Discurso y Lobby Del Complejo Industrial Animal en España* (1st ed). Dykinson.

- 
- Aranceta-Reboredo, O., & Moreno, J. A. (2025). Coaliciones discursivas y animales para entretenimiento: El debate de la “ley de bienestar animal” en la prensa española. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, (23), raeic122314. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.14>
- Aranceta-Reboredo, O., Morrás-Arana, L., & Almiron, N. (2025). Fighting Breeds and Athletes: How Lobby Groups Frame Animal-Based Entertainment in Spain. *Perspectivas de la Comunicación*, 18. <https://doi.org/10.56754/0718-4867.2025.3771>
- Carreras, M. R. (2024). Unveiling the strategic discourse of european dairy industry pressure groups: A Critical Animal Studies perspective. *TRACE - Journal for Human-Animal Studies*, 10, 6-36. <https://doi.org/10.23984/fjhas.136722>
- Carreras, M. R., & Fernández, L. (2025). *Estudios críticos sobre animales y comunicación: De la violencia simbólica a la liberación colectiva*. 12(1). <https://revistaleca.org/index.php/leca/article/view/528>
- Díaz, E. M., Merino, A., & Nuñez-Partido, A. (2025). The sounds of silence: ‘Pivoting’ as a rhetorical strategy of the animal farming industry to maintain the institution of meat. *Agriculture and Human Values*, 42(3), 2129-2150. <https://doi.org/10.1007/s10460-025-10759-4>
- Loy, L. (2015). Media Activism and Animal Advocacy: What’s Film Got to Do with It? En N. Almiron, M. Cole, & C. P. Freeman (Eds.), *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy*. Routledge.
- Loy, L. (2024). About a Speech. The Media’s Reaction to a Celebrity Advocacy Intervention. En C. Parkinson & L. Herring (Eds.), *Animal Activism On and Off Screen*. Sydney University Press. <https://doi.org/10.30722/sup.9781743329757>
- Maynard, L. (2018). Media Framing of Zoos and Aquaria: From Conservation to Animal Rights. *Environmental Communication*, 12(2), 177-190. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1310741>
- Moreno, J. A. (2019). «Vacas más verdes». Encuadres sobre la dieta y el cambio climático en la prensa extremeña. En R. Fernández-Reyes & D. Rodrigo Cano (Eds.), *La comunicación de la mitigación ante la emergencia climática* (pp. 109-130). <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/3ae98752-e4d3-422f-b882-0a5ed0334ea3/content>
- Moreno, J. A., & Almiron, N. (2024). Climate Obstruction in Spain: From Boycotting the Expansion of Renewable Energy to Blocking Compassion Toward Animals. En R. J. Brulle, J. T. Roberts, & M. C. Spencer (Eds.), *Climate Obstruction across Europe* (1.ª ed., pp. 294-319). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197762042.003.0012>
- Moreno, J. A., Díaz, E. M., & Fidalgo, B. M. (2026). Exploring discourse coalition-building in the press: The megafarms controversy in Spain. *Public Relations Inquiry*, 2046147X261457940. <https://doi.org/10.1177/2046147X261457940>
- Moreno, J. A., Fernández, L., & Almiron, N. (2026). Redes discursivas en el debate sobre experimentación animal en prensa española sobre el caso Vivotecnia. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 26(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3721>

Seres sintientes en disputa: análisis multimodal de la prensa y el activismo en Coahuila, México

Sentient Beings in Dispute: A Multimodal Analysis of Press and Activism in Coahuila, Mexico

Miguel Sánchez Maldonado

(Responsable de correspondencia)

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, México

 0000-0002-4886-0881 | miguelsanchez@uadec.edu.mx

María Tatiana de la Peña Aguilar

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, México

 0009-0008-2543-9569 | tatiana_pena@uadec.edu.mx

José Rodolfo Barrientos Urbina

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, México

 0000-0003-0460-5974 | rodolfo.barrientos@uadec.edu.mx

Recepción 25/03/2026 · Aceptación 16/07/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

Este artículo analiza cómo la prensa digital en Coahuila, México, representa a los animales no humanos y al activismo antiespecista, desde los estudios críticos animales y de la comunicación, a través de un análisis crítico multimodal del discurso. El estudio se organiza en tres objetivos específicos. Primero, identificar las agendas y los encuadres periodísticos predominantes. Segundo, examinar cómo se presenta el discurso en los estratos de discurso, diseño, producción y distribución. Tercero, reconocer las posturas ontológicas y discursivas dominantes sobre los animales no humanos, contruidos como recurso, víctima o sujeto. La investigación se apoya en un corpus integrado por 91 piezas periodísticas publicadas entre diciembre de 2023 y febrero de 2026 en medios digitales de distintas regiones de Coahuila, así como en 10 entrevistas estructuradas con activistas, rescatistas y representantes de asociaciones protectoras. Los resultados muestran que la cobertura privilegia casos de crueldad extrema, rescates y acciones institucionales. También predominan encuadres asistencialistas, punitivos y sensacionalistas. La prensa sobrerrepresenta a perros y gatos como víctimas o integrantes afectivos de familias multiespecie. En contraste, animales considerados de granja, de laboratorio y silvestres aparecen bajo marcos utilitaristas o permanecen omitidos. El activismo se representa con frecuencia mediante metáforas multimodales de heroicidad y sacrificio. Esta representación visibiliza su labor, pero limita su dimensión política. Se concluye que el reconocimiento legal de la sintiencia no basta para transformar la cultura pública si persisten discursos mediáticos especistas, selectivos y antropocéntricos.

Palabras clave: seres sintientes, antiespecismo, análisis multimodal del discurso, representación mediática, activismo antiespecista.

Cómo citar: Sánchez Maldonado, M., de la Peña Aguilar, M. T. y Barrientos Urbina, J. R. (2026). Seres sintientes en disputa: análisis multimodal de la prensa y el activismo en Coahuila, México. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 18-38. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.01>



Abstract

This article analyzes how digital press in Coahuila, Mexico represents nonhuman animals and antispeciesist activism, within Critical Animal and Communication Studies, and through a critical multimodal discourse analysis. The analysis is organized around three objectives. First, to identify the predominant journalistic agendas and frames. Second, to examine how discourse is presented across the strata of discourse, design, production, and distribution. Third, to recognize the dominant ontological and discursive positions regarding nonhuman animals. The research is based on a corpus composed of 91 journalistic pieces published between December 2023 and February 2026 in digital media outlets from different regions of Coahuila, as well as 10 structured interviews with activists, rescuers, and representatives of animal protection organizations. The findings show that media coverage privileges cases of extreme cruelty, rescue actions, and institutional responses. Welfarist, punitive, and sensationalist frames also predominate. The press overrepresents dogs and cats as victims or affective members of multispecies families. In contrast, farmed, laboratory, and wild animals appear within utilitarian frames or remain omitted. Activism is frequently represented through multimodal metaphors of heroism and sacrifice. This representation makes activist work visible, but limits its political dimension. The article concludes that the legal recognition of sentience is not enough to transform public culture while speciesist, selective, and anthropocentric media discourses persist.

Keywords: sentient beings, anti-speciesism, multimodal discourse analysis, media representation, antispeciesist activism.

1. Introducción

El marco normativo en el estado de Coahuila, México, ha experimentado una transformación al redefinir el estatus ontológico y jurídico de los animales no humanos, al pasar de un modelo de protección antropocéntrica al reconocimiento explícito de la sintiencia. Este cambio se formalizó en 2023 con la publicación de la Ley de los Derechos de los Seres Sintientes para el Estado de Coahuila de Zaragoza (LDSS), que establece al “ser sintiente” como organismo no humano consciente de sí y de su entorno, con capacidad de experimentar dolor, miedo y felicidad (CECZ, 2023a). El Código Penal estatal incorporó en su Título Décimo la tipificación de los delitos de crueldad y violencia contra los animales (CECZ, 2017). Este cambio se inserta en una tendencia jurisprudencial latinoamericana orientada a superar la cosificación de los animales como bienes y a reconocerlos como sujetos de consideración moral (Padilla Villarraga, 2018). Este cambio también cuestiona el paradigma de la supremacía humana y abre paso a nuevas responsabilidades éticas y legales, y permite reconocerlos como integrantes de familias multiespecie (Nasner Gómez & Sánchez Zapata, 2025).

El artículo 27 de la LDSS relaciona la toma de decisiones sobre la vida animal con la medicina veterinaria y la etología (CECZ, 2023b). El artículo 34 de la misma ley establece que los establecimientos dedicados a la venta o crianza deben estar “a cargo de un médico veterinario” (CECZ, 2023b). A escala municipal, el cambio se expresa en el Reglamento contra el maltrato animal y fomento a la protección y cuidado animal de Monclova (Gobierno Municipal de Monclova, 2022), el Reglamento para los propietarios o poseedores de animales caninos y felinos de Torreón (Gobierno Municipal de Torreón, 2016) y el Reglamento de Bienestar de los Seres Sintientes de Saltillo (Gobierno Municipal de Saltillo, 2025). La LDSS establece obligaciones para los ayuntamientos, entre ellas destinar “fondos para fines de seguridad, orden público, bienestar de los seres sintientes y prevención” (CECZ, 2023).

El derecho puede operar como un dispositivo que reduce la interpretación y clausura espacios de lucha por los derechos (Bilański, 2018). Asimismo, los medios convencionales y el discurso público continúan reproduciendo la ideología especista y la jerarquización ontológica entre lo humano y lo animal (Carreras & Fernández, 2025), el binarismo humano/animal, y la instrumentalización de los cuerpos no humanos (Fernández Aguilera, 2017). Desde esta lógica, la comunicación mediática, articulada con marcos utilitaristas y capitalistas, distorsiona o invisibiliza las realidades de diversas especies y consolida una “iconografía de la opresión” animal (Fernández, 2021). El reconocimiento legal no basta para dismantlar la violencia estructural si no se acompaña de cambios sociocomunicativos (Vega Rodríguez, 2017); también es necesario que los medios de comunicación participen en la formación de la opinión pública sobre las relaciones interespecie (García Rodríguez, 2020).

Este artículo tiene como objetivo analizar críticamente, desde una perspectiva multimodal del discurso, las representaciones mediáticas de los seres sintientes y del activismo antiespecista en la prensa digital de Coahuila, México. El análisis realizado en piezas periodísticas y entrevistas se centra en los estratos de discurso, diseño, producción y distribución. A partir de ellos, se identifican encuadres, recursos textuales y visuales, metáforas multimodales, jerarquías de visibilidad y exclusiones. Estas dimensiones permiten examinar cómo se construye y disputa públicamente el sentido de la sintiencia animal.

2. Marco teórico y estado del arte

La jurisprudencia latinoamericana ha transitado de enfoques humanitaristas hacia un paradigma basado en la sintiencia. Este paradigma reconoce a los animales como individuos con intereses propios y cuestiona su tratamiento jurídico como bienes subordinados al interés humano (Carrasco-Guadalupe & Redrobán-Barreto, 2025; Martínez Chaves, 2024; Padilla Villarraga, 2018). Este desplazamiento introduce la noción de subjetividad jurídica animal. El reconocimiento legal de la sintiencia puede adquirir un carácter simbólico cuando las instituciones, los medios y las prácticas sociales continúan reproduciendo marcos especistas y patrimoniales (Padilla Villarraga, 2018; Vega Rodríguez, 2017).

Desde los Estudios Críticos Animales y de los Medios de Comunicación (CAMS), el lenguaje y los medios funcionan como dispositivos de violencia en el plano simbólico y sostienen formas de legitimación del especismo (Carreras & Fernández, 2025; García Rodríguez, 2020). En ese marco, el debate jurídico y filosófico muestra un desplazamiento desde posturas centradas en el bienestar hacia un paradigma de derechos con base en la sintiencia (Díez Spelz, 2022; Padilla Villarraga, 2018).

Por otra parte, la prensa reproduce un sesgo carnista y especista que cosifica a los animales en relaciones de explotación (García Rodríguez, 2020). La cobertura periodística recoge con frecuencia los marcos discursivos de grupos de interés vinculados con industrias de entretenimiento, experimentación y alimentación basada en animales que recurren al cabildeo y a la mercantilización de la compasión para sostener sus intereses y oponerse a límites legales (Aranceta-Reboredo & Moreno, 2025; Moreno, Díaz, et al., 2026; Moreno, Fernández, et al., 2026).

La crítica del especismo desde los estudios del discurso requiere examinar el léxico, la visualidad y los encuadres. La representación mediática de los animales mediante eufemismos y cifras de producción que omiten su individualidad contribuye a la reproducción de la violencia especista y desplaza los debates morales sobre su explotación (García Rodríguez, 2020; Zamorano Enríquez, 2024). Esta representación opera desde la censura y saturación de clichés que excluye de la esfera pública las experiencias de las víctimas animales (Zamorano Enríquez, 2024). Carreras y Fernández (2025) señalan que la representación dominante se caracteriza por el silenciamiento e invisibilización de las realidades que sufren los animales. Esta violencia simbólica se materializa en el lenguaje. Por ejemplo, García Rodríguez (2020) demuestra cómo la prensa, al reportar sobre animales considerados “de granja”, utiliza una terminología cosificadora que los reduce a recursos económicos sin individualidad y capacidad de sentir.

El activismo recurre a imágenes de violencia explícita como recurso de shock moral para movilizar y producir conciencia, aunque estas prácticas enfrentan campañas de desprestigio impulsadas por contra-movimientos corporativos (Fernández, 2021). La jurisprudencia latinoamericana registra fallos de orientación biocéntrica que reconocen a los animales como sujetos de derechos, pese a que los ordenamientos jurídicos mantienen su tratamiento como propiedad (Carrasco-Guadalupe & Redrobán-Barreto, 2025; Martínez Chaves, 2024).

Fernández (2021) y Fernández Aguilera (2017) describen el uso de imágenes de violencia animal como estrategia para romper la disonancia cognitiva del público. Estas imágenes confrontan la distancia entre el consumo cotidiano y la explotación animal a través del *shock moral* para visibilizar agresiones institucionalizadas y movilizar a nuevas personas activistas. Sin embargo, su uso reiterado implica riesgos como “fatiga por compasión” o rechazo en la audiencia. Por ello, los movimientos animalistas han debatido y diversificado sus estrategias visuales. Rivera Martín (2023) identifica variables de persuasión visual orientadas a legitimar el discurso de reconocimiento de derechos, entre ellas se encuentran las infografías, los testimonios y los discursos educativos.

Calderón Torres (2016) señala que los medios desplazan el maltrato animal desde las sombras hacia la agenda pública. Este proceso ocurre mediante la jerarquización de los temas y puede incidir en debates políticos y legislativos. Duque Arteaga (2016) muestra que la prensa suele recurrir a estrategias de polarización y asocia el bienestar animal con valores como progreso y humanismo. Estas asociaciones apelan a información sensible para generar empatía en la audiencia. Vega Rodríguez (2017) advierte que la cobertura del maltrato suele vincularse con la violencia interpersonal y con el deterioro del tejido social.

El Análisis Crítico del Discurso permite reabrir la discusión pública para cuestionar narrativas hegemónicas que eluden la dimensión ética del problema. Esta perspectiva resulta pertinente porque la validación pública de un sujeto de consideración moral depende, en gran medida, de su visibilidad. En contraste, su ausencia, silenciamiento o cosificación constituye una forma de borrado simbólico (Carreras & Fernández, 2025).

3. Objetivos y metodología

Esta investigación analiza críticamente la construcción del discurso multimodal en torno a los animales no humanos reconocidos normativamente como “seres sintientes”, y también examina la representación del activismo antiespecista en la prensa digital de Coahuila. El estudio se organiza en tres objetivos específicos. Primero, identificar las agendas y los encuadres periodísticos predominantes. Segundo, examinar cómo se presenta el discurso en los estratos de discurso, diseño, producción y distribución. Tercero, reconocer las posturas ontológicas y discursivas dominantes sobre los animales no humanos, contruidos como recurso, víctima o sujeto.

La investigación se inscribe en un paradigma cualitativo e interpretativo, en concreto a través del análisis crítico del discurso. Desde esta perspectiva, el discurso no refleja la realidad de forma neutral; por el contrario, produce, reproduce y desafía relaciones de poder, jerarquías simbólicas y formas de violencia cultural (Van Dijk, 1990). El estudio también incorpora el análisis multimodal del discurso que permitió analizar cómo se construye el significado mediante la relación entre texto, imagen, fuentes, géneros periodísticos y condiciones de circulación digital. Su ventaja metodológica consiste en no reducir el análisis a las palabras. Permite observar cómo los medios producen sentido mediante titulares, fotografías, pies de imagen, metáforas visuales, omisiones y jerarquías de visibilidad. El análisis se organizó en cuatro estratos: discurso, diseño, producción y distribución (Polanco Martínez & Yúfera Gómez, 2015). El estrato de discurso consta de las formas verbales de representación. En este nivel se analizaron léxicos, categorías, encuadres, actores, fuentes citadas y posturas ontológicas sobre los animales no humanos. El estrato de diseño es la organización multimodal del mensaje. En este nivel se revisó la relación entre titulares, textos, fotografías, pies de imagen y recursos visuales. En el estrato de producción se incluyen las fuentes utilizadas, las rutinas periodísticas visibles y la dependencia de boletines, declaraciones oficiales, denuncias ciudadanas o redes sociodigitales. En el estrato de distribución se consideraron el medio, la disponibilidad web y las formas explícitas de conexión con redes sociales cuando aparecieron en las piezas analizadas. Adicionalmente, las metáforas multimodales son un mecanismo semiótico en el que origen y llegada se construyen mediante modos sígnicos combinados, lo que permite comprender un fenómeno, generalmente abstracto, a partir de otro más concreto, aprovechando el potencial específico de cada modalidad para producir significado (Pardo Abril, 2012; Forceville, 2009, como se citó en Cárcamo Morales, 2018).

El corpus estuvo integrado por dos bloques principales. El primero incluyó 91 piezas periodísticas publicadas en medios digitales de Coahuila. El segundo estuvo conformado por 10 entrevistas estructuradas con mujeres activistas. Las piezas periodísticas fueron recuperadas de los sitios web de medios coahuilenses. Se incluyeron publicaciones de *El Siglo de Torreón*, *El Diario de Coahuila* y ediciones regionales de *Zócalo* en Acuña, Monclova, Piedras Negras y Saltillo.¹ El periodo de selección abarcó de diciembre de 2023 a febrero de 2026. La fecha inicial corresponde a la promulgación de la LDSS. La búsqueda se realizó con los lexemas animal- y sintient- en los buscadores internos de cada diario digital. Se excluyeron piezas duplicadas, textos sin acceso completo y menciones incidentales que no desarrollaban una representación relevante de los seres sintientes.

1. El Siglo de Torreón (1922) cubre la región Laguna, en Coahuila y Durango <https://www.elsiglodetorreon.com.mx>. Grupo Zócalo (1965) tiene presencia en las regiones Norte, Centro y Sureste del estado: <https://www.zocalo.com.mx>. El Diario de Coahuila (1984) opera desde Saltillo: <https://eldiariodecoahuila.com.mx> fue fundado por Luis Horacio Salinas, abuelo materno de Manolo Jiménez Salinas, gobernador de Coahuila. Esta precisión no implica asumir una línea editorial oficialista.

Para cada pieza periodística se sistematizaron medio, fecha, autoría, región, título, tema principal, especies mencionadas, actores citados, fuentes institucionales o civiles, encuadre dominante, recursos visuales y postura ontológica atribuida al animal. También se registraron ausencias significativas.

Las entrevistas se realizaron durante enero y febrero de 2026. Se utilizó un muestreo por conveniencia con criterio de sujetos típicos seleccionados por su presencia en las piezas periodísticas. Participaron Claudia Leza, de Amor por los Animales; Argentina Carrillo, de la Defensoría Animalista Laguna; Patricia Ramos, del colectivo CAYAC; Ana Laura Márquez Cervantes, de Fundación Milma A.C.; Alma Salinas Barrón, de ADAC Alianza por los Derechos de los Animales de Coahuila A.C.; Diana Esther Martínez Cárdenas, de Estrellas de Esperanza A.C.; una representación institucional de Acción y Rescate Saltillo; Liliana Coronado Limón; Paola Rodríguez Salazar; y una activista que solicitó anonimato. En este último caso se empleó el pseudónimo Catalina.

La entrevista estructurada integró cinco ejes analíticos. El primero abordó la narrativa sobre la sintiencia como categoría ética y jurídica. El segundo exploró el impacto de la denuncia digital en la percepción pública del activismo. El tercero se centró en las estrategias educativas ante la reforma constitucional en materia de protección animal. El cuarto eje caracterizó la representación del activismo frente a los procesos de institucionalización. Su propósito fue identificar si las asociaciones actuaban como aliadas técnicas, gestoras de crisis o como grupos de presión política. El quinto eje abordó la comunicación orientada a desnormalizar la violencia interespecie. También permitió explorar el lugar del valor intrínseco de la vida animal desde una perspectiva biocéntrica.

El procedimiento analítico se desarrolló en tres fases. La primera fue una codificación abierta para identificar definiciones, frases periodísticas, categorías usadas para nombrar a los animales, fotografías, actores sociales, fuentes y expresiones relevantes de las entrevistas. La segunda fue una codificación axial para agrupar en agendas, encuadres, especies representadas, estrategias comunicativas, metáforas multimodales, alianzas institucionales y formas de capital simbólico. La tercera fue una codificación transversal para comparar los hallazgos del corpus periodístico con las entrevistas.

La codificación transversal permitió la triangulación de los ejes analíticos de la entrevista con los distintos estratos del discurso multimodal. Se revisaron las fuentes usadas por la prensa, los modos de presentar la información, los actores con capacidad de enunciación, los recursos textuales y visuales, las formas de distribución digital, el uso de redes sociodigitales y las estrategias comunicativas del activismo. En esta fase también se analizaron las posturas ontológicas mediante las cuales se constituye discursivamente al ser sintiente, ya sea como recurso, víctima, sujeto de derecho, integrante familiar o vida protegible. También se identificaron las tensiones entre el activismo antiespecista y la estructura social que condiciona la disputa pública por el reconocimiento de la sintiencia animal.

Finalmente, el análisis se realiza desde un posicionamiento situado. Las personas autoras habitamos en el estado de Coahuila y nos desempeñamos como personal docente e investigador en Ciencias de la Comunicación. Nuestras trayectorias académicas articulan enfoques de Estudios Culturales, Ciencia Política y Psicología Sistémica. En términos de relación con la causa animal, no nos identificamos como activistas. Sin embargo, las tres compartimos una trayectoria de promoción de los derechos

humanos desde la educación superior. Este posicionamiento permite explicitar los límites, afinidades y distancias éticas que orientan la interpretación del corpus.

4. Resultados

Los resultados se estructuran en torno a las agendas predominantes que logran visibilidad en la prensa local, las tensiones entre las posturas ontológicas y epistemológicas subyacentes, las dinámicas de invisibilización de especies y la sobrerrepresentación de las categorías domésticas.

4.1. Agendas y encuadres de los seres sintientes

La cobertura sobre la nueva realidad jurídica de los animales se concentra en casos de crueldad extrema y en acciones de rescate, con énfasis en hechos de maltrato contra perros que adquieren visibilidad por su impacto social (p. ej., Acosta, 2025b; Durón, 2025; GZ, 2025b). En el plano multimodal, estas notas suelen acompañarse de fotografías que refuerzan la figura de la víctima; véase el caso de Martínez (2023) o el de GZ (2025b), con imágenes de altares con velas y carteles de exigencia de justicia, u otros casos de perros bajo atención veterinaria. También, la prensa articula una relación directa entre el maltrato animal y otras formas de violencia en el entorno doméstico, por ejemplo, contra las personas adultas mayores (Acosta, 2025a).

La agenda mediática construye un reconocimiento público al Congreso por impulsar reformas dirigidas a “fomentar las condiciones para el trato digno de todas las especies” (Ampudia, 2023, párr. 1). Este encuadre se refuerza mediante recursos visuales que asocian la protección animal con la eficacia gubernamental y la articulación entre instituciones y sociedad civil, como las fotografías de instalaciones con jaulas limpias (Ampudia, 2024b) o la exhibición del quirófano móvil en la Ruta Recreativa de Saltillo, identificado con logotipos oficiales y de asociaciones civiles, como representación visual de una sinergia político-ciudadana orientada a la esterilización (Casas, 2025e). El discurso periodístico presenta la protección animal como un logro gubernamental, un avance humano (EDC, 2025) y una forma de ordenar la sensibilidad y el amor hacia los animales (GZ, 2025a).

La prensa da seguimiento a iniciativas legislativas y a procesos de adecuación normativa vinculados con la protección de los animales de compañía, por ejemplo, exhortos de diputados a que se “instrumenten beneficios, a personas rescatistas independientes y asociaciones” (Ampudia, 2024^a párr. 2), la creación y actualización de reglamentos municipales (GZ, 2025f). También se apoya en la visibilización de infraestructura y servicios institucionales, como el Centro de Bienestar Animal de Monclova, acompañadas de imágenes de personal veterinario en quirófanos que refuerzan una representación ligada a la salubridad y al control institucional del bienestar animal (Casas, 2025c, 2025d).

Por otro lado, las activistas Alma Salinas y Diana Martínez señalan que la prensa privilegia el maltrato visible, pero deja de lado la formación social sobre los derechos de los animales antes de que ocurran los hechos denunciados (Salinas, comunicación personal, 30 de enero de 2026, No. 1, párr. 1-2; Martínez, comunicación personal, 10 de febrero de 2026, No. 1, párr.2). Esta orientación también se observa en reportajes sobre las rutas institucionales de denuncia, donde se subraya que, pese a la existencia de leyes, los procedimientos resultan confusos incluso para personas activistas

(Casas, 2025b). Las imágenes que acompañan estas publicaciones muestran a elementos de la Policía Ambiental trasladando perros en jaulas, lo que produce una representación ambivalente pues la autoridad aparece como instancia de intervención, pero el animal permanece asociado al encierro y la vulnerabilidad.

4.2. Estratos de elaboración del discurso multimodal

En el plano discursivo, la LDSS introduce un cambio nominativo orientado a desplazar la idea de propiedad e imponer categorías de respeto, giro que la prensa recupera al registrar obligaciones precisas (Martínez, 2022). Sin embargo, el lenguaje periodístico mantiene una diferenciación entre especies: para los animales de compañía utiliza expresiones afectivas en diminutivos como “peluditos callejeros” o “lomitos” (Valencia, 2024 párr. 7, 2025, párr. 1), mientras que para los animales de laboratorio recurre a un léxico utilitarista que los vincula con fines experimentales “producción, reproducción, crianza, manutención, distribución, experimentación, investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación, pruebas de laboratorio y enseñanza” (Sandoval, 2025, párr. 3). Desde el activismo, esta diferencia léxica se considera insuficiente para transformar la consideración moral de los animales, pues, como advierte Paola Rodríguez, pese al uso del término sintiente, la sociedad sigue percibiendo a otras especies como inferiores (comunicación personal, 29 de enero de 2026, No. 1, párr. 2).

En el estrato del diseño, las imágenes organizan la jerarquía moral de los animales al reforzar la sobrerrepresentación de las especies domésticas mediante fotografías que las sitúan como integrantes del espacio familiar (Valencia, 2025) o de actividades públicas de convivencia (GZ, 2025c; GZ, 2025d), como retratos de parejas con sus mascotas en casa (Quiroz, 2025). En contraste, la cobertura del maltrato científico recurre a imágenes de ratones hacinados tras mallas metálicas con lo que consolida una representación ligada al encierro (Sandoval, 2025). En el ámbito del entretenimiento, esta cosificación se expresa mediante imágenes de un caballo introducido en un bar y utilizado como parte de la experiencia recreativa de los clientes (GZ, 2025e). Frente a la circulación de estas representaciones, las personas activistas advierten que la reproducción acrítica de imágenes de violencia puede normalizar el maltrato (Salinas, comunicación personal, 30 de enero de 2026, No. 1, párr. 2; Catalina, comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 1, párr. 3; Coronado, comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 2, párr. 1).

En el estrato de producción, la protección animal se configura como un capital discursivo asociado al progreso institucional. Las rutinas periodísticas y las condiciones de producción determinan quiénes adquieren voz autorizada para definir los problemas relacionados con los seres sintientes, pues las noticias suelen construirse a partir de declaraciones, boletines y acciones de dependencias gubernamentales, ayuntamientos y órganos legislativos (Ampudia, 2023; EDC, 2025; Valdés, 2025). Desde estas fuentes, la prensa reproduce disposiciones normativas y pautas de conducta sobre esterilización, vacunación, reproducción y tutela responsable, como la referencia al artículo 22 de la Ley de Protección y Trato Digno de los Seres Sintientes (Pérez, 2025a), al artículo 14 sobre las obligaciones municipales o a la Guía del Tutor Responsable de la Secretaría del Medio Ambiente (Valencia, 2024). Asimismo, las campañas, carreras, inauguraciones e inversiones en infraestructura son presentadas como evidencias de sensibilidad, orden y eficacia gubernamental (EDC, 2025;

GZ, 2025a, 2025d, 2025f), mientras las organizaciones civiles aparecen principalmente como colaboradoras de las iniciativas institucionales y no como voces capaces de cuestionar sus alcances.

En el estrato de distribución, una vez producidas, las piezas periodísticas se publican inicialmente en el sitio web del medio y se organizan territorialmente según su ámbito de referencia: en Grupo Zócalo, las noticias sustentadas en declaraciones de autoridades estatales o boletines institucionales suelen aparecer bajo la edición Zócalo Saltillo, correspondiente a la capital del estado, mientras que los asuntos municipales se canalizan hacia ediciones regionales como Zócalo Monclova, Acuña o Piedras Negras; de manera semejante, El Siglo de Torreón concentra su circulación en el área metropolitana de La Laguna. Posteriormente, las notas se comparten en las páginas de Facebook de los medios mediante una publicación que generalmente conserva la fotografía principal, el titular y la entrada, con lo cual el contenido se adapta a una lógica de circulación basada en la visibilidad, la interacción y la posibilidad de ser compartido, antes de incorporarse también a la edición impresa del diario. Esta amplificación digital es valorada de manera ambivalente por las activistas: para Acción y Rescate Saltillo permitió ampliar las “ventanas de exhibición” del activismo (comunicación personal, 11 de febrero de 2026, No. 4, párr. 12), y Claudia Leza reconoce que formalizar la difusión de sus rescates en redes sociales permitió llamar la atención pública, aunque advierte que la circulación ligera de ciertas fotografías puede normalizar el maltrato o favorecer su monetización (comunicación personal, 28 de enero de 2026, No. 8, párr. 2-3). En el mismo sentido, Diana Martínez señala que la “explosión de información” en redes puede reforzar tratamientos sensacionalistas que reducen al ser sintiente a la condición de víctima (comunicación personal, 10 de febrero de 2026, No. 1, párr. 2).

La integración de los estratos anteriores da lugar a tres metáforas multimodales: el animal como sustituto filial, el héroe asistencial y la cosificación tolerada. En primer lugar, al fusionarse los textos con imágenes hogareñas de perros sentados en sillones, la prensa construye una metáfora donde el animal ya no es mascota, sino el receptor directo del capital afectivo, ocupando el vacío filial humano. Por otra parte, la prensa exalta a las rescatistas de forma individualizada a través de un léxico de sacrificio con imágenes de auxilio físico, enmarcando al activismo puramente como una labor de piedad compasiva, marginando discursivamente su peso político y exigencia de derechos. Finalmente, el uso de animales para entretenimiento y cabalgatas revela uno de los choques más evidentes entre la ley y la práctica social: el ser sintiente continúa siendo tratado como objeto de consumo, burla y espectáculo.

4.3. Posturas ontológicas y discursivas sobre los seres sintientes

La categoría de ser sintiente no se distribuye de manera homogénea entre las especies, sino que opera mediante una selectividad que sobrerrepresenta a perros y gatos y desplaza la sintiencia de animales considerados de granja, de experimentación y de fauna silvestre. Por ejemplo, la prensa documenta conflictos de pareja en los que la separación deriva en disputas por la custodia de “perrhijos” o “gathijos”, y existen desacuerdos sobre el vínculo afectivo o la responsabilidad en los gastos veterinarios (Quiroz, 2025; Valencia, 2023). En estos casos, la LDSS funciona como base para que la autoridad judicial determine la custodia a partir de pruebas como cartillas de vacunación y fotografías, bajo el criterio de priorizar el bienestar del animal y reconocer que no se trata de cosas, sino de seres afectados por la ruptura del núcleo familiar.

Las personas rescatistas que entrevistamos advierten que el reconocimiento legal permanece anclado en una empatía antropocéntrica centrada en las especies consideradas mascotas y plantean la necesidad de ampliar la narrativa hacia todas las especies. Diana Martínez sostiene que “se tiene que visibilizar al ser sintiente más allá de las personas que tenemos mascotas” (comunicación personal, 10 de febrero de 2026, No. 1, párr. 5), mientras Catalina afirma que la vía de concientización más efectiva consiste en “hacerle saber el valor que tiene la vida” (comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 4, párr. 1) desde un enfoque biocéntrico, orientado al reconocimiento del valor intrínseco de todos los animales. Esta limitación se observa, por ejemplo, en el ámbito del entretenimiento, donde persisten formas de cosificación asociadas al consumo, como en el caso de un equino exhibido en un espacio urbano marcado por ruido, luces y prácticas recreativas, hasta que el maltrato alcanzó relevancia penal (GZ, 2025e).

Otro de los hallazgos es que el reconocimiento de la sintiencia animal enfrenta resistencias sustentadas en visiones religiosas que subordinan moralmente a los animales frente a los seres humanos. El periodismo incorpora estas posturas, como la del religioso Eduardo Pacheco, quien expresa una aceptación condicionada del cuidado animal al señalar:

Desde luego que los cristianos estamos a favor del cuidado a los animales, pero creemos que todo ese esfuerzo debería de enfocarse en legislar en favor de cómo proteger de mejor manera la vida de los niños de Coahuila y garantizarles el derecho más valioso, el derecho a vivir. (González, 2025, párr. 8)

De acuerdo con las entrevistadas, la autoridad científica no se rechaza, sino que se reconoce como complemento del saber empírico construido en el rescate y cuidado de los animales. Claudia Leza expresa esta relación de apoyo al afirmar: “yo respeto mucho a los veterinarios, [...] son un complemento para mi rescate” (comunicación personal, 28 de enero de 2026, No. 8, párr. 3). Las personas rescatistas cuestionan la forma en que el periodismo construye el problema, pues consideran que ofrece una epistemología superficial, centrada en el maltrato extremo, el rescate y el “impacto emocional sin generar empatía”, como advierte Catalina (comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 1, párr. 1). En la misma línea, Paola Rodríguez señala que este tratamiento impide comprender la sintiencia en toda su complejidad, al reducir el cuidado animal a una práctica aparentemente sencilla: “La mayoría de la gente piensa que es algo muy fácil, porque cuidas perritos” (comunicación personal, 29 de enero de 2026, No. 4, párr. 1).

Así, el activismo asume una función pedagógica al buscar trasladar su saber testimonial hacia espacios institucionales y académicos. Acción y Rescate Saltillo refiere su participación en actividades formativas como una vía para transformar una visión social aún moldeada por paradigmas previos: “para llegar a la mente de los adultos” (comunicación personal, 11 de febrero de 2026, No. 3, párr. 4). Claudia Leza subraya la necesidad de convertir el conocimiento empírico del rescate en conocimiento documentado y académico, al sostener que “es muy importante que las universidades, que los maestros, que los doctores, que los investigadores tomen también el tema con seriedad” (comunicación personal, 28 de enero de 2026, No. 8, párr. 3). Las activistas también cuestionan la aparente armonía del discurso gubernamental y denuncian una apropiación utilitaria de la causa animal. Liliana Coronado sostiene que la adopción de la terminología legal responde a un cálculo electoral en “campanas políticas que han aprovechado la ventaja del movimiento animalista, que se permea mucho en la sociedad” (comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 4, párr. 1). Paola

Rodríguez plantea que el Estado descarga en la sociedad civil responsabilidades que le corresponden (comunicación personal, 29 de enero de 2026, No. 4, párr. 1).

Esta percepción entra en tensión con la representación mediática en la que gobierno y asociaciones aparecen, visual y textualmente, trabajando “en equipo” (EDC, 2025 párr. 14). Lo anterior evidencia una distancia entre la imagen pública de colaboración institucional y la experiencia de quienes sostienen cotidianamente el trabajo de rescate y atención animal. El colectivo Acción y Rescate Saltillo señala que, en el imaginario colectivo, su papel queda reducido al de prestadores de servicios gratuitos: “la imagen que se tiene de las asociaciones y de los rescatistas independientes es básicamente como solucionadores de un problema que la mayor parte de las personas siente no es suyo” (comunicación personal, 11 de febrero de 2026, No. 4, párr. 2). Las entrevistadas muestran que la causa animal también ha ingresado al terreno institucional desde el activismo. Claudia Leza, de Amor por los Animales, relata su tránsito del activismo de calle a cargos públicos como regidora y diputada local, ante la necesidad de dar seguimiento efectivo a estas agendas: “descubrí que a veces solamente quedaba en una fotografía y ahí nos dejaban” (comunicación personal, 28 de enero de 2026, No. 5, párr. 1).

A grandes rasgos, el capital político de los seres sintientes se configura como un campo de disputa en doble vía: mientras el gobierno lo utiliza en la prensa para proyectar sensibilidad mediante eventos y actos públicos, el activismo organizado exige su traducción en presupuestos vinculantes, fiscalías especializadas y regulación de las asociaciones. Fundación Milma afirma que su labor no se reduce al apoyo operativo: “También impulsamos cambios en las leyes [...] El activismo no es solamente rescate, es una forma legítima de participación social” (comunicación personal, 10 de febrero de 2026, No. 4, párr. 1). Catalina advierte que las asociaciones son “actores clave para impulsar el cambio legal” (comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 3, párr. 1), mientras que Patricia Ramos sintetiza esta disputa al señalar que también se les reconoce como “grupos de presión política necesarios para el avance” (comunicación personal, 29 de enero de 2026, No. 4, párr. 1).

La prensa construye una metáfora multimodal de heroicidad y sacrificio en torno al activismo animalista, por ejemplo, perfiles como el de la activista Zulema, de quien se menciona “no necesita uniforme ni placas para actuar ante una emergencia” (Casas, 2025a, párr. 2). Esta representación heroica se complementa con testimonios que evidencian la transferencia de cargas económicas y operativas hacia las rescatistas, quienes absorben gastos que no les corresponden (Acosta, 2025a). Paola Rodríguez advierte que los medios de comunicación y las redes sociales intensifican esa presión, pues “empujan a la gente a hacer mucha más presión a asociaciones [...] la gente empieza a pensar que ellos tienen todos los recursos [...] tiempo, espacio, balance emocional” (comunicación personal, 29 de enero de 2026, No. 4, párr. 1).

No obstante, el reconocimiento político de los animales, persisten tensiones en torno a su categorización histórica como bienes de consumo y recursos productivos. Fuera del entorno doméstico, el discurso aún los ubica como capital científico, económico o de entretenimiento. En el ámbito de la investigación, la prensa refiere el uso de animales con fines “experimentales, de enseñanza o pruebas de control” (Sandoval, 2025, párr. 1). En el plano comercial, la LDSS establece que los establecimientos dedicados a la “venta y crianza” deben estar bajo la responsabilidad de un médico veterinario certificado, además de contar con registro de salud e identificación (CECZ, 2023).

Sin embargo, la prensa advierte que “la reproducción ilegal de animales sigue siendo un problema”, pues favorece la sobrepoblación y la obtención de ganancias a costa de los animales (Pérez, 2025b).

Esta tensión también aparece en el contexto veterinario y ganadero. Liliana Coronado sostiene que las leyes suelen fracasar porque son “demasiado románticas” y “chocan mucho con los otros grupos que tienen que ver con el bienestar animal como veterinarios, como adiestradores, como criadores, como productores, ganaderos” (comunicación personal, 31 de enero de 2026, No. 4, párr. 2). En la misma línea crítica, Diana Martínez concluye que, mientras persista la atribución de un “mero valor pecuario” a los animales, no será posible construir una intersubjetividad ética real (comunicación personal, 10 de febrero de 2026, No. 1, párr. 2).

El activismo identifica otra forma de explotación animal: la monetización de la violencia en plataformas sociodigitales. Claudia Leza y Liliana Coronado advierten que el funcionamiento algorítmico incentiva este mercado del horror, al favorecer la circulación de contenidos violentos que generan interacción y visibilidad. Esta lógica alcanza expresiones extremas, como lo muestra la denuncia periodística sobre el grupo de Facebook “Mundo Zoo”, en el que se compartían materiales que incitaban a prácticas de zoofilia con perros, conducta sancionada por el Código Penal de Coahuila (Castro, 2025).

La dimensión social del discurso evidencia una sobrerrepresentación de las especies domésticas, incorporadas como capital socioafectivo en el espacio familiar y comunitario. En la cobertura mediática, este cambio se expresa en la decisión creciente de tener “seres sintientes más que hijos” así como en retratos familiares donde perros y gatos aparecen integrados al hogar (Valencia, 2023, párr. 5). Esta reconfiguración se articula con propuestas para sustituir la figura de propiedad por la de “beneficiarios” con obligaciones hacia los animales (Martínez, 2022, párr. 4). A su vez, el reconocimiento del *ser sintiente comunitario* en la LDSS amplía esta lógica hacia el espacio vecinal, donde los animales en situación de calle son alimentados, atendidos y esterilizados por la comunidad, lo que fortalece vínculos de cooperación y cuidado colectivo (CECZ, 2023; Acción y Rescate Saltillo). Esta integración también se proyecta en eventos públicos como el “Dog Run 3K”, cuya representación fotográfica consolida un encuadre de convivencia entre personas y animales de compañía (GZ, 2025d).

Los animales también funcionan como capital cultural asociado a tradiciones y prácticas de arraigo social, aunque atravesadas por tensiones desde el paradigma de la sintiencia. Las cabalgatas, por ejemplo, son representadas como “parte del patrimonio identitario del pueblo coahuilense” (Acosta, 2025c), pero su defensa legislativa se ve obligada a incorporar llamados al bienestar, al respeto y al reconocimiento de los caballos. Esta tensión se intensifica frente a otras prácticas festivas, como el uso de pirotecnia, cuestionado por los daños auditivos y nerviosos que provoca en los animales. En este caso, las voces defensoras sostienen que se trata de una tradición que “quedó en la historia”; aun así, cada fin de semana es común escuchar pirotecnia en eventos sociales (Acosta, 2025d, párr. 4), mientras el activismo denuncia las tradiciones que subordinan la vida animal.

5. Discusión

A continuación, se discute la disputa simbólica sobre el reconocimiento de los animales como seres sintientes en Coahuila: en primer lugar, las posturas ontológicas y tensiones frente a su representación antropocéntrica; posteriormente, se analiza la noción de capital como herramienta crítica para identificar su instrumentalización política, económica, cultural y social. Luego, se contrastan los encuadres de la prensa y del activismo, con el uso de testimonios, recursos visuales, lenguaje afectivo y metáforas multimodales. Finalmente, se aborda la jerarquización interespecie que privilegia a algunos animales considerados de compañía.

La Figura 1 muestra que la disputa simbólica sobre los seres sintientes en Coahuila se construye a partir de una tensión entre marcos ontológicos, epistemológicos y comunicativos. Desde la producción normativa, institucional y civil se generan recursos que son reinterpretados en el diseño de mensajes periodísticos y activistas, donde aparecen encuadres emocionales, testimoniales, visuales y estratégicos. Estos mensajes producen sentidos sobre el valor de los animales: como capital político, económico, cultural, familiar o comunitario. A través de metáforas multimodales —el animal como sustituto filial, el héroe asistencial o la cosificación tolerada— se evidencian las contradicciones entre una visión antropocéntrica, que subordina la vida animal al interés humano, y una visión biocéntrica, que reconoce su valor social y moral. Así, el conflicto trasciende el terreno jurídico y se presenta en la cobertura periodística, la acción activista y las formas culturales mediante las cuales una sociedad decide qué vidas protege, cuáles instrumentaliza, invisibiliza y cuáles sigue dejando en disputa.

Figura 1

Estratos de producción, diseño, metáforas multimodales, ontología y epistemología en la disputa simbólica sobre los seres sintientes en la prensa digital y el activismo en Coahuila



Fuente. Elaboración propia.

La multimodalidad del discurso activista que integra testimonios emocionales, evidencia gráfica e interpelación directa se erige como una praxis de resistencia orientada a deconstruir el antropocentrismo normativo, exigiendo que el reconocimiento jurídico de la “sintiencia” trascienda el papel y transforme de manera efectiva y biocéntrica las relaciones interespecie en la sociedad.

La adopción de la noción de “capital” en este texto no implica una aceptación de que el valor de los animales sea reductible a su utilidad. Por el contrario, tanto la noción de “capital humano” de Foucault (2008) que induce a las personas a pensarse como empresas evaluables, como el análisis de Lohmann (2012) que muestra cómo se transforman procesos ecológicos en unidades contables, permiten emplear la metáfora del capital en los seres sintientes para revelar los mecanismos de poder y las inequidades subyacentes.

El capital opera como una herramienta analítica para observar cómo se instrumentaliza el estatus de ser sintiente. En el plano político, permite identificar cómo instituciones y legisladores utilizan la protección animal para proyectar sensibilidad pública y legitimar agendas gubernamentales, sin modificar necesariamente los modelos productivos. En el plano económico, permite evidenciar la monetización de la crueldad en redes sociodigitales y la resistencia de industrias agropecuarias, científicas o de entretenimiento. En el plano cultural, muestra cómo ciertas tradiciones y rituales mantienen prácticas que normalizan la violencia contra los animales. En el plano social, permite observar cómo el activismo convierte la defensa animal en redes de cohesión comunitaria, presión pública y participación legítima.

Las activistas sostienen una postura ontológica inequívoca: los animales son individuos con derechos propios, poseedores de un sistema nervioso complejo, capacidad emocional y un instinto de supervivencia que los aleja definitivamente del estatus de cosa. Esta visión coincide con lo que Padilla Villarraga describe como el esfuerzo del derecho contemporáneo por iniciar “una reconstrucción del animal como sujeto individual y dotado de valor inherente” (2018, p. 37). En contraste, la prensa local mantiene una ontología ambivalente: aunque los medios han comenzado a incorporar el término “ser vivo consciente” o “sujeto de tutela legal”, su discurso recae frecuentemente en debates que subordinan la personalidad jurídica animal a los intereses humanos.

Las posturas epistemológicas revelan desde qué sistemas de conocimiento se valida el discurso sobre los animales. En este caso, la prensa aborda a los seres sintientes predominantemente desde un enfoque antropocéntrico, utilitario y zootecnológico. Así, los problemas animales suelen filtrarse a través de los saberes de la seguridad pública y la sanidad humana, por ejemplo, mediante la prevención de zoonosis, o bien desde la regulación económica de espectáculos como cabalgatas y corridas de toros. Por su parte, la epistemología del activismo incorpora saberes de la psicología y la criminología para establecer el vínculo entre el maltrato animal y la violencia social humana. De este modo, el activismo no solo aboga por la protección de los animales, sino que plantea una reeducación intersubjetiva orientada a cuestionar las bases de la violencia estructural y a ampliar el reconocimiento ético de los seres sintientes.

La cobertura de perros y gatos muestra un uso recurrente de lenguaje afectivo, como “lomitos”, “peluditos” o “perrhijos”, que concentra la atención estética y emocional en los animales de compañía. Esta centralidad contribuye a invisibilizar a los animales considerados de granja, de producción, de trabajo, de laboratorio y a la fauna silvestre, frecuentemente reducidos a bienes de

abasto, recursos productivos o plagas. Aunque el activismo cotidiano suele estar absorbido por el problema del “perro callejero” y por casos de lesiones visibles, su agenda discursiva busca romper ese cerco mediático para ampliar el reconocimiento de la sintiencia hacia todas las especies, incluidas aquellas que no encajan en el ideal doméstico, familiar y adoptable.

El activismo local busca romper el monopolio del encuadre asistencialista para instaurar un encuadre biocéntrico y de derechos intrínsecos. Las activistas centran su agenda en la necesidad de transformar la educación, señalar las omisiones de las autoridades y exigir que la sintiencia animal se traduzca en políticas públicas vinculantes, rechazando su rol impuesto como meras “solucionadoras” de un problema gubernamental. Para disputar este sentido y fracturar la violencia cultural de los medios tradicionales, el activismo recurre a la comunicación visual estratégica (Fernández, 2021). Mientras la prensa reproduce una “iconografía de la opresión” (Carreras & Fernández, 2025) que cosifica a las especies de consumo o estetiza la crueldad para el entretenimiento, las organizaciones por la liberación animal despliegan otras tácticas en sus redes sociodigitales propias.

6. Conclusiones

La instauración de una nueva figura jurídica para los animales no garantiza su asimilación automática en la cultura. Por el contrario, detona una disputa por el sentido en la esfera pública, donde distintos actores compiten por definir qué significa ser un ser sintiente y cómo debe ser tratado. Para comprender este debate, es necesario observar cómo los medios masivos y los movimientos sociales construyen sus propias realidades a través de procesos de agenda y encuadre (Calderón Torres, 2016; Van Dijk, 1990).

En Coahuila, se observa que la prensa local ejerce su poder de fijación de agenda priorizando temáticas de maltrato extremo, rescates de emergencia y acciones institucionales (reglamentación o inauguración de infraestructura). Van Dijk (1990) advierte que la noticia no es un reflejo neutral, sino una estructura discursiva que jerarquiza eventos y actores según sus propias rutinas de producción y valores noticiosos. Por lo tanto, los encuadres dominantes en el discurso periodístico analizado son marcadamente asistencialistas o punitivos. Los medios representan a los animales predominantemente como víctimas pasivas que requieren la compasión humana de las personas activistas o bien la intervención del Estado.

De acuerdo con Bilański (2018), las instituciones y los discursos hegemónicos tienden a encapsular la discusión. En este caso sucede con el mascotismo o la caridad para evitar cuestionar las estructuras de explotación. La agenda mediática está fuertemente influenciada por procesos de agenda impulsados por coaliciones discursivas; es decir, como hemos podido ver en nuestra investigación, estas coaliciones imponen marcos interpretativos en la prensa para proteger el *statu quo* especista y neutralizar las demandas más radicales de liberación, como en este caso, las excepciones referentes al patrimonio cultural.

El cruce entre análisis hemerográfico y entrevistas permitió incorporar una perspectiva dialógica que amplía los Estudios Críticos Animales, al entender los discursos como cadenas significantes en disputa (Salgado Andrade, 2019) y documentar resistencias frente al especismo institucionalizado (Carreras & Fernández, 2025). En términos analíticos, la clasificación de los seres sintientes como

capital político, económico, social y cultural ofreció una matriz para examinar su instrumentalización en la esfera pública; sin embargo, los hallazgos se limitan al caso de Coahuila y al periodo asociado con la publicación de la LDSS, por lo que no podrían generalizarse a otros contextos legislativos y culturales (Martínez Chaves, 2024). Además, existe una limitación metodológica derivada del uso de portales web, cuyas notas e imágenes pueden modificarse, eliminarse o perder disponibilidad con el tiempo (Calderón Torres, 2016).

La investigación concluye que el activismo por la liberación animal ejerce una indispensable contrainformación estratégica. Este estudio sostiene que la transición ontológica hacia el paradigma del ser sintiente en Coahuila y en la región es un proceso inconcluso. La verdadera justicia interespecie requiere trascender a un corte genuinamente biocéntrico; un cambio de paradigma donde el discurso público reconozca el valor intrínseco de la vida animal, sin subordinarlo jamás al capital, la tradición o el utilitarismo.

7. Financiación y apoyos

El estudio no contó con financiamiento.

8. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CRediT

- Concepción: Autor 1 y 2.
- Curación de datos: Autor 1 y 2.
- Análisis formal: Autor 1,2 y 3.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 1, 2 y 3.
- Metodología: Autor 1 y 2.
- Administración del proyecto: Autor 1.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: No aplica.
- Validación: No aplica.
- Visualización: Autor 1.
- Redacción – borrador original: Autor 1, 2 y 3.
- Redacción – revisión y edición: Autor 1, 2 y 3.

9. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo se utilizó Chat-GPT 5.5 para revisión de sintaxis y ortografía en la primera versión de las secciones de resultados, método y discusión. Las personas autoras revisaron y validaron íntegramente los resultados y asumen la responsabilidad final del contenido.

10. Semblanza de los/as autores/as

Miguel Sánchez Maldonado es profesor investigador, doctor en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Estudios Culturales por el Tecnológico de Monterrey, y miembro del SNII, nivel 1. Imparte materias de Relaciones Públicas, Semiótica, Comunicación Intercultural y Diversidad Social, además de talleres de divulgación de la ciencia y creación de narrativas con enfoque en género y equidad. Integra el cuerpo académico “Comunicación para el desarrollo social”. Sus proyectos de investigación incluyen la construcción de controversias públicas sobre el matrimonio igualitario, análisis semióticos de los significados de género y procesos de comunicación para el desarrollo y empoderamiento con cocineras tradicionales de Coahuila. También trabaja la comunicación para la salud desde una perspectiva cultural, con publicaciones sobre autocuidado de hombres de clase trabajadora y tratamiento noticioso de temas como el suicidio y el VIH. Ha desarrollado docencia e investigación en comunicación social, estudios de género, semiótica, relaciones públicas y análisis del discurso.

Tatiana de la Peña Aguilar es psicóloga con maestría en psicoterapia Gestalt, especializada en el acompañamiento de personas adultas desde un enfoque humanista e integrador. Cursa el doctorado en Ciencias Sociales e Intervención Interdisciplinaria en la Universidad Autónoma de Coahuila, donde profundiza en la relación entre las manifestaciones psicosociales, la salud mental, la violencia estructural y los procesos comunitarios en personas defensoras de derechos humanos. Cuenta con 17 años de experiencia en la docencia y 19 en el acompañamiento psicológico y psicoterapéutico. Es docente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAdeC, donde imparte la materia de Psicología de la Comunicación, integrando una mirada crítica y aplicada en la formación de estudiantes. A la par, brinda acompañamiento a personas defensoras de derechos humanos.

Rodolfo Barrientos Urbina es licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Autónoma de Coahuila, maestro y doctor en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León, y miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII), nivel 1. Actualmente se desempeña como profesor investigador en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAdeC. Sus líneas de investigación se articulan en torno a la comunicación política y el análisis de medios. De manera particular, su trabajo explora la construcción de los marcos discursivos, la participación ciudadana y la utilización de las redes sociodigitales en contextos políticos.

Referencias

- Acosta, E. (2025a, 30 de junio). Urge en Coahuila fiscalía contra el maltrato animal; otros estados avanzan en ese tema. *Zócalo Saltillo*. <https://shorturl.ly/wRztF>
- Acosta, E. (2025b, 22 de septiembre). Proponen hasta 9 años de cárcel por crueldad animal en Coahuila. *Zócalo Saltillo*. <https://shorturl.ly/imEbM>
- Acosta, E. (2025c, 14 de octubre). Procurarán cuidado equino con Día de las Cabalgatas; pondrán mayor atención a bienestar de caballos. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/4dh7n4pe>
- Acosta, E. (2025d, 27 de diciembre). Piden cárcel y multa por uso de pirotecnia; plantean colectivos sanciones severas. *Zócalo Saltillo*. <https://shorturl.ly/LMwHE>

- Ampudia, I. (2023, 15 de noviembre). El congreso de Coahuila aprueba reformas relativas a la violencia y crueldad contra los seres sintientes. *El Siglo de Torreón*. <https://shorturl.ly/OsN-R>
- Ampudia, I. (2024a, 20 de enero). Buscan que ayuntamientos apoyen a rescatistas independientes y asociaciones protectoras de animales. *El Siglo de Torreón*. <https://shorturl.ly/tnaSb>
- Ampudia, I. (2024b, 28 de mayo). Entregan instalaciones de la primera etapa del CAPA en Parras de la Fuente. *El Siglo de Torreón*. <https://shorturl.ly/ricL8>
- Aranceta-Reboredo, O., & Moreno, J. A. (2025). Coaliciones discursivas y animales para entretenimiento: el debate de la “ley de bienestar animal” en la prensa española. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(23), raec122314. <https://doi.org/10.24137/raec.12.23.14>
- Bilański, G. (2018). El derecho de los animales no humanos desde la perspectiva de la política de las necesidades. *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, 5(1), 110–120.
- Calderón Torres, M. A. (2016). *Cobertura mediática del maltrato animal y medios digitales en el Perú: El caso del diario La República en su versión web (mayo-agosto del 2015)* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Cárcamo Morales, B. (2018). El análisis del discurso multimodal: Una comparación de propuestas metodológicas. *Forma y Función*, 31(2), 145–174. <https://doi.org/10.15446/fyf.v31n2.74660>
- Carrasco-Guadalupe, M. V., & Redrobán-Barreto, W. E. (2025). Análisis de la Jurisprudencia Constitucional en casos de maltrato animal: implicaciones para la protección de los derechos de la naturaleza. *Sociedad & Tecnología*, 8(S3), 1365–1382. <https://doi.org/10.51247/st.v8iS2.18>
- Carreras, M. R., & Fernández, L. (2025). Estudios críticos sobre animales y comunicación: De la violencia simbólica a la liberación colectiva. *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, 12(1), 310–335.
- Casas, P. (2025a, 12 de julio). Zulema, la activista que lucha por los animales en peligro. *Zócalo Saltillo*. <https://shorturl.ly/qrp4w>
- Casas, P. (2025b, 13 de julio). ¿Quién ve por los animales? protocolo de denuncia contra el maltrato, una telaraña. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/kcferebb>
- Casas, P. (2025c, 30 de julio). De la crueldad al cuidado: Monclova, ejemplo en Coahuila con su centro de bienestar animal. *Zócalo Monclova*. <https://shorturl.ly/TZd-w>
- Casas, P. (2025d, 31 de julio). Es Centro de Bienestar Animal referente estatal. *Zócalo Monclova*. <https://shorturl.ly/-yTxc>
- Casas, P. (2025e, 29 de septiembre). Inauguran Javier Díaz y Dignidad Animal A.C. quirófano móvil para mascotas. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/ybjs3dza>
- Castro, J. (2025, 4 de diciembre). Acusan a grupo de Saltillo de difundir material indebido con animales en redes sociales. *Zócalo Saltillo*. <https://shorturl.ly/jtP3Z>
- Congreso del Estado de Coahuila de Zaragoza (CECZ). (2017). *Código Penal del Estado de Coahuila de Zaragoza*. <https://tinyurl.com/ye2ajhfj>
- Congreso del Estado de Coahuila de Zaragoza (CECZ). (2023a, 8 de diciembre). Decreto 567.- Se reforma la denominación del Título Décimo y la denominación de su Capítulo Único, y el artículo 261, del Código Penal de Coahuila de Zaragoza. *Periódico Oficial del Gobierno del Estado*. <https://tinyurl.com/2s3w7nk6>
- Congreso del Estado de Coahuila de Zaragoza (CECZ). (2023b, 8 de diciembre). *Ley de los Derechos de los Seres Sintientes para el Estado de Coahuila de Zaragoza*. <https://tinyurl.com/3vzbb33p>

- Díez Spelz, J. F. (2022). La cuestión animal, el derecho y los derechos humanos. Análisis de la Ley 17/2021 sobre el régimen jurídico de los animales en España. *Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 1(46), 353–372. <https://doi.org/10.22201/ij.24484881e.2022.46.17060>
- Duque Arteaga, I. K. (2016). *Análisis de discurso de la Ley Orgánica de Bienestar Animal* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/12185>
- Durón, L. (2025, 20 de junio). Giovanni pagará con croquetas por haber calcinado a 4 cachorros; le dan dos años de internamiento. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/dnd7dkbv>
- El Diario de Coahuila (EDC). (2024, 15 de noviembre). Pide Congreso cumplimiento en materia de protección y trato digno de animales. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/u6aj89nk>
- El Diario de Coahuila (EDC). (2025, 1 de diciembre). Entrega Saltillo quirófano y rehabilitación del centro de bienestar animal. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/23rm7fvw>
- Fernández Aguilera, L. (2017). *Imágenes que activan: un estudio sobre comunicación visual estratégica en el activismo por la liberación animal* [Trabajo de fin de máster, Universitat Pompeu Fabra]. <https://repositori.upf.edu/items/47f76e87-a3c8-465c-90ea-aa8f9d408438>
- Fernández, L. (2021). *Imágenes que liberan: Shock moral y comunicación visual estratégica en el activismo por la liberación animal* [Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17449.06249>
- Foucault, M. (2008). *The birth of biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978–1979*. Palgrave Macmillan.
- García Rodríguez, R. (2020). El poder del discurso en los medios de comunicación: Representación de los animales considerados de granja. Análisis de la prensa española. *Derecho Animal: Forum of Animal Law Studies*, 11(3), 104–124. <https://doi.org/10.5565/rev/da.481>
- Gobierno Municipal de Monclova. (2022, abril). *Reglamento contra maltrato animal y fomento a la protección y cuidado animal*. <https://tinyurl.com/7acx2htc>
- Gobierno Municipal de Saltillo. (2025, noviembre). *Reglamento de Bienestar de los Seres Sintientes*. <https://tinyurl.com/2s3a6ahw>
- Gobierno Municipal de Torreón. (2016). *Reglamento para los propietarios o poseedores de animales caninos y felinos*. <https://tinyurl.com/2nkbpb2x>
- González, D. (2025, 12 de noviembre). Legislan para proteger a mascotas y no a los niños en gestación. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/28m7m9x7>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025a, 7 de abril). Impulsa Sari Pérez el cuidado y amor a las mascotas. *Zócalo Monclova*. <https://tinyurl.com/ye62fmdj>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025b, 7 de abril). Mujer denuncia a su hijo porque golpeaba a su pitbull con una manguera e intentó asfixiarlo. *Zócalo Monclova*. <https://tinyurl.com/4kseezhr>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025c, 16 de junio). Saltillo celebra a los papás en la Ruta Recreativa. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/bdcnbbj>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025d, 13 de octubre). Un éxito carrera Dog Run 3K en Frontera. *Zócalo Monclova*. <https://tinyurl.com/wey8bk5x>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025e, 5 de noviembre). Multan con un millón de pesos a bar de Saltillo por darle alcohol a un caballo. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/yc4trszk>
- Grupo Zócalo Saltillo (GZ). (2025f, 25 de noviembre). Se crea en Saltillo reglamento de bienestar de los seres sintientes. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/2r5danb3>

- Lohmann, L. (2012). Financialization, commodification and carbon: the contradictions of neoliberal climate policy. *Socialist Register*, (48), 85-107.
- Martínez Chaves, V. P. (2024). *Los no humanos en el precedente judicial: un análisis crítico desde el derecho animal* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Martínez, D. (2022, 19 de octubre). Ley de los derechos de seres vivos; cuidan a mascotas. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/9ja229k2>
- Martínez, D. (2023, 9 de febrero). Exhorta Congreso del Estado a investigar el crimen del perrito Ghost. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/3znwcxxd>
- Moreno, J. A., Díaz, E. M., & Fidalgo, B. M. (2026). Exploring discourse coalition-building in the press: The megafarms controversy in Spain. *Public Relations Inquiry*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/2046147X2614579>
- Moreno, J. A., Fernández, L., & Almiron, N. (2026). Redes discursivas en el debate sobre experimentación animal en prensa española sobre el caso Vivotecnía. *Athena Digital. Revista De Pensamiento E investigación Social*, 26(1), e3721. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3721>
- Nasner Gómez, D. D., & Sánchez Zapata, Y. (2025). Representaciones sociales de las mascotas y el vínculo humano-animal: Hacia una transformación de la sensibilidad humana [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia]. <https://hdl.handle.net/10495/48424>
- Padilla Villarraga, A. (2018). Los animales al derecho: nuevas concepciones jurídicas sobre los animales en América Latina: de la cosa al ser sintiente [Tesis doctoral, Universidad de los Andes]. <https://hdl.handle.net/1992/38733>
- Pardo Abril, N. G. (2012). Metáfora multimodal: Representación mediática del despojo. *Forma y Función*, 25(2), 39-61.
- Pérez, S. (2025a, 12 de octubre). Advierten consecuencias por arrojar perros muertos a basurero. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/44hw5r4v>
- Pérez, S. (2025b, 12 de octubre). Disminuyen sacrificios de perros en Coahuila. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/43f9nzdz>
- Polanco Martínez, F., & Yúfera Gómez, I. (2015). Aspectos de integración multimodal en la prensa digital de tema jurídico y de tema científico. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, (64), 32-57. https://doi.org/10.5209/rev_CLAC.2015.v64.51277
- Quiroz, T. (2025, 13 de octubre). Tras una separación... ¿Con quién se queda el perro? Alcanza a 'perrhijos' incertidumbre legal. *Zócalo Monclova*. <https://tinyurl.com/2j42678v>
- Rivera Martín, B. (2023). *La imagen y el discurso mediático sobre los derechos de los animales en España: Análisis de la cobertura de la Ley de Protección de los Derechos y el Bienestar de los Animales en la prensa digital* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid].
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sandoval, A. (2025, 2 de diciembre). Acusan presuntas anomalías en bioterio de Facultad de Medicina de la UA de C. *El Siglo de Torreón*. <https://tinyurl.com/2z4efawk>
- Valdés, D. (2025, 10 de octubre). Incumplen municipios ley de protección animal: SMA. *El Diario de Coahuila*. <https://tinyurl.com/2nnw9bv4>
- Valencia, M. (2023, 19 de diciembre). Aumentan disputas por custodias de mascotas en Saltillo. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/y6ykzxvy>

- Valencia, M. (2024, 7 de junio). Lanzará SMA guía del tutor responsable: Esterilización, sana alimentación y recreación. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/5hfvtpwk>
- Valencia, M. (2025, 20 de febrero). Prefieren 'lomitos' a la vida en pareja: cubren mascotas carencias afectivas 'mejor' que un humano. *Zócalo Saltillo*. <https://tinyurl.com/2wx8ay82>
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Vega Rodríguez, D. G. (2017). *El maltrato animal a perros en la Ciudad de México, la Ley de Protección a los Animales y la relación comunicativa intrafamiliar* [Tesis de grado, Universidad Autónoma de la Ciudad de México].
- Zamorano Enríquez, A. (2024). Imágenes del horror: un acercamiento al potencial político de las fotografías y los audiovisuales en los veganismos a través de Didi-Huberman, Rancière y Sontag. *Astrolabio Nueva Época*, (33), 273-306. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n33.41608>

Toro de la Vega en prensa: redes discursivas y representación de activistas animalistas (1983-2016)

Toro de la Vega in the Press: Discursive Networks and the Portrayal of Animal Activists (1983-2016)

Irene Barañano-Díaz

(Responsable de correspondencia)

Universidad del País Vasco | Universidad del País Vasco | Sarriena Auzoa, s/n, 48940, Bizkaia | España

 0009-0006-5988-3444 | irene.baranano@ehu.eus

Olatz Aranceta-Reboredo

Universitat Pompeu Fabra | Universitat Pompeu Fabra | Carrer de Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona | España

 0000-0001-5785-673X | olatz.aranceta@upf.edu

Recepción 31/03/2025 · Aceptación 15/06/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

El torneo del Toro de la Vega (TdIV) es un festejo taurino anual popular en el que un toro recorre Tordesillas (Valladolid, España) mientras que se le persigue y alancea hasta la muerte en público. Este artículo examina el debate mediático sobre el torneo en la prensa escrita de tirada nacional española entre 1983 y 2016. Para ello, realizamos un análisis de redes discursivas con el fin de identificar las coaliciones de actores, posicionamientos y conceptos tanto a favor como en contra del torneo, y lo acompañamos de un análisis crítico del discurso de las representaciones de las activistas animalistas. A pesar de que los conceptos más utilizados hayan sido los referentes a la crueldad del torneo, los resultados indican que el debate paralelo en torno al proceso de modernización y de europeización que vivió el Estado español ocupa la mayoría de la atención. En la representación de las activistas, destaca la deslegitimación de estas a través de su estereotipación y criminalización, así como su legitimación mediante atributos socialmente deseables. Además, la llamada neutralidad periodística de las piezas informativas tiene como resultado una cobertura que no se posiciona ni cuestiona la violencia ejercida contra animales. Finalmente, el análisis muestra que, si bien el debate es sobre el torneo del TdIV, los toros y los derechos animales quedan relegados al segundo plano en la polémica. En su conjunto, la cobertura mediática no llega a cuestionar la legitimidad de las prácticas basadas en el uso de animales.

Palabras clave: tauromaquia, análisis de redes discursivas, representación mediática, medios de comunicación, activistas animalistas.

Abstract

The Toro de la Vega (TdIV) tournament is a popular bullfighting festival in which a bull is chased through Tordesillas (Valladolid, Spain) while being speared to death in public. This article examines the media debate surrounding the tournament in Spain's national print media between 1983 and 2016. To this end, we conducted a discourse network analysis to identify coalitions of actors, positions, and concepts both for and against the tournament, and we

Cómo citar: Barañano-Díaz, I. y Aranceta-Reboredo, O. (2026). Toro de la Vega en prensa: redes discursivas y representación de activistas animalistas (1983-2016). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 39-59. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.02>



supplemented this with a critical discourse analysis of the representations of animal rights activists. Although the most frequently used concepts were those referring to the cruelty of the bullfighting tournament, the results indicate that the parallel debate surrounding the process of modernization and Europeanisation that the state underwent occupies the majority of the attention. In the portrayal of the activists, their delegitimisation through criminalisation and stereotyping stands out, as does their legitimisation through socially desirable attributes. Furthermore, the claimed journalistic neutrality of news reports results in coverage that neither takes a stance on nor questions the violence perpetrated against animals. Finally, the analysis shows that, even though the debate centers on the TdIV tournament, the bulls and animal rights are pushed to the background in the controversy. Overall, media coverage fails to question the legitimacy of practices based on the use of animals.

Keywords: bullfighting, discourse network analysis, media portrayal, media, animal activists.

1. Introducción

Los medios de comunicación desempeñan un papel central en la configuración de los debates públicos, en especial en torno a prácticas consideradas polémicas o controvertidas. Diversos estudios de opinión pública muestran una creciente preocupación por el sufrimiento de los animales, siendo el uso por entretenimiento el menos aceptable (Díaz, 2019; Fundación BBVA, 2022), especialmente entre las generaciones más jóvenes (Otegui et al., 2023). Los contextos como la tauromaquia o las fiestas populares acumulan la mayor parte de detractores (Fundación BBVA 2025). De hecho, la antitauromaquia tiene un recorrido en la sociedad española de más de cinco siglos (Codina Segovia, 2020), con campañas antitaurinas en prensa desde finales del siglo XIX (Álvarez, 2006). En este contexto, resulta de especial interés ver cómo se confrontan posiciones en torno a prácticas taurinas en el debate mediático, puesto que los discursos empleados determinan la legitimidad de las prácticas y sus significados.

Entre los eventos taurinos de mayor rechazo social de la historia reciente del Estado destaca el torneo del Toro de la Vega (TdIV), un caso paradigmático de debate sobre espectáculos tradicionales que usan animales. El torneo del TdIV tiene lugar cada septiembre en Tordesillas (Valladolid). Tradicionalmente, se trata de un torneo anual en el que un toro es perseguido por cientos de hombres a caballo y a pie desde la villa de Tordesillas hasta el campo, donde los lanceros lo matan. Su carácter conflictivo no es reciente, puesto que distintas disposiciones institucionales trataron de limitar este tipo de festejos ya a comienzos del siglo XX (Berzal, 2013).

Especialmente a partir de la década de 1950 estas tensiones formaron parte del plano institucional y social. Diversas organizaciones animalistas como la World Federation for the Protection of Animals presionaron a favor de la prohibición del torneo con una campaña que influyó en la Circular 32/1963 prohibiendo todos los espectáculos “que impliquen maltrato de animales, aunque sean tradicionales”, excepto las corridas de toros, entre 1966 y 1970 (Berzal, 2015). Durante la prohibición de 5 años, en Tordesillas, las autoridades seguían a los corredores para asegurar que no se daba muerte al toro, pero como consecuencia de la presión de autoridades locales se logró la “permisividad gubernamental para que el torneo pudiera terminar con la muerte del toro” (Berzal, 2015).

El conflicto continuó configurándose durante las décadas posteriores. Precisamente 3 años después de la derogación de la Circular fue cuando el torneo se nombró Fiesta de Interés Turístico Nacional

(Blanco, 2015), y en 1999, la Junta de Castilla y León lo declaró espectáculo taurino tradicional, favoreciendo así su legitimidad institucional. Sin embargo, la creciente presencia del movimiento animalista y el aumento de la cobertura mediática contribuyeron a que el torneo se situara, progresivamente, dentro de los temas de debate público, especialmente a partir del comienzo de las protestas *in situ* en 2005 (Pérez Mendoza, 2016). Si bien a día de hoy el TdlV mantiene la denominación de Fiesta de Interés Turístico Nacional, el proceso de contestación y transformación del torneo en un encierro sin alanceamiento no culminó hasta 2016, cuando se prohibió la muerte pública de los toros (Valor et al., 2021). Desde entonces, tras el encierro sin lanceo, se le da muerte en el matadero. Esta prohibición supuso un antes y un después en la presencia mediática del torneo.¹

Tal y como evidencia esta revisión del conflicto, el TdlV se configura como un caso de especial interés, precisamente, debido al rechazo social que ha acompañado al torneo. Teniendo en cuenta la presencia durante décadas del conflicto, el presente artículo tiene como objetivo analizar la configuración del debate en prensa y comprender la articulación de alianzas generalizadas en el debate público. Los dos objetivos secundarios son los siguientes: por una parte, la identificación de coaliciones discursivas a través del análisis de redes, que identifica actores, conceptos (i.e., argumentos o temas) y posiciones del debate; por otra parte, el análisis de la representación mediática del colectivo que puso el TdlV en el foco: el de las activistas animalistas.² Dada la extensión temporal del debate, el análisis se basará en la cobertura mediática de periódicos nacionales entre 1982 y 2016, un periodo que abarca desde el inicio del fin de la transición e inicio de una relativa estabilidad política bajo el gobierno del PSOE (1982-1996) y la emergencia del debate animalista en el Estado español hasta el año de la modificación legal que prohíbe dar muerte a los toros en público.

2. Estado de la cuestión

2.1. El Toro de la Vega y el debate social de la tauromaquia

El debate desatado por las polémicas relacionadas con el uso de animales en las fiestas populares españolas ha generado una literatura académica diversa y multidisciplinar. Los estudios han abordado la tauromaquia como fenómeno cultural y político, y se ha estudiado desde la ética, el derecho, la antropología y la historia social. Las investigaciones de Codina Segovia son de referencia, puesto que el autor ha analizado la tradición antitaurina española previa a la cronología de nuestro artículo (1567-1936). Esta revisión de críticas y prohibiciones incluye instancias eclesiásticas y políticas por considerarlo un espectáculo que favorecía o alimentaba el “embrutecimiento de la sociedad” (Codina Segovia, 2020, p. 40), lo cual muestra que las tensiones sobre la tauromaquia se han articulado alrededor de su consideración como práctica cultural legítima o como expresión de violencia con potencial de desestabilización social.

En relación a la percepción social, destaca el papel de la tauromaquia como elemento crítico de fricción en la construcción de la imagen exterior del Estado español, tal y como apunta Bailey (2007) al señalar

1. A pesar de la prohibición y desaparición de la agenda mediática, la controversia se mantiene vigente. En 2022, el consistorio de Tordesillas estableció unas nuevas bases para legalizar clavarle al toro divisas –arpones de hasta 8 cms– en vez de lanzas, pero en mayo de 2025 el Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León ratificó la prohibición del uso de divisas en el torneo (PACMA, 2025).

2. Haciendo uso del lenguaje inclusivo no sexista, la decisión de utilizar el femenino plural responde a la voluntad de representar al colectivo animalista, altamente feminizado, acorde con su realidad mayoritaria para así visibilizarla.

la tauromaquia como una dificultad para integrarse en la Europa occidental, en especial durante la década de 1980, momento crítico para su apertura internacional (p. 26). Determinadas prácticas vinculadas al uso público de animales se han interpretado como incompatibles con estándares de civilidad que se atribuyen a sí mismos otros países occidentales; esta tensión entre la aceptación del uso privado y “necesario” (i.e., por alimentación) (p. 29) y el uso público e incívico (p. 33) sirve de ejemplo del carácter simbólico del conflicto, más allá del cultural o político.

La literatura académica es más limitada en el caso específico del TdlV. Destacan dos análisis sobre el torneo que ofrecen claves para su comprensión como objeto de controversia. El primero es el de Luis Martín Arias (2009), en un artículo escrito desde una perspectiva favorable al TdlV en el que el autor denuncia la polémica y su cobertura. En cuanto al alcance mediático y político, Martín Arias apunta que “puede considerarse como el más acabado ejemplo de conflicto o ‘guerra’ cultural en España” (p. 9). El autor defiende el torneo como una fiesta que “crea comunidad” que se ha perdido en la sociedad posmoderna, “basada únicamente en la lógica de mercado”, “inhumana”, “insolidaria” y “violenta” (p. 32). El segundo es el de Valor et al. (2021), un estudio en el que analizaron cómo el estigma impuesto a la gente que disfruta del TdlV (e.g., psicópatas, salvajes, enfermos) resultó en que personas influyentes de la política española se posicionaran en contra del torneo durante los años 2014-2016, y finalmente en la prohibición del torneo.

2.2. Representación de activistas

El debate alrededor del TdlV implica la confrontación de posiciones y la construcción mediática de actores (i.e., quienes intervienen en la discusión). Si bien el único estudio sobre la estigmatización de actores y el TdlV se ha centrado en quienes disfrutaban del torneo (Valor et al., 2021), es el activismo animalista el que cuenta con una tendencia recurrente a la estigmatización en medios en diversos contextos y periodos. Precisamente, posiciones críticas al movimiento como la del mencionado Martín Arias (2009) ya apuntan a ello, puesto que argumenta la existencia de una “visión sesgada” en los medios que refleja un favoritismo por la “ideología animalista”, caracterizando a las activistas por su supuesto fanatismo, irracionalidad, agresividad, hipocresía, infantilidad y “capacidad de destrucción, cultural y simbólica” (pp. 17-40). Frente a estas calificaciones, la disputa se extiende a la legitimidad de las activistas.

La representación del activismo por los animales ha sido trabajada sobre todo en el ámbito académico anglosajón. Desde los primeros estudios se observa que esta era “más frecuentemente negativa, que positiva” (Gerbner, 1995, p. 19), y que existe un desequilibrio tendente a favorecer la presencia mediática –positiva– de aquellas personas a favor de las prácticas que cuestionan las activistas entre 1984 y 1993 (Kruse, 2001). Actualmente existe una atención escasa a la manera en la que las representaciones activistas forman parte de debates más amplios; si bien existen antecedentes que analizan el tratamiento mediático del maltrato animal (Sánchez-Girón, 2017) y debates de polémicas relacionadas con el uso de animales en prensa (Aranceta-Reboredo & Moreno, 2025; Moreno, 2025; Moreno et al., 2026; Rivera-Martín, 2023), las investigaciones con especial enfoque en la representación antitaurina o bien analizan el debate social general (Codina Segovia, 2018), o bien se centran en el discurso de grupos de interés de la industria (Aranceta-Reboredo et al., 2025).

Entre las investigaciones seminales de la representación de activistas en la prensa destaca la de Cole y Morgan (2011), puesto que identificaron los principales estereotipos que se les atribuyen a personas veganas y activistas en la prensa diaria de Reino Unido; entre estos estereotipos destacan la ridiculización, la hipersensibilidad y la hostilidad (p. 139). Estudios posteriores han ampliado estas categorías, mostrando una vinculación del activismo con la violencia, con la desproporcionalidad y con el sentimentalismo (Masterman-Smith et al., 2014), con el crimen y el terrorismo (Sorenson, 2016), con el ascetismo (Cole, 2008), con el elitismo (Greenebaum, 2016), con el frikismo y el fanatismo (Skinazi, 2019) o a las personas veganas como aguafiestas (Twine, 2014).

En la misma línea de investigación, hay diversos estudios que señalan ciertos procesos de despolitización del activismo animalista. Esto sucede a través de la desvinculación de las prácticas veganas o vegetarianas del activismo por los derechos animales (Cole & Morgan, 2011; Masterman-Smith et al., 2014; Riley, 2022; Rutledge-Prior, 2023). A pesar de que investigaciones más recientes apuntan a una evolución más positiva de las representaciones (Wrenn, 2025), destaca una tendencia a invisibilizar la dimensión política del movimiento animalista y, análogamente, mantener las prácticas que usan animales como socialmente no cuestionadas, o directamente como normalizadas, naturalizadas y necesarias (Riley, 2022).

En el contexto del Estado español contamos con una investigación más limitada. El análisis de Melvin Josse (2021) sobre la represión que ha experimentado el movimiento por los animales concluye que la representación mediática ha sido escasa pero positiva para la popularidad de los colectivos (p. 208), aunque destaca que esta presencia ha ido acompañada de episodios de criminalización, particularmente ilustrada por la operación Trócola.³ La cobertura mediática del proceso muestra la capacidad de los medios para construir los marcos interpretativos que asocian el activismo con categorías estigmatizantes como la de “eco-terrorista”; es más, el autor apunta a que las activistas recibieron el mismo tratamiento mediático que organizaciones como ETA (Josse, 2021, pp. 131-133).

3. Metodología

El presente trabajo estudia el debate mediático sobre el torneo del TdIV entre 1982 y 2016.⁴ Este análisis se sitúa en los siguientes marcos metodológicos: el análisis de redes discursivas y el análisis crítico del discurso. La aproximación al texto y a estos marcos parte de los estudios críticos sobre los animales en los medios y la comunicación, un campo que analiza las maneras en las que los medios contribuyen a la discriminación de los animales no humanos. La importancia de estudiar los discursos mediáticos reside en su papel en “mantener una serie de construcciones sobre los animales que están conectadas, apropiadas o cooptadas por otros sistemas de producción y, por lo tanto, desempeñan un papel en la normalización de prácticas y relaciones concretas” (Molloy, 2011, p. 13). Los antecedentes de este campo incluyen, por un lado, análisis de redes discursivas en prensa en torno al debate sobre el impuesto a la carne en Reino Unido (Almiron & Moreno, 2021), la cobertura de prensa española del debate político en torno a la *Ley de Bienestar Animal* (Aranceta-Reboredo y Moreno, 2025) y la experimentación animal (Moreno et al., 2026); por otro lado, el análisis sobre

3. Once activistas fueron detenidos acusados de sueltas de visones usados en la industria peletera (Unidos contra la represión, s.f.).

4. A pesar de la extensión temporal del corpus, esta investigación no estudia la evolución ni contextualización histórica de las ideas presentes en el debate.

la representación estigmatizadora de activistas (Molloy, 2011) y la militancia vegana estereotipada (Brookes & Chałupnik, 2023).

El análisis de redes es una metodología de especial utilidad para el estudio de cuestiones como controversias políticas en el discurso público (Leifeld, 2017), puesto que identifica las coaliciones discursivas que se forman en el debate. Estas coaliciones están compuestas por las líneas argumentales, los actores que articulan las líneas y las prácticas que se ajustan a ellas; todo ello, organizado en torno a un discurso compartido (Hajer, 1993). Al analizar la cobertura mediática, estas coaliciones son de especial interés, puesto que operan como una fuerza social capaz de incidir en la orientación del debate, incluso cuando no existe interacción explícita entre sus integrantes. Al realizar este análisis, como señala Plehwe (2011), es importante tener presente que los actores pueden perseguir objetivos convergentes sin constituir necesariamente una red formal o institucionalizada; esto es, actores diferentes sin relación entre sí pueden buscar mantener o prohibir el TdlV. Estos actores pueden tener intereses específicos en torno a la celebración del torneo: político, cultural, activista, industrial o socioeconómico, y académico.

Asimismo, este artículo incorpora un Análisis Crítico del Discurso (ACD) de las representaciones de activistas animalistas y cómo se configuran en relación a las coaliciones discursivas. En la medida en que la investigación aborda el discurso como un dispositivo de poder que reproduce, consolida y naturaliza jerarquías, este proyecto se apoya en la metodología del ACD desde las perspectivas de Fairclough (1998, 2010), van Dijk (2015) y Wodak (2014). Es decir, a través del ACD el análisis del lenguaje pone el enfoque en la relación entre el discurso y la sociedad. Esto permite reflexionar y valorar cómo los medios han contribuido a la legitimación de prácticas específicas (i.e., el TdlV) y de quienes cuestionan y confrontan las prácticas desde la disidencia (i.e., las activistas animalistas).

3.1. Corpus

El corpus de esta investigación está formado por artículos publicados en prensa escrita e impresa, en concreto, de los cinco periódicos de tirada nacional con mayor cantidad de público lector.⁵ Por ello, quedan incluidos tanto los artículos informativos como de opinión publicados en los periódicos *20 Minutos*, *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*. El rango de fechas seleccionado es entre 1982⁶ y 2016. La búsqueda de piezas ha sido realizada a través de las plataformas MyNews y ProQuest, con la siguiente combinación de términos y palabras clave: [(“toro de la vega” or “tordesillas” or “toro de tordesillas”) and (“activista” or “protesta” or “protestas” or “antitaurino” or “antitaurina” or “antitaurinos” or “antitaurinas” or “antis” or “manifestante” or “manifestantes”)]. Tras el descarte inicial de resultados duplicados y erróneos, nuestro corpus está formado por 132 textos detallados en la Tabla 1. Asimismo, debido a su alcance, forma parte del corpus el capítulo de *Comando actualidad* de TVE sobre las fiestas populares del Estado, titulado “Un país de traca” (2008), que sobrepasó los dos millones de espectadores (*Audiencias del miércoles 26 de agosto*, 2009). Este capítulo documenta cuatro festejos del Estado, entre ellos el TdlV, parte en la que destacan las tensiones entre la clave

5. Basado en los datos del Estudio General de Medios (2000-2025) disponibles en la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Para más información, visite <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>.

6. La búsqueda incluyó 1982 por razones históricas, pero no se encontraron resultados, con lo que el corpus está formado por textos entre 1983 y 2016.

festiva del programa y la sobriedad del activismo; contraste que potencialmente contribuyó a la construcción del imaginario social del activismo en torno al TdlV.

Tabla 1

Corpus

Medio	Nº artículos	Rango
<i>El País</i>	36	14/09/1983–23/05/2016
<i>El Mundo</i>	15	13/09/2000–20/05/2016
ABC	16	26/08/1991–16/09/2015
<i>La Vanguardia</i>	32	04/09/1987–29/06/2016
<i>20 minutos</i>	32	10/07/2006–16/09/2015
TVE	1	05/09/2008

Fuente. Elaboración propia

3.2. Método de análisis

El análisis de redes discursivas es una metodología mediante la que se examina el conjunto de participantes, conceptos y los enlaces o interacciones entre los que se recopila la siguiente información: actores, conceptos (en nuestro caso, argumentos o temas y representaciones) y posicionamientos (a favor/en contra/ambiguo). Esta codificación manual del corpus, así como la exportación para interpretación de resultados y análisis, se llevó a cabo utilizando el programa **Atlas.ti**. Dicha herramienta permite introducir los textos independientemente de su formato y realizar una codificación personalizada con base en las categorías de análisis creadas para el estudio de manera deductiva e inductiva. La unidad de análisis principal es la aparición de un concepto en el texto, esto es, de un argumento o tema empleado para fundamentar un razonamiento con la variable de a favor, en contra o con neutralidad frente al TdlV.

La persona encargada de la codificación recogió las menciones anotando cada concepto diferente que produce cada actor en cada texto; esto es, no se codificó dos veces si un mismo concepto lo decía el mismo actor en la misma pieza. Este es un proyecto de investigación cualitativa realizado por dos personas, por lo que se realizó un análisis de fiabilidad entre codificadores para asegurar la coherencia y el rigor del análisis y las categorías analíticas. El resultado es un índice de acuerdo entre codificadores calculado con 27 textos de 132, que ha resultado en un porcentaje de acuerdo de valor alfa de Krippendorff binario de 0,804, siendo el estándar requerido un 0,800 (Krippendorff, 2004, pp. 241–242).

A la hora de interpretar los datos, se crearon tres secciones temporales: (i) de 1983 a 2005, desde el fin de la transición e inicio del asociacionismo por los derechos animales hasta el inicio de las protestas contra el TdlV en Tordesillas; (ii) de 2006 a 2011, hasta la prohibición de las corridas de toros en Cataluña por la Iniciativa Legislativa Popular impulsada por la plataforma *Prou!*; y (iii) de 2012 a

2016, hasta la prohibición de matar al TdlV en público. El objetivo de esta división fue la realización de un análisis de conceptos y representaciones contextualizado, puesto que la extensión temporal permite tener una visión global del debate, pero la agrupación de resultados sin divisiones implicaría una interpretación parcial y, potencialmente, errada de los datos.

4. Resultados

A continuación se presentan los resultados de esta investigación en tres bloques diferentes. Estos bloques responden al objetivo de investigación al mostrar, en orden, los actores, los conceptos y las posiciones que conforman las redes discursivas que estructuran el debate, así como la representación de las activistas que acompaña a estos discursos.

4.1. Actores

A lo largo del análisis del corpus se identificaron un total de 73 actores partícipes del debate. Estos actores pertenecen a diferentes ámbitos con diferentes intereses sociales: políticos (miembros y portavoces de partidos políticos), activistas profesionalizadas (de asociaciones animalistas profesionalizadas, y el partido PACMA), culturales e industriales (asociaciones taurinas o protaurinas, ganaderías), particulares (columnistas, periodistas y miembros de la sociedad civil) y personas o instituciones pertenecientes al ámbito académico. La Figura 1 muestra el número de apariciones de los actores clasificados según el interés que representan y en relación al periodo de tiempo correspondiente.

A continuación mencionaremos los actores destacados, agrupados por el interés al que están asociados. La agrupación de actores con mayor presencia dentro del debate es el *particular*. Este sector aparece sobre todo a partir de 2006, tras la primera protesta en Tordesillas. Las periodistas tienen el protagonismo absoluto en esta sección (42,4 %), y entre ellas, destacan los artículos de opinión de Rosa Montero, con seis artículos en el corpus; y Ruth Toledano y Pilar Rahola, cada una con tres. Además, más periodistas expresan su opinión, tanto en piezas propias como citadas en noticias. También aparecen las opiniones de los habitantes de Tordesillas (20 %) y de los participantes del torneo (5,4 %). Además, las opiniones de personas célebres del mundo de la cultura y la música (8,8 %) aparecen en ambas coaliciones, aunque sobre todo en relación a las campañas en contra del TdlV, así como opiniones de particulares descritas como animalistas, activistas o ciudadanía.

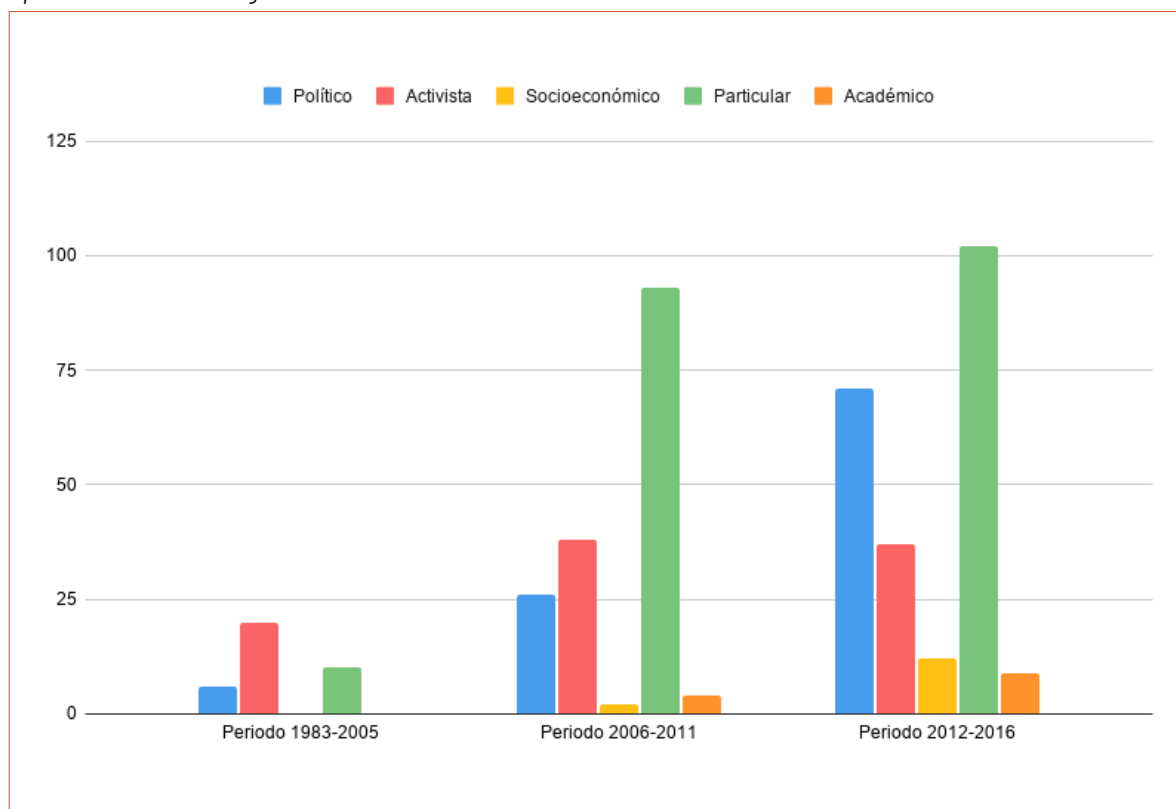
En la esfera *política e institucional*, en lo que a los partidos respecta, aparecen los siguientes de mayor a menor frecuencia: PSOE (32 %), PP (28,2 %), Los Verdes (2,9 %), Izquierda Unida (1,9 %), Más Madrid (1,9 %), CHA (1 %), BNG (1 %), CiU (1 %), EUIA (1 %) y Podemos (1 %). El PSOE muestra división entre el posicionamiento de dirigentes locales y externos a Tordesillas; el PP se mantiene favorable a la celebración hasta la prohibición, y no es hasta el 2014 que aparecen el resto de actores políticos posicionados en contra del TdlV. En cuanto al resto de actores políticos, destacan la alcaldía de Tordesillas (15,5 %), el Gobierno de Castilla y León (1,9 %) y la plataforma municipalista y defensora del TdlV Tordesillas Toma la Palabra (1,9 %). También toman parte en el debate, aunque con una frecuencia de aparición menor al 1 %, el ayuntamiento de Tordesillas, la alcaldía de otros

municipios —Coria, Vilafamés—, la Unidad Regionalista de Castilla y León (URCLL), la Asociación Taurina Parlamentaria y la Iniciativa per Catalunya Verds.

El peso de las opiniones *activistas*, es decir, de portavoces o miembros de asociaciones y colectivos animalistas, es también considerable. En los textos analizados, aparecen los siguientes en orden de frecuencia: PACMA (42,1 %), ADDA (Asociación para la Defensa de los Derechos del Animal) (8,4 %), ANPBA (Asociación Nacional para la Protección y el Bienestar de los Animales) (11,6 %), ANDA (Asociación Nacional para la Defensa de los Animales) (6,3 %), Ecologistas en Acción (6,3 %), Igualdad Animal (2,1 %), Equanimal (2,1 %), la plataforma La Tortura No Es Cultura (2,1 %), Liberal! (2,1 %), la Federación Española de Sociedades Protectoras de Animales y Plantas (2,1 %), la Fundación Altarriba (2,1 %), la Plataforma Manos Rojas (2,1 %), ALA (Alternativa para la Liberación Animal) (1,1 %), Actyma (1,1 %), Sociedad Protectora de Animales (1,1 %), Amnistía Animal (1,1 %), Plataforma para la Defensa de los Derechos del Animal (1,1 %), ADENA (Asociación para la Defensa de la Naturaleza) (1,1 %), Asociación Parlamentaria en Defensa de los Derechos de los Animales (APDDA) (1,1 %), World Animal Protection y la Sociedad Protectora de Animales (1,1 %).

Figura 1

Aparición de actores según cantidad total e interés



Fuente. Elaboración propia.

Tanto el interés cultural o *industrial* como el *académico* aparecen en el segundo periodo (2006-2011). El primero, que abarca asociaciones taurinas o protaurinas y ganaderías, recoge los testimonios, según cantidad de apariciones, del Patronato del Toro de la Vega (42,9 %), la Federación de Tauromaquia

Popular de CyL (14,3 %), la Pastelería Dulces Galicia (14,3 %) que fabrica los polvorones de la marca “El Toro” —antes “El Toro de la Vega”—, la Unión de Criadores de Toros de Lidia (14,3 %),⁷ un ganadero (7,1 %) y el Observatorio Nacional de las Culturas Taurinas de Francia (7,1 %). Durante el segundo periodo (2006-2011) aparecen únicamente el Patronato del Toro de la Vega y un ganadero particular. El resto de actores entra en los medios durante el periodo 2012-2016.

Finalmente, entre el sector *académico*, tienen especial relevancia las fuentes provenientes de la antropología (53,8 %) en ambas coaliciones, así como el centro UPF-Centre for Animal Ethics (23,1 %) con opiniones próximas a la abolición del torneo. También se mencionan las opiniones y datos de miembros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) (7,7 %), del Grupo para el Estudio de la Violencia en Humanos y Animales (7,7 %), y del Instituto Cajal (7,7 %).

4.2. Conceptos

Se identificaron un total de 23 conceptos (i.e., temas o argumentos) en el debate. La Figura 2 ofrece una representación visual de todos estos en orden de frecuencia y en relación al posicionamiento favorable o contrario a mantener el torneo sin modificaciones, y posteriormente se ofrece la interpretación de los conceptos seleccionados para el análisis.

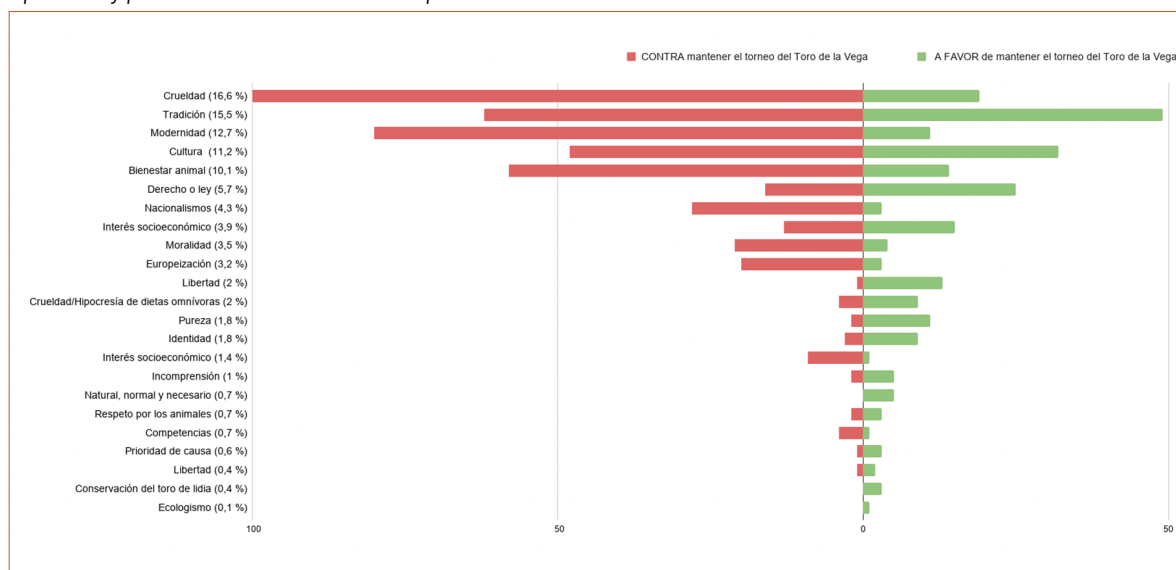
El principal debate en la prensa aborda la cuestión de la *crueledad* del torneo, aunque su presencia es especialmente notable desde 1983 hasta 2011, y aparece con menor presencia de 2012 a 2016. La mayoría de menciones forman parte de la coalición en contra de mantener el torneo, y denuncian la crueldad implícita. Cabe destacar que ambas posiciones mencionan la crueldad en el torneo, aunque los defensores del TdLV lo hacen relativizando la dimensión de la crueldad y comparando el torneo con otras prácticas más socialmente aceptadas aunque crueles como el uso de animales por alimentación. Además, en contadas ocasiones es empleado simultáneamente a favor de la tauromaquia y en contra del TdLV, ejemplificado con posicionamientos como este: “En mi opinión, la tauromaquia tiene mucho más de combate equitativo aunque cruel —y no exento además de arte y de nobleza—, que de tortura. Lo que sí es una tortura sin paliativos, por ejemplo, es el cobarde lanceo del toro de Tordesillas” (Paradis, 2011).

El segundo concepto más mencionado es la *tradición*. Al igual que la *cultura*, su presencia se estabiliza a partir del año 2000, y ambos conceptos sirven tanto para argumentar a favor del torneo como para denunciarlos dentro del debate recogido en prensa. Por un lado, aquellos actores que defienden mantener los espectáculos se escudan en ese carácter tradicional y lo conectan con su “gran acogida” anual como valoración de lo significativa que es. Por otro lado, la coalición que defiende modificar el torneo argumenta bien que no es causa suficiente, o bien que no todas las tradiciones son respetables y que a medida que la sociedad evoluciona algunas se pierden. Relacionada con este tema, la *cultura*, en cuarto lugar por número de menciones, muestra una mayor diversidad: los defensores catalogan el TdLV como “un folclore de siglos de vida, que define nuestra cultura” (Fernández, 2006), mientras que la coalición contraria presenta la dimensión cultural del evento de dos maneras principales: la de taurinos contrarios al TdLV por ser indigno y poco culto, y la que representa la proclama antitaurina “la tortura no es cultura”.

7. Desde 2022, Real Unión de Criadores de Toros de Lidia.

Figura 2

Aparición y posicionamiento de los conceptos del debate



Fuente. Elaboración propia.

El tercer concepto que aparece con mayor frecuencia se estructura en torno al eje narrativo de la tensión entre la naturaleza y la cultura, entre lo salvaje y lo civilizado, entre incultura y cultura, entre la tradición y el progreso. Se trata del concepto de la *modernidad*, un proceso activo de desarrollo y progreso social. Podemos apreciar dicha tensión y la responsabilización acerca de este cambio en el Estado español en las citas de Manuel Cases, vicepresidente del colectivo ADDA: “Somos bárbaros por nuestra historia, pero también porque hemos tenido gobiernos muy permisivos que han tolerado todo esto. ¿Por qué no hacen un pacto para erradicarlo? Es cosa de nuestra historia” (Morán, 2008). También hay detractores del torneo que recalcan los posibles efectos negativos del torneo en la sociedad. Es interesante mencionar que tanto la *crueldad* como la *modernidad* van asociadas a la idea de justicia social y a la inocencia de los toros, destacando, de esta manera, el sufrimiento en la taurofilia.

El concepto de *bienestar animal* trata el sufrimiento de los toros, y aparece sobre todo durante el periodo 2012-2016. En los textos analizados destaca la aparición del bienestar animal y el sufrimiento del toro como parte del argumentario a favor de mantener el TdIV y en respuesta a las críticas. En concreto, hay tres posturas sobre el sufrimiento animal en el corpus: la que denuncia dicho sufrimiento de los toros, la que lo niega y la que no lo niega pero lo subestima ante otros argumentos a favor de mantener el torneo. Relacionada con el bienestar, pero con una aparición mucho menor, la *moralidad* aparece por primera vez en 2006 y se mantiene durante el resto de años analizados. Se utiliza, sobre todo, para denunciar los valores promovidos por el torneo.

El *nacionalismo* es empleado únicamente por quienes apuestan por la abolición del torneo y la tauromaquia, a menudo relacionado en los textos con la “vergüenza nacional”. Similar a este concepto es el que hace referencia a la *uropeización* o al proceso de ruptura con el aislamiento internacional impuesto por el franquismo y de apertura del Estado al resto de Europa. Mayormente expresa preocupación por la imagen que la tauromaquia puede proyectar internacionalmente. En este sentido, ambas coaliciones reflejan la tensión entre unas instituciones españolas que permiten el torneo y una sensibilidad social europea que lo condena.

Finalmente, el concepto del *interés socioeconómico* asociado al torneo tiene una presencia equilibrada en ambas coaliciones. Aparece regularmente a partir del año 2000 y figura entre los cinco conceptos protagonistas durante el periodo 2006-2011. Destaca que, si bien se remarca el beneficio económico que genera en la localidad de Tordesillas, el turismo que atrae o el interés histórico que se pueda generar, los actores detractores hacen hincapié en el elevado coste del torneo: desde PACMA, por ejemplo, argumentan a favor de invertir en infraestructuras de mayor necesidad en Castilla con el dinero dedicado a la subvención del TdIV.

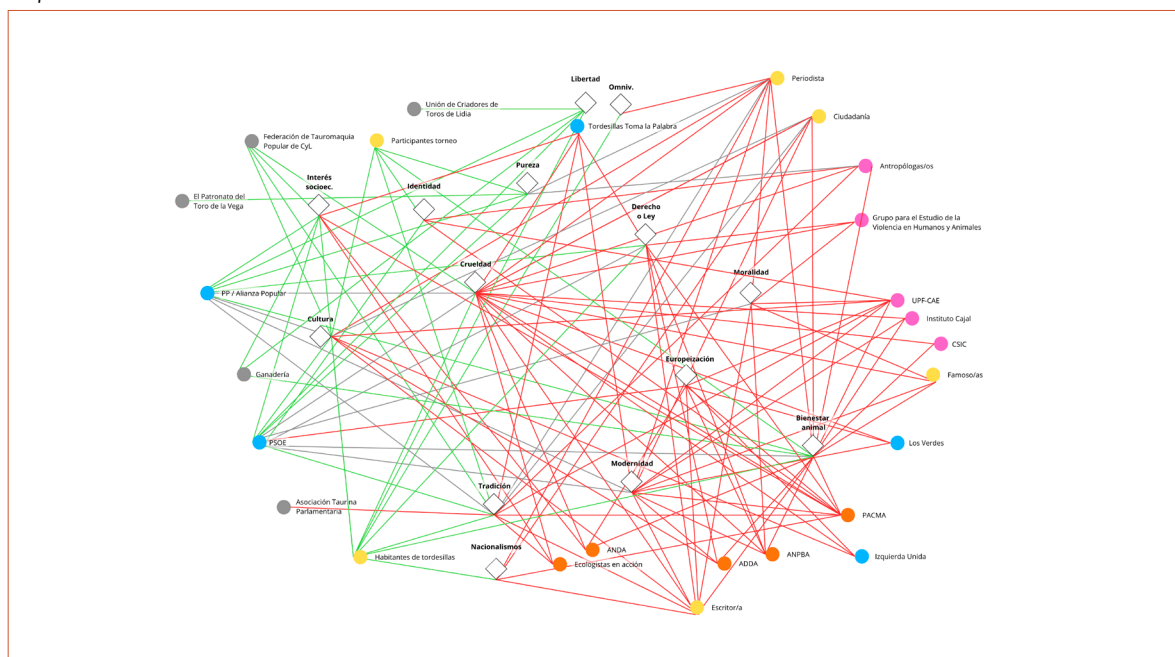
4.3. Posiciones en el debate: coaliciones discursivas identificadas

La Figura 3 que se muestra a continuación presenta dos coaliciones contrarias que emergen de la investigación. En el mapa pueden apreciarse los conceptos con más presencia y sus conexiones con los cinco actores más frecuentes vinculados con cada interés identificado, así como la conexión en relación al posicionamiento que existe entre concepto y actor.

Tal y como muestra la Figura 3, la red del debate presenta actores y conceptos posicionados en coaliciones opuestas. Por un lado, destaca que las coaliciones no están equilibradas en número de actores ni frecuencia en aparición de conceptos; el 61,8 % de los actores que aparecen se posicionan en contra de mantener el TdIV, mientras que el 38,2 % lo hacen a favor de mantener el torneo. Por otro lado, merece adelantar que conceptos como *crueledad*, *modernidad*, *tradición* y *cultura* predominan en la posición roja, y *derecho o ley*, *libertad*, *interés socioeconómico*, *pureza*, *identidad*, e *hipocresía de dietas omnívoras* (e.g., consumir carne y ser antitaurina) son más frecuentes en la verde.

Figura 3

Mapa de redes discursivas



Fuente. Elaboración propia.

Nota: Los nodos con forma de rombo son los conceptos, y los nodos redondos los actores. Cada color representa un tipo de interés: socioeconómico (gris), animalista (naranja), político (azul), particular (amarillo) y académico (rosa). Los hilos que vinculan nodos muestran el posicionamiento a favor de mantener el TdIV sin modificaciones (verde), en contra de mantener el TdIV sin modificaciones (rojo), y la conexión de un mismo concepto y actor desde ambas posiciones (gris).

4.4. Representación de activistas

En total se interpretaron y se codificaron 22 representaciones de activistas a lo largo del debate. La Figura 4 muestra la cantidad de menciones de cada representación relativa al total.

Todas las representaciones se categorizaron en tres grupos de acuerdo a su función: el primero, con función deslegitimadora desde la representación de carácter no hegemónico⁸ (41,3 %); el segundo, con legitimación desde el reconocimiento no despectivo ni estigmatizante (33,3 %); y el tercero, con función deslegitimadora desde la criminalización discursiva (25,4 %).

En cuanto al primer grupo, se hallaron doce representaciones potencialmente deslegitimadoras que asocian a las activistas con estereotipos, tales como *pesadas o perseverantes*; *desproporcionadas o dramáticas*; *entrometidas*; *sentimentales*; *hipócritas*; *aguafiestas*; *inefectivas*; *desinformadas o ignorantes*; *feminizadas*; *infantiles*; *marginales o aisladas*, y *sucias*. Por frecuencia destaca la caracterización *perseverante* de las activistas, incluyendo la presión que ejercen. En los textos analizados, esta característica ha sido remarcada tanto para protestar ante la presión del movimiento animalista, como para alabar y apoyar la labor. En otras ocasiones, las activistas han sido representadas como *entrometidas* en una actividad ajena, el torneo. En el caso concreto de las declaraciones de los participantes del torneo, estos denuncian la intromisión de las activistas e insisten en la *incomprensión* o el desconocimiento de las personas externas a Tordesillas con respecto al torneo.

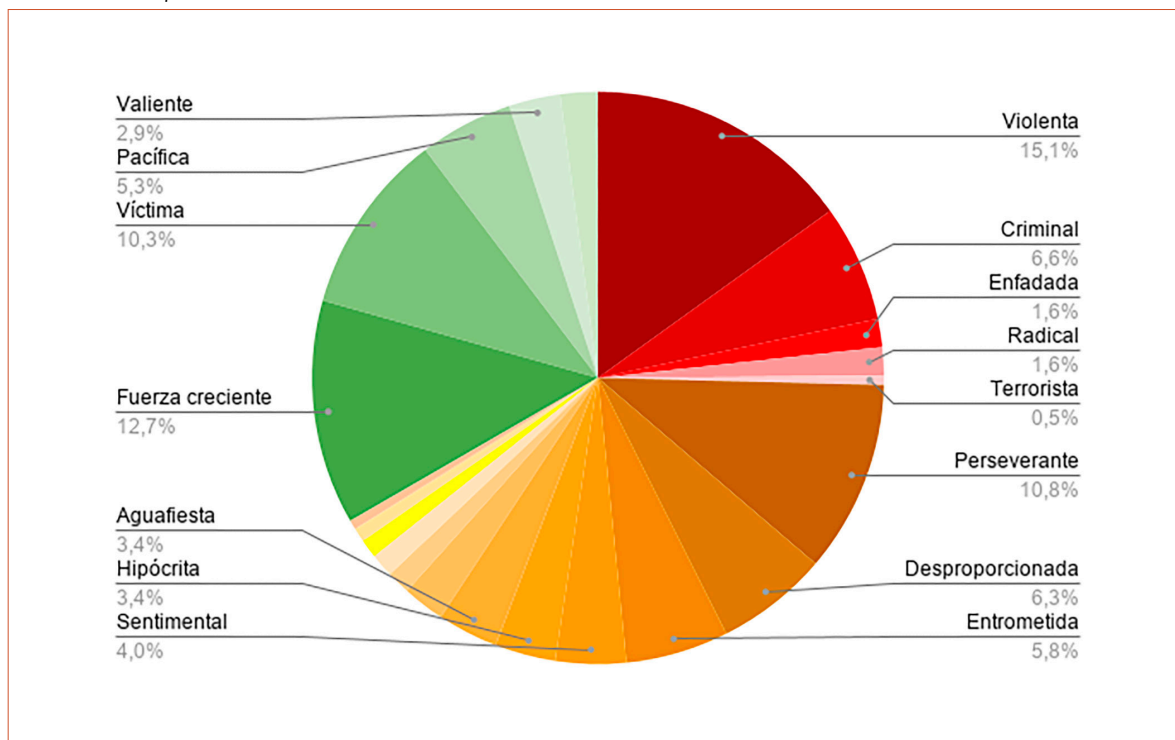
Asimismo, varias representaciones destacan el carácter *desproporcionado o dramático* de las acciones de las activistas en relación a otros comportamientos normalizados por el *statu quo* antropocéntrico (i.e., uso de animales para entretenimiento o alimentación). En varias ocasiones, esta representación se solapa con otras, como la que radicaliza a las activistas, o la que las infantiliza o feminiza como en el siguiente ejemplo: “[...] me parece desproporcionada la actitud de los grupos antitaurinos. Son bastante repetitivos. Atribuir a los animales sentimientos como si fueran personas debe ser por haber visto muchas películas de Disney” (Rostam, 2008, p. 14).

Por otra parte, el segundo tipo de discurso deslegitimador emplea representaciones potencialmente criminalizadoras. El grupo de representaciones más asociado a las activistas en contra del torneo del TdIV es el que tiene que ver con un carácter *violento o criminal*. Se identifican en el corpus descripciones que incluyen gritos, insultos o violencia física. En relación a esta representación, también aparecen realizando actividades constitutivas de delito, o participando en enfrentamientos con agentes policiales o bajo su custodia. Esta última representación aparece mayoritariamente en piezas informativas en las que, si bien la persona periodista no se posiciona en cuanto al TdIV, la descripción de las activistas en relación a cuestiones criminales es per se negativa. En contadas ocasiones también son representadas como *enfadadas y radicales o extremistas*, y en una ocasión, se equipara el colectivo al terrorismo a través de su descripción como “kale borroka”.

8. Esta representación se refiere a la caracterización que muestra una desviación social de la persona hegemónica y privilegiada. El sujeto hegemónico es la clase social dominante cuya cosmovisión, cultura o valores van de acuerdo al sentido común y cuenta con una posición privilegiada, siendo una persona hegemónica aquella de clase social dominante y perteneciente al *statu quo* (i.e., hombre, blanco, sin discapacidades, etc.) mientras que el sujeto no hegemónico o subalterno carece de poder político y tiene un potencial contrahegemónico para crear una nueva cultura que cuestione el orden establecido y rompa con la hegemonía (Modonesi, 2023). En este último grupo se incluirían las personas de clases sociales no dominantes con carácter no normativo.

Figura 4

Presencia de representación de activistas



Fuente. Elaboración propia.

En el grupo de representaciones legitimadoras del colectivo activista hay cinco atributos. El más frecuente hace gala de la *fuerza numérica* de las activistas como un colectivo que cada vez aglutina a más personas. En ocasiones también destaca la caracterización de *víctima* ante las agresiones de los defensores del toro; riesgo que se explicita ya en 1987 y 1991, aunque cobra fuerza a partir de 2006. En esta misma clave, las activistas también son representadas como *pacíficas*, *valientes* y *comprometidas*.

A nivel de evolución temporal, cabe destacar que antes de 2006 la representación de activistas es anecdótica —así como la cobertura mediática— y limitada a las siguientes características: *víctimas*, *perseverantes*, *aguafiestas*, *pacíficas* e *inefectivas*. La mayoría aparece a partir de 2006. Las protestas *in situ* empezaron en 2005, y por ello, su cobertura mediática aumenta. En cambio, después de 2006, aparecen las representaciones que describen un comportamiento violento o criminal, pero también aquellas que constituyen una caracterización más emocional y menos racional (especialmente, *dramática*, *sentimental*, *desinformada*, *radical*, *feminizada* e *infantil*).

5. Discusión y conclusiones

Este artículo visibiliza la red de apoyos y posicionamientos existentes en el debate sobre el torneo del Toro de la Vega, lo que permite mejorar el entendimiento del tipo de influencia social que han tenido los discursos presentados en medios en la población, en concreto en relación a su posicionamiento hacia el torneo y, potencialmente, otros festejos taurinos.

Encontramos que, si bien hay dos coaliciones discursivas principales, casi una tercera parte del contenido codificado en el debate era de posición ambigua o ambivalente. De manera similar, destaca que la ambigüedad o ambivalencia encontrada en casi una tercera parte de los conceptos codificados va de la mano de una supuesta neutralidad periodística. Esta ambigüedad da voz a ambas partes del debate sin cuestionar la violencia ejercida contra los toros. Además de legitimar el torneo desde la aparente imparcialidad, contribuye a una dimensión discursiva de la criminalización que concuerda con la previamente identificada en el Estado español (Josse, 2021).

La coalición con mayor presencia, tanto en número de actores como en menciones, es aquella contraria al torneo. Los resultados respaldan que el inicio de protestas activistas aumentó la cobertura mediática, generando mayor participación por parte de más actores a la vez que aumentó la representación de activistas. También se identificó un cambio en los conceptos empleados por ambas coaliciones en el último periodo, coincidiendo con un aumento de esfuerzos a través de la legislación por parte de actores contrarios al torneo. Esto permite inferir que el debate ha estado condicionado por el tipo de acciones que la coalición contraria realizaba; esto es, cuando se centraban en la *crueledad* o la *europaización* la coalición a favor del torneo no empleaba los mismos argumentos, pero al pasar a las demostraciones públicas *in situ* el debate gira alrededor de la *tradición* o *cultura*, y es cuando empiezan las iniciativas y cambios de ley que cobran importancia el *derecho* o la *libertad* para los defensores del torneo, llegando a tachar el debate como una cuestión de “guerra cultural” acompañada de lenguaje bélico, fenómeno también identificado en otras investigaciones contemporáneas sobre defensores de la tauromaquia (Aranceta-Reboredo, 2025) o el anti-animalismo (Hannan, 2024).

A raíz del inicio de las protestas, la coalición a favor del torneo del TdIV hace uso de representaciones que, en su mayoría, deslegitiman los argumentos de las activistas mediante su estigmatización. Para ello, se sirven de estereotipos que representan cualidades contrarias a las del sujeto hegemónico y que constituyen un sujeto con menos legitimidad en el debate. Este análisis aporta resultados en sintonía con investigaciones previas sobre la representación mediática de activistas animalistas y estereotipos asociados (Cole & Morgan, 2011; Masterman-Smith et al., 2014; Riley, 2022; Skinazi, 2019; Sorenson, 2016; Twine, 2014; Wrenn, 2025). Según nuestros resultados, esta coalición hace uso de las técnicas habituales de negación en la tauromaquia, que describe como la negación del daño y la negación de la existencia de la víctima; la condena de quienes son críticas con esas prácticas; y el recurso a lealtades superiores, en este caso, la preservación de la cultura y la tradición como argumentos legitimadores (Puente-Guerrero, 2024, p. 157).

Por otra parte, se identificó un debate paralelo al del TdIV sobre el proceso de modernización del Estado y el ansia social de progreso en ambas coaliciones. Mientras la coalición taurina se aferra a un discurso tradicionalista, la antitaurina aboga por las ideas relacionadas con el progreso moral, la modernización y la aproximación a la Unión Europea. Este debate coincide con la identificación de la tauromaquia como cuestión que dificultó la integración del Estado como “civilizado” en Europa (Bailey, 2007; Valor et al., 2021). Un indicativo de esta ansia social de progreso podría ser el cambio de posicionamiento del PP (Alianza Popular hasta 1989), un partido político que previamente se posicionaba en contra de modificar el torneo pero que en 2016 llegó a defender la modificación del TdIV para adaptarlo a la sociedad moderna: “lo que era propio de la moral y de la ética vigente hace cientos de años, evidentemente no lo es hoy” (Cortes de Castilla y León, 2016, p. 2929).

Los resultados del análisis muestran que la mayoría del debate no trata sobre el propio toro, sino sobre aquello que usar al toro representa. Es por ello que la principal diferencia de aproximación, sobre todo en el último periodo, reside en la consideración de los toros como individuos sintientes (coalición contraria) o como símbolo (coalición pro-TdlV). Este resultado nos retrotrae a conclusiones de las investigaciones previas que concluyen que el debate sobre los derechos animales queda en segundo plano por priorizar los temas relativos a los humanos (Cole & Morgan, 2011; Masterman-Smith et al., 2014; Riley, 2022; Rutledge-Prior, 2023; Wrenn, 2025).

Finalmente, en cuanto a las limitaciones, las implicaciones socioculturales o históricas y las relativas al proceso de modernización en cuanto a las festividades taurinas exceden los objetivos de esta investigación, aunque creemos conveniente abordarlas en futuras investigaciones. Cabe destacar que el proceso de selección de corpus también constituye una limitación; hay piezas sobre el debate del TdlV que no han aparecido en nuestra búsqueda por las palabras clave empleadas y los periódicos seleccionados. Por otra parte, el debate regional o el internacional tampoco quedaron recogidos por dicha selección. Futuras líneas de investigación podrían ampliar la muestra, y el análisis podría verse complementado y enriquecido por entrevistas en profundidad a personas que participaron activamente en el debate.

6. Financiación y apoyos

La investigación de este artículo está financiada por dos contratos diferentes. Por un lado, la convocatoria de contratación de personal investigador en formación en la UPV/EHU 2024, PIF24/251, concedida por la Euskal Herriko Unibertsitatea/Universidad del País Vasco (EHU). Por otro lado, la subvención de contratos predoctorales para la formación de doctores PRE2021-099988, concedida por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y financiada por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y el European Social Fund Plus (ESF+).

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1.
- Curación de datos: Autor 1.
- Análisis formal: Autor 1 y 2.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 1.
- Metodología: Autor 2.
- Administración del proyecto: Autor 1 y 2.
- Recursos: No aplica.
- Software: Autor 1 y 2.
- Supervisión: No aplica.
- Visualización: Autor 1 y 2.
- Redacción: Autor 1 y 2.

8. Agradecimientos

Una versión previa de este artículo limitada al análisis de representaciones activistas se presentó en el congreso *Compassionate Futures* organizado por el proyecto COMPASS (PID2020-118926RB-100) en junio de 2025. Queremos agradecer a las siguientes personas su participación en el debate en torno al artículo: Carlos A. Aguilar-Cáceres, Sara Alarcón-Serrano, Ruth Grégori y Victor Manuel Santiago-Padilla, así como a Estela M. Díaz, Irene García Ureta, Leire Morrás Aranoa, Aintzane Rincón y Sara Vidal-Ramón por sus comentarios y sugerencias.

9. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se utilizó inteligencia artificial para ningún aspecto del mismo.

Semblanza de los/as autores/as

Irene Barañano-Díaz ha cursado los estudios de Traducción y Periodismo y el máster de Comunicación Multimedia en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Actualmente es investigadora predoctoral del programa de Comunicación Social de dicha universidad y miembro del grupo de investigación Experiencia Moderna (UPV/EHU). Trabaja en el campo de los Estudios Críticos Animales y de los Medios de Comunicación, y en el área de la ética animal. En su proyecto de tesis doctoral investiga cómo los medios de comunicación han representado al colectivo de activistas por la liberación animal a través del análisis de los medios de comunicación y la historia oral.

Olatz Aranceta-Reboredo tiene un doctorado en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra (UPF, 2025). Posee una licenciatura en Estudios Ingleses por la Universidad del País Vasco (2020) y una maestría en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diferencia (UPF). Su tesis doctoral examinó los discursos públicos y mediáticos que legitiman el entretenimiento basado en animales y analizó cómo los actores institucionales e industriales construyen narrativas que sostienen el apoyo social a sus prácticas frente al aumento de preocupación social. Su investigación adopta perspectivas críticas e interdisciplinarias, enfocándose en estudios críticos sobre los animales, comunicación persuasiva y estudios culturales y mediáticos.

Referencias

- Álvarez, S. (2006). La corrida fin de siècle: Un loisir controversé (parcours dans la presse de 1890 à 1915). En S. Salaün & F. Étienne (Eds.), *Ocio y ocios, du loisir aux loisirs (Espagne XVIIIe-XXe siècles)* (pp. 275-298). Centre de Recherche sur l'Espagne Contemporaine, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3. <https://lcrec-paris3.fr/wp-content/uploads/2011/07/14-alvarez.pdf>
- Almiron, N. & Moreno, J.A. (2021). "Think tanks" neoliberales y falsos debates: La propuesta del impuesto a la carne para combatir la crisis climática. En D. Rodrigo Cano, R. Mancinas Chávez & R. Fernández-Reyes (Coords.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 224-251). Dykinson. <https://www.dykinson.com/libros/la-comunicacion-del-cambio-climatico-una-herramienta-ante-el-gran-desafio/9788413776439/>

- Aranceta-Reboredo, O. (2025). Antianimalismo: un estudio exploratorio de lobbies y discursos reaccionarios en el contexto español. En N. Almiron & E.M. Díaz (Eds.), *Compasión y especismo*, (pp. 181-200). Dykinson. <https://doi.org/10.14679/4380>
- Aranceta-Reboredo, O., Morrás Aranoa, L., & Almiron, N. (2025). Fighting Breeds and Athletes: How Lobby Groups Frame Animal-Based Entertainment in Spain. *Perspectivas de La Comunicación*, 18(4), <https://doi.org/10.56754/0718-4867.2025.3771>
- Aranceta-Reboredo, O., & Moreno, J. A. (2025). Coaliciones discursivas y animales para entretenimiento: El debate de la “Ley de Bienestar Animal” en la prensa española. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(23), raeic122314. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.14>
- Audiencias del miércoles 26 de agosto: La que se avecina continúa... (27 de agosto de 2009). Vertele. https://www.eldiario.es/vertele/audiencias-tv/audiencias-miercoles-agosto-avecina-continua_1_7771206.html
- Bailey, C. (2007). «Africa Begins at the Pyrenees»: Moral Outrage, Hypocrisy, and the Spanish Bullfight. *Ethics and the Environment*, 12(1), 23-37.
- Berzal, E. (14 de septiembre de 2013). Ya no se puede matar al Toro de la Vega. *El Norte de Castilla*. <https://www.elnortedecastilla.es/20130912/local/valladolid/puede-matar-toro-vega-201309122122.html>
- Berzal, E. (14 de septiembre de 2015). Cuando Franco limitó el Toro de la Vega. *El Norte de Castilla*. <https://www.elnortedecastilla.es/valladolid/20150914/cuando-franco-limite-toro-20150913095445.html>
- Blanco, J.C. (16 de septiembre de 2015). Cuando el Toro de la Vega estuvo prohibido por el franquismo. *El País*. https://elpais.com/cultura/2015/09/16/actualidad/1442405566_298524.html
- Brookes, G., & Chałupnik, M. (2023). Militant, annoying and sexy: A corpus-based study of representations of vegans in the British press. *Critical Discourse Studies*, 20(2), 218-236. <https://doi.org/10.1080/17405904.2022.2055592>
- Codina Segovia, J. I. (2018). *El pensamiento antitaurino en España, de la ilustración del XVIII hasta la actualidad*. Universitat de les Illes Balears. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=214795>
- Codina Segovia, J. I. (2020). Legislación civil y religiosa contra la tauromaquia: Prohibiciones históricas de los espectáculos taurinos en España entre 1567 y 1936. *dA. Derecho Animal: Forum of Animal Law Studies*, 11(3), 39-64.
- Cole, M. (2008). Asceticism and hedonism in research discourses of veg*anism. *British Food Journal*, 110(7), 706-716. <https://doi.org/10.1108/00070700810887176>
- Cole, M., & Morgan, K. (2011). Vegaphobia: Derogatory discourses of veganism and the reproduction of speciesism in UK national newspapers. *The British Journal of Sociology*, 62(1), 134-153. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2010.01348.x>
- Cortes de Castilla y León. (2016). Diario de sesiones de las Cortes de Castilla y León. Pleno del 8 de junio de 2016 - IX LEGISLATURA. DS(P) - N.º 35 (pp. 2926-2943). <https://sirdoc.ccyl.es/sirdoc/PDF/PUBLOFI/DS/PLN/9L/DSPLN0900035A.pdf#view=fit&messages=0>
- Díaz, E. M. (2019). Emerging Attitudes towards Nonhuman Animals among Spanish University Students. *Society & Animals*, 27(2), 197-223. <https://doi.org/10.1163/15685306-12341490>
- Fairclough, N. (1998). *Language and power* (11. impr). Longman.
- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (Nachdr.). Longman.
- Fernández, D. (10 de julio de 2006). Cada año se maltratan 60.000 animales en nuestras fiestas. *20Minutos*. <https://www.20minutos.es/cinemanía/noticias/tenia-que-pasar-ahora-es-kevin-feige-quien-responde-a-scorsese-139294/>

- Fundación BBVA. (2022). *Estudio Fundación BBVA Visión y Actitudes hacia los Animales en la Sociedad Española*. Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2022/01/Presentacion-Estudio-de-Animales.pdf>
- Fundación BBVA. (2025). *Estudio Fundación BBVA Percepciones de La Naturaleza y Los Animales*. Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. <https://www.fbbva.es/noticias/estudio-opinion-publica-animales-espana-2025/>
- Leifeld, P. (2017). Discourse network analysis: Policy debates as dynamic networks. En J. N. Victor, M. N. Lubell, & A. H. Montgomery (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Networks* (pp. 301-325). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190228217.001.0001>
- Gerbner, G. (1995). Animal Issues in the Media: A Groundbreaking Report. Film and Television Production Collection, 1. <https://www.wellbeingintlstudiesrepository.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=filtpro>
- Greenebaum, J. (2016). Questioning the Concept of Vegan Privilege: A Commentary. *Humanity & Society*, 41(3), 355-372. <https://doi.org/10.1177/01605976166640308>
- Hajer, M. A. (1993). Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain. En F. Fischer & J. Forester (Eds.), *The argumentative turn in policy analysis and planning*, (pp. 43-76). Duke University Press.
- Hannan, J. (2024). 'But bacon!' The Performative Violence of Anti-Vegan Trolling. En G. Hunnicutt, R. Twine & K. Mentor (Eds.), *Violence and harm in the animal industrial complex: Human-animal entanglements*, (pp. 54-67). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003441908-5>
- Hernández, C. (10 de septiembre de 2007). Unos 700 antitaurinos se manifiestan en Tordesillas contra el Toro de la Vega. ABC.
- Josse, M. (2021). *Repression and Animal Advocacy* [Tesis doctoral, University of Leicester]. <https://doi.org/10.25392/leicester.data.18319376.v1>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2.ª ed.). Sage.
- Kruse, C. R. (2001). The Movement and the Media: Framing the Debate Over Animal Experimentation. *Political Communication*, 18(1), 67-87. <https://doi.org/10.1080/10584600150217668>
- Martín Arias, L. (2009). El Toro de la Vega: Fiesta e ideología. *Trama y Fondo: Revista de Cultura*, (27), 9-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3323944>
- Masterman-Smith, H., Ragusa, A., & Crampton, A. (2014). Reproducing Speciesism: A content analysis of Australian media representations of veganism. 2014 *Proceedings of The Australian Sociological Association (TASA) Conference*, 1-13. https://www.researchgate.net/publication/274253326_Reproducing_speciesism_a_content_analysis_of_Australian_media_representations_of_veganism
- Modonesi, M. (2023). *Gramsci y el sujeto político*. Akal.
- Molloy, C. (2011). *Popular Media and Animals*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230306240>
- Morán, C. (18 de septiembre de 2008). ¿Por qué seguimos siendo tan salvajes? *El País*. https://elpais.com/diario/2008/09/18/sociedad/1221688801_850215.html
- Moreno, J. A. (2025). Marcar la agenda mediática: aportaciones desde el estudio de las coaliciones discursivas en prensa española sobre tres industrias basadas en animales. En N. Almiron & E.M. Díaz (Eds.), *Compasión y especismo. Grupos de presión, discurso y lobby del complejo industrial animal en España*, (pp. 163-180). Dykinson. <https://doi.org/10.14679/4380>

- Moreno, J. A., Fernández, L., & Almiron, N. (2026). Redes discursivas en el debate sobre experimentación animal en prensa española sobre el caso Vivotecnía. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 26(1) e3721. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3721>
- Otegui, A., Fraiz-Brea, J. A., & Araújo, N. (2023). The Ethical Attitudes of Generation Z in Spain Toward Animal-Based Tourism Attractions. *Tourism*, 71(2): 285–300. <https://doi.org/10.37741/t.71.2.4>
- PACMA. (2025). Adiós al Toro de La Vega: PACMA gana el Contencioso que sentencia el histórico Torneo. <https://pacma.es/notas-de-prensa/adios-al-toro-de-la-vega-pacma-gana-el-contencioso-que-sentencia-el-historico-torneo/>
- Paradis, A. (29 de septiembre de 2011). Cartas al director. *El País*. https://elpais.com/diario/2011/09/29/opinion/1317247209_850215.html
- Pérez Mendoza, S. (10 de septiembre de 2016). Cuando los animalistas íbamos a Tordesillas algunos vecinos nos esperaban con garrotas. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/sociedad/activista-tordesillas-autobuses-agresionesprotesta_1_3844708.html
- Plehwe, D. (2011). Transnational discourse coalitions and monetary policy: Argentina and the limited powers of the 'Washington Consensus'. *Critical Policy Studies*, 5(2), 127–148. <https://doi.org/10.1080/19460171.2011.576521>
- Puente-Guerrero, P. (2024). The Arena of Controversy: Bullfighting and Its Implications in Modern Spanish Society. En G. Hunnicutt, R. Twine, & K. Mentor (Eds.), *Violence and Harm in the Animal Industrial Complex: Human-Animal Entanglements* (pp. 148–164). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003441908-13>
- Riley, N. (2022). 'PC-ravaged clowns or plant-powered pioneers?' UK Newspaper Portrayals of Veganism in 2020. *Journal for Critical Animal Studies*, 19(2), 53–83. <https://journalforcriticalanimalstudies.org/wp-content/uploads/2022/11/JCAS-Vol-19-Iss-2-November-2022-Final-Draft.pdf>
- Rivera-Martín, B. (2023). Image and media discourse of animal rights in Spain: The Law on the Protection, Rights and Welfare of Animals in the general and specialised press. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 13(2), 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4566>
- Rostam. (2 de septiembre de 2008). Dicho en 20 minutos. *20 minutos.es*. Toro de la Vega. 20 minutos.
- Rutledge-Prior, S. (2023). Vegans and "Green-Collared Criminals": The Depoliticization of Animal Advocacy in Public Discourse. *Polity*, 56(1), 91–117. <https://doi.org/10.1086/727840>
- Sánchez-Girón, J. (2017). *El tratamiento informativo del maltrato animal en la prensa digital española* [Trabajo de fin de Máster, Universidad Miguel Hernández de Elche]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36617.29282/1>
- Skinazi, S. (2019). *Animal People: Freaks, Elitists, Fanatics, and Haters in U.S. Discourses about Veganism (1995–2019)* [Tesis doctoral, UC Santa Cruz]. <https://escholarship.org/uc/item/4hb8n962>
- Sorenson, J. (2016). *Constructing Ecoterrorism: Capitalism, Speciesism and Animal Rights*. Fernwood Publishing. <https://fernwoodpublishing.ca/book/constructing-ecoterrorism555>
- Twine, R. (2014). Vegan Killjoys at the Table—Contesting Happiness and Negotiating Relationships with Food Practices. *Societies*, 4(4), 623–639. <https://doi.org/10.3390/soc4040623>
- Unidos contra la represión. (s.f.). El proceso. <https://unidoscontralarepresion.org/el-proceso>
- Valor, C., Lloveras, J., & Papaoikonomou, E. (2021). The Role of Emotion Discourse and Pathic Stigma in the Delegitimization of Consumer Practices. *Journal of Consumer Research*, 47(5), 636–653. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa028>

- Van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. En D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin (Eds.), *The Handbook of Discourse Analysis* (2.^a ed., pp. 466-485). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118584194.ch22>
- Wrenn, C. (2025). Selling veganism in the age of COVID: Vegan representation in British newspapers in 2020. En J. Browne & Z. Sutton (Eds.), *Human-animal relationships in times of pandemic and climate crisis: Multispecies sociology for the new normal* (pp. 104-118). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003257912-9>
- Wodak, R. (2014). Critical discourse analysis. En C. Leung & B. V. Street (Eds.), *The Routledge companion to English studies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315852515>

Compasión y animales en el discurso político peruano: casos municipales y legislativos

Compassion and Animals in Peruvian Political Discourse: Municipal and Legislative Cases

Juan José Soza-Herrera

Universidad de San Martín de Porres | Avenida Tomás Marsano, Surquillo-Lima | Perú

 0000-0001-9733-1866 | juanjo.soza@gmail.com

Recepción 25/03/2026 · Aceptación 03/08/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

Este estudio analiza cómo tres discursos políticos producidos en el Perú entre 2022 y 2025 representan a los animales y movilizan la compasión en los ámbitos municipal y legislativo. El problema adquiere relevancia en un contexto marcado por la Ley N.º 30407, que reconoce a los animales vertebrados domésticos y silvestres mantenidos en cautiverio como seres sensibles, y por la posterior ampliación de responsabilidades públicas en materia de adopción e identificación de animales de compañía. Mediante un diseño cualitativo interpretativo y análisis crítico del discurso, se examina un corpus intencional compuesto por una intervención de George Forsyth en un debate electoral, publicaciones y propuestas municipales de Rafael López Aliaga y el Proyecto de Ley N.º 10828/2024-CR promovido por Magaly Ruiz. El análisis atiende a las denominaciones atribuidas a los animales, la construcción del problema público, las responsabilidades asignadas y las respuestas políticas propuestas. Los resultados identifican tres modalidades analíticas de compasión: institucional-gestionaria, moral-pedagógica y jurídico-simbólica. Los casos comparten vocabularios de abandono, sensibilidad, cuidado y protección, sin que estas coincidencias impliquen una estrategia coordinada entre los actores. Asimismo, la recontextualización periodística introduce contraencuadres centrados en la evidencia, la viabilidad y la responsabilidad institucional. Se concluye que la compasión funciona como un repertorio flexible de autopresentación política, cuya forma depende de la arena institucional, el género discursivo y el tipo de intervención propuesta.

Palabras clave: análisis crítico del discurso, bienestar animal, compasión, comunicación política, Perú.

Abstract

This study examines how three political discourses produced in Peru between 2022 and 2025 represent animals and mobilize compassion in municipal and legislative arenas. The issue is relevant in a context shaped by Law No. 30407, which recognizes domestic vertebrates and captive wild animals as sentient beings, and by subsequent legislation expanding public responsibilities regarding the adoption and identification of companion animals. Using an interpretive qualitative design and Critical Discourse Analysis, the study examines a purposive corpus consisting of George Forsyth's intervention in a municipal electoral debate, Rafael López Aliaga's municipal proposals and campaign publications, and Bill No. 10828/2024-CR promoted by Magaly Ruiz. The analysis focuses on the labels assigned to animals, the construction of the public problem, the responsibilities attributed to different actors, and the proposed political

Cómo citar: Soza-Herrera, J. J. (2026). Compasión y animales en el discurso político peruano: casos municipales y legislativos. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 60-72. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.03>



responses. The findings identify three analytical modes of compassion: institutional-managerial, moral-pedagogical, and legal-symbolic. Although the cases share vocabularies of abandonment, sentience, care, and protection, they do not provide evidence of a discourse coalition or a coordinated strategy. Journalistic recontextualization also introduces counterframes centered on evidence, feasibility, and institutional responsibility. Compassion is therefore interpreted as a flexible repertoire of political self-presentation whose form varies according to the institutional arena, discursive genre, and type of proposed intervention.

Keywords: animal welfare, compassion, critical discourse analysis, political communication, Perú.

1. Introducción

En las últimas décadas, la cuestión animal ha adquirido una presencia creciente en agendas públicas, debates legislativos y espacios de comunicación política. Los animales ya no aparecen únicamente como objetos de regulación sanitaria, propiedad o control urbano, sino también como seres vulnerables cuya capacidad de sufrir se utiliza para justificar obligaciones de cuidado y protección. Este desplazamiento se relaciona con cambios en las sensibilidades sociales y con la expansión de marcos políticos que incorporan la vida no humana a la deliberación pública (Clark et al., 2024; Mutanen, 2025).

En el Perú, este proceso cuenta con un antecedente normativo central: la Ley N.º 30407, Ley de Protección y Bienestar Animal (Congreso de la República del Perú, 2016). La norma protege la vida y la salud de los animales vertebrados domésticos y silvestres mantenidos en cautiverio, prohíbe actos de maltrato y crueldad, fomenta la educación para el respeto de la vida animal y los reconoce como seres sensibles. También atribuye responsabilidades a autoridades nacionales, regionales y locales e incorporó al Código Penal sanciones por abandono y crueldad. La Ley N.º 31807 (Congreso de la República del Perú, 2023) amplió este marco al regular la identificación de animales de compañía y la participación de los gobiernos locales en campañas de adopción y seguimiento de animales abandonados. Por tanto, las propuestas municipales y legislativas analizadas en este estudio no surgen en un vacío jurídico, sino en un campo institucional que ya dispone de categorías como protección, bienestar, sensibilidad, abandono y responsabilidad pública.

La coyuntura comprendida entre las elecciones municipales de 2022 y la presentación, en 2025, de un proyecto para declarar un día nacional dedicado a los animales como seres sensibles ofrece un escenario pertinente para examinar la circulación política de esas categorías. Durante la campaña para la Municipalidad Metropolitana de Lima, candidatos con perfiles distintos incluyeron albergues, esterilización, adopción y educación ciudadana entre sus propuestas. Posteriormente, el Proyecto de Ley N.º 10828/2024-CR trasladó el reconocimiento de la sensibilidad animal al terreno conmemorativo y pedagógico. Estos acontecimientos permiten observar cómo una misma preocupación pública se formula de manera diferente según la arena institucional y el género comunicativo.

En este contexto, la compasión no debe entenderse únicamente como una emoción privada. En el discurso político puede funcionar como un juicio público sobre el sufrimiento ajeno y como un recurso mediante el cual un actor se presenta como sensible, responsable o capaz de intervenir. La comunicación sobre bienestar animal combina denominaciones afectivas, diagnósticos de abandono, propuestas técnicas y apelaciones morales. Al circular en debates televisivos, plataformas digitales,

documentos electorales, proyectos de ley y noticias, esos elementos son además seleccionados y recontextualizados por diferentes emisores (Almiron, 2024; Gómez Márquez & Garzón Díaz, 2024).

La investigación regional sobre bienestar animal ha crecido, pero se ha concentrado principalmente en producción pecuaria, actitudes, legislación y ciencias veterinarias (Gallo et al., 2022). En el campo de la comunicación, estudios de Argentina, Uruguay y otros contextos iberoamericanos han mostrado cómo medios y plataformas digitales legitiman determinadas relaciones humano-animales, silencian formas de explotación o promueven sensibilidades alternativas (Gómez Márquez & Garzón Díaz, 2024; Moreno & Almiron, 2021; Navarro & Méndez, 2021). Sin embargo, sigue siendo limitada la investigación sobre la incorporación de los animales de compañía y abandonados en el discurso político peruano, especialmente cuando se comparan propuestas municipales y legislativas.

El objetivo del artículo es analizar cómo tres discursos políticos producidos en el Perú entre 2022 y 2025 representan a los animales y movilizan la compasión como recurso de posicionamiento público en los ámbitos municipal y legislativo. Se plantean dos preguntas: ¿qué representaciones de los animales, problemas públicos y responsabilidades construyen los textos analizados? y ¿qué modalidades de compasión se articulan con las respuestas políticas propuestas? El estudio se concentra en convergencias parciales y diferencias entre repertorios discursivos, sin presuponer coordinación sostenida entre los actores.

2. Estado del arte y marco conceptual

2.1. Discurso, representación y relaciones humano-animales

Desde el análisis crítico del discurso (ACD), el lenguaje se estudia como una práctica social que contribuye a construir identidades, relaciones y formas de conocimiento. Las elecciones léxicas, las atribuciones de responsabilidad y la organización de problemas y soluciones no son neutrales: delimitan qué actores son visibles, qué experiencias se consideran relevantes y qué intervenciones aparecen como legítimas (Fairclough, 1995; van Dijk, 2008). En el presente estudio, esta perspectiva permite analizar cómo se nombra a los animales, qué atributos se les asignan y cómo esas representaciones se relacionan con propuestas de acción pública.

La literatura comunicacional ha mostrado que las representaciones de los animales distribuyen de manera desigual la sensibilidad y la consideración moral. Algunos discursos los convierten en mercancías, amenazas o recursos, mientras otros los presentan como víctimas, individuos sintientes o miembros de comunidades de cuidado (Mando & Stack, 2019; Moreno & Almiron, 2021; Navarro & Méndez, 2021). En América Latina, el análisis de plataformas digitales evidencia que el bienestar animal se comunica mediante combinaciones de información, valoración moral, imágenes afectivas y llamados a la acción (Gómez Márquez & Garzón Díaz, 2024). Estas investigaciones justifican atender no solo al contenido temático, sino también a la forma en que los géneros mediáticos y políticos recontextualizan las demandas de protección.

En este artículo, bienestar animal designa el marco institucional orientado a las condiciones de vida y trato de los animales; protección animal se refiere a medidas legales, administrativas o sociales destinadas a prevenir daño, abandono o crueldad; y defensa animal alude principalmente a la

movilización pública y activista en favor de sus intereses. El corpus utiliza sobre todo las dos primeras nociones, aunque las noticias incorporan voces de organizaciones y activistas que cuestionan el alcance de las propuestas electorales.

2.2. Compasión como juicio moral y recurso político-comunicativo

La compasión puede concebirse como una respuesta evaluativa ante el sufrimiento de un ser considerado relevante. Nussbaum (2001) subraya que las emociones contienen juicios sobre aquello que merece atención, mientras Haidt (2012) destaca el papel de las intuiciones afectivas en la valoración moral. Aplicada al discurso, esta perspectiva no permite afirmar que un mensaje produzca una emoción determinada en la audiencia, pero sí identificar recursos que invitan a leer una situación como injusta, dolorosa o merecedora de intervención.

Para efectos analíticos, se entiende por compasión discursiva la articulación de tres componentes: la representación de un ser como vulnerable o capaz de sufrir; la atribución de valor moral a esa vulnerabilidad; y la presentación de una respuesta de cuidado, protección o reconocimiento como apropiada. Esta definición permite diferenciar la compasión de otras nociones próximas, como la empatía o la solidaridad, y evita tratarla como una emoción directamente observable en los receptores.

La comunicación estratégica puede movilizar la compasión con fines diversos. Estudios sobre industrias que utilizan animales han mostrado que el lenguaje del cuidado puede coexistir con intereses organizacionales y funcionar como recurso de persuasión, reputación o legitimación (Almiron, 2024; Almiron et al., 2024; Aranceta-Reboredo & Almiron, 2024). En política, por tanto, es necesario distinguir entre el contenido protector de una propuesta y la autopresentación que produce sobre quien la formula. El análisis puede identificar una pretensión de legitimidad, pero no comprobar su eficacia sin datos de recepción.

2.3. Institucionalización del cuidado y comunicación política

La incorporación de animales a políticas municipales y marcos legislativos puede interpretarse como una ampliación de los objetos de gobierno. La biopolítica permite observar cómo la vida se vuelve materia de administración, regulación y producción de saberes (Foucault, 2007). En el caso animal, esta incorporación combina control poblacional, salubridad, identificación, adopción y protección, de modo que las racionalidades de cuidado y gestión no son necesariamente excluyentes (Message, 2023; Wu et al., 2022).

Las arenas políticas condicionan la forma que adopta ese cuidado. Un debate electoral favorece promesas condensadas y apelaciones directas; una publicación de campaña combina promoción personal y descripción programática; una noticia incorpora selección, evaluación y voces críticas; y un proyecto de ley organiza el problema mediante fórmulas normativas, exposición de motivos y mecanismos institucionales. Comparar estos géneros permite analizar no solo qué se afirma sobre los animales, sino quién lo afirma, ante qué destinatarios y mediante qué tipo de autoridad.

3. Objetivos y metodología

El estudio adopta un diseño cualitativo interpretativo y emplea el análisis crítico del discurso para examinar la relación entre representaciones, responsabilidades y respuestas políticas. La unidad de análisis está constituida por enunciados y segmentos textuales en los que actores políticos o documentos institucionales nombran a los animales, describen su situación, atribuyen obligaciones o proponen intervenciones.

El corpus se construyó mediante muestreo intencional. Se incluyeron materiales públicos producidos o difundidos entre 2022 y 2025 que cumplieran tres criterios: a) contener una propuesta explícita vinculada con animales de compañía, animales abandonados o sensibilidad animal; b) proceder de una arena municipal o legislativa peruana; y c) contar con una fuente primaria identificable o con una recontextualización periodística verificable. La selección no pretende representar la totalidad del campo político peruano, sino comparar tres configuraciones discursivas contrastantes. La composición del corpus y la función analítica asignada a cada caso se sintetizan en la Tabla 1.

Tabla 1
Composición y función analítica del corpus

Arena y actor	Documento o intervención	Fecha	Tipo de fuente	Función en el análisis
Municipal: George Forsyth, candidato de Somos Perú	Intervención sobre animales abandonados en debate electoral para la alcaldía de Lima; transcripción y verificación posterior	28 de agosto y 2 de septiembre de 2022	Declaración política primaria recontextualizada por La República y Red Ama Llulla/ Ideele Radio	Analizar la articulación entre apelación afectiva, diagnóstico urbano y propuesta de gestión municipal.
Municipal: Rafael López Aliaga, candidato de Renovación Popular	Publicación oficial sobre la "Casa de las Mascotas" y propuestas electorales recogidas por Infobae	2022 y 24 de septiembre de 2022	Publicación de campaña y recontextualización periodística	Distinguir la promesa de infraestructura de los componentes educativos y de la evaluación crítica incorporada por el medio.
Legislativa: Magaly Ruiz, congresista de Alianza para el Progreso	Proyecto de Ley N.º 10828/2024-CR y notas periodísticas sobre su presentación	11 y 28-29 de abril de 2025	Documento legislativo primario y cobertura periodística	Examinar la traducción de la sensibilidad animal a una efeméride, actividades pedagógicas y obligaciones institucionales.

Fuente. Elaboración propia.

El análisis se desarrolló en cuatro etapas. Primero, se clasificaron los materiales según emisor, género, arena institucional y carácter primario o secundario. Segundo, se realizó una lectura

detallada para identificar denominaciones, predicaciones, metáforas, modalidades de obligación y cadenas problema-solución. Tercero, los segmentos se organizaron en una matriz comparativa con seis dimensiones: representación del animal, problema público, destinatario, actor responsable, respuesta propuesta y vocabulario afectivo-moral. Cuarto, se contrastaron los casos para identificar convergencias y diferencias sin asumir coordinación entre los actores.

Las modalidades de compasión se construyeron de manera abductiva, combinando la definición teórica con la revisión iterativa del corpus. La compasión institucional-gestionaria designa enunciados que vinculan la vulnerabilidad animal con servicios, infraestructura o instrumentos administrativos. La compasión moral-pedagógica corresponde a enunciados que presentan el cuidado como valor que debe aprenderse y orientar la conducta ciudadana. La compasión jurídico-simbólica refiere a la traducción del sufrimiento y la sensibilidad al lenguaje del reconocimiento estatal, la conmemoración y la difusión normativa. Estas modalidades son categorías analíticas del estudio, no expresiones utilizadas literalmente por los actores.

Para fortalecer la credibilidad, se trianguló entre fuentes primarias y recontextualizaciones periodísticas, se conservaron casos que cuestionaban las propuestas y se registraron las decisiones de codificación. La interpretación fue realizada por un único investigador; por ello, no se afirma la confiabilidad entre codificadores. Como criterio de reflexividad, se reconoce que el interés por la comunicación política y las emociones públicas orientó la selección de categorías. Para limitar ese sesgo, las inferencias se vincularon con fragmentos identificables y se evitó atribuir intenciones subjetivas o efectos de recepción no observados. Todos los materiales analizados son de acceso público y no se utilizaron datos personales privados.

4. Resultados

4.1. Compasión institucional-gestionaria en el debate municipal

La primera modalidad se identifica en la intervención de George Forsyth durante el debate municipal de agosto de 2022 (Política LR, 2022). Se denomina compasión institucional-gestionaria porque la representación de los animales como seres abandonados se conecta de manera inmediata con infraestructura, servicios sanitarios y responsabilidades municipales. El enunciado se dirige al electorado limeño y forma parte de una secuencia de promesas sobre programas sociales y gestión urbana.

El candidato introduce el tema mediante la expresión “nuestros más fieles amigos”, que aproxima a los animales al espacio de la amistad y activa una relación afectiva con el destinatario. A continuación, los denomina “perritos callejeros abandonados”. El diminutivo suaviza la denominación y refuerza una imagen de dependencia, mientras el adjetivo abandonados sitúa el daño en una falta de cuidado humano. La combinación convierte a los perros en sujetos vulnerables y, simultáneamente, presenta su presencia en la calle como un problema de alcance metropolitano.

La respuesta propuesta se organiza como una cadena de acciones: implementar una política municipal, crear “albergues en todos los distritos de Lima”, ofrecer desparasitación y esterilización, convocar a veterinarios y conceder beneficios tributarios. El desplazamiento desde “amigos” hacia albergues

y servicios muestra cómo la apelación afectiva se traduce en un programa de gestión. El municipio aparece como coordinador de infraestructura, salud animal e incentivos para profesionales privados.

La recontextualización periodística introduce, sin embargo, una tensión relevante. Red Ama Llulla (2022) verificó que la cifra de más de cuatro millones de perros callejeros utilizada para dimensionar el problema no contaba con respaldo oficial. Luján Quispe (2022), en Infobae, añadió críticas de activistas sobre la falta de diagnóstico, presupuesto y definición de competencias. De este modo, el mismo discurso que proyecta capacidad operativa queda sometido a un contraencuadre basado en evidencia, viabilidad y responsabilidad institucional. La modalidad de compasión identificada no deriva solo del vocabulario afectivo, sino de su articulación con una promesa administrativa cuya consistencia es discutida públicamente.

4.2. Compasión moral-pedagógica en la campaña municipal

La segunda modalidad aparece en materiales vinculados con la campaña municipal de Rafael López Aliaga. Se denomina compasión moral-pedagógica porque el cuidado de los animales se presenta no solo como prestación municipal, sino como conducta que debe ser enseñada, difundida y convertida en norma ciudadana. En este caso es necesario distinguir entre la publicación del actor político y la reconstrucción realizada por la prensa.

En la publicación oficial de López Aliaga (2022), la promesa “Haremos realidad la Casa de las Mascotas” se acompaña de su definición como albergue para recibir animales abandonados y brindarles atención. El nombre Casa de las Mascotas sustituye la denominación administrativa albergue por una imagen doméstica de refugio y pertenencia. El uso del futuro en primera persona plural construye una voz de compromiso y presenta al equipo político como agente capaz de convertir la promesa en una institución visible.

Luján Quispe (2022), en Infobae, recontextualiza la propuesta como la creación de “varios albergues denominados Casa de la Mascota” y señala que el plan también menciona una “cultura de respeto hacia los animales” y un “plan pedagógico”. Estos dos últimos componentes desplazan el destinatario de la intervención: el animal continúa siendo objeto de protección, pero la ciudadanía se convierte en sujeto que debe aprender respeto, responsabilidad y prácticas de cuidado. La compasión se formula, de este modo, como una disposición social que requiere educación y sensibilización.

El medio no reproduce la propuesta de manera neutral. Incorpora voces de activistas que cuestionan la falta de un plan de acción, de sustento económico y de un diagnóstico sobre animales abandonados. También contrasta la promoción de albergues con medidas preventivas como esterilización, sanción del abandono y regulación de la venta. Esta presencia de argumentos críticos muestra que la moralización del cuidado es disputada: no basta con enunciar respeto o sensibilidad, sino que se exige relacionarlos con mecanismos viables y con las causas estructurales del abandono.

En conjunto, la modalidad moral-pedagógica se sostiene en tres recursos observables: la domesticación simbólica del albergue mediante la palabra casa, la apelación a una cultura de respeto y la propuesta de un plan educativo. Su función principal es representar el cuidado animal como

indicador de conducta cívica, aunque la cobertura periodística limita la pretensión de eficacia al exponer vacíos programáticos.

4.3. Compasión jurídico-simbólica en la iniciativa legislativa

La tercera modalidad se observa en el Proyecto de Ley N.º 10828/2024-CR (Congreso de la República del Perú, 2025), presentado por Magaly Ruiz y otros congresistas. Se denomina compasión jurídico-simbólica porque la sensibilidad animal se traduce en una efeméride oficial, actividades de divulgación y responsabilidades de coordinación estatal. A diferencia de los casos municipales, el texto no ofrece un servicio directo, sino un dispositivo de reconocimiento y pedagogía pública. La presentación de la iniciativa también fue recontextualizada en la prensa nacional (Muñoz, 2025; Villacís, 2025).

La fórmula “animales en condición de seres sensibles que no tienen voz” cumple una función central. Seres sensibles remite a la categoría ya reconocida por la Ley N.º 30407, mientras que no tienen voz representa a los animales como dependientes de mediación humana. Esta segunda expresión intensifica la vulnerabilidad y legitima que instituciones y legisladores hablen en su nombre. El proyecto vincula esa representación con verbos y sustantivos normativos como reivindicar derechos, promover prácticas éticas, garantizar bienestar, trato digno y protección.

El desplazamiento discursivo no consiste en crear por primera vez la condición jurídica de ser sensible. La exposición de motivos cita expresamente el artículo 14 de la Ley N.º 30407 y reconoce que la iniciativa no modifica ni deroga la legislación vigente. Su novedad se sitúa en la visibilidad pública: declarar el 4 de octubre como día nacional, organizar conferencias, ferias y charlas, divulgar la ley y encargar al Ministerio de Educación la coordinación de actividades. La sensibilidad se convierte así en contenido de comunicación institucional y educación pública.

La sección de costo-beneficio explicita el repertorio afectivo del proyecto al asociar el bienestar animal con empatía, compasión, responsabilidad, cuidado y solidaridad. Estas nociones no cumplen la misma función. Empatía y compasión aparecen como disposiciones hacia el sufrimiento; responsabilidad y cuidado se presentan como normas de conducta; y solidaridad amplía el problema hacia una relación colectiva. El texto legislativo articula, por tanto, reconocimiento moral, difusión pedagógica y autoridad estatal.

Esta modalidad posee también una ambivalencia. La creación de una fecha conmemorativa puede ampliar la presencia pública del bienestar animal, pero el proyecto prevé que las actividades se financien con presupuestos existentes y no establece nuevas sanciones ni servicios específicos. El resultado es un reconocimiento institucional de alta densidad simbólica y alcance material limitado, característica que debe distinguirse de una reforma jurídica sustantiva. La Tabla 2 sintetiza comparativamente las representaciones, problemas, respuestas y modalidades analíticas identificadas en los tres casos.

Tabla 2

Síntesis comparativa de las modalidades discursivas de compasión

Caso y género	Representación del animal	Problema construido	Respuesta propuesta	Modalidad analítica	Imagen política proyectada
Forsyth: debate electoral	Amigo fiel y perro abandonado	Abandono y presencia callejera como problema metropolitano	Albergues, desparasitación, esterilización y coordinación veterinaria	Institucional-gestionaria	Actor municipal sensible y operativo.
López Aliaga: publicación de campaña y cobertura periodística	Mascota abandonada que necesita casa, atención y adopción	Abandono y déficit de cultura de respeto	Casa de las Mascotas, albergues, sensibilización y plan pedagógico	Moral-pedagógica	Actor que ofrece refugio y orientación cívica, sometido a críticas de viabilidad.
Ruiz: proyecto de ley	Ser sensible "sin voz" y titular de dignidad	Persistencia del maltrato y baja visibilidad de la legislación	Día nacional, divulgación, actividades educativas y coordinación estatal	Jurídico-simbólica	Actora legislativa que amplía el reconocimiento público y pedagógico.

Fuente. Elaboración propia.

5. Discusión

Los resultados muestran convergencias parciales en la representación de los animales como seres abandonados, sensibles y merecedores de protección. El corpus no documenta coordinación, interacción sostenida ni una estrategia común entre los actores. Lo que se observa es la circulación de un vocabulario compartido que cada arena reordena de acuerdo con sus competencias y finalidades.

La comparación permite identificar una relación estrecha entre género discursivo y modalidad de compasión. En el debate electoral, la brevedad y la competencia por atención favorecen la unión de una apelación afectiva con una promesa de infraestructura. En la publicación de campaña, la metáfora doméstica de la casa y el futuro de compromiso refuerzan la autopresentación del candidato. En el proyecto de ley, la fórmula jurídica, la exposición de motivos y los mecanismos de coordinación convierten la sensibilidad en un objeto de divulgación institucional. Por ello, las modalidades no deben interpretarse como emociones diferentes, sino como formas de organizar discursivamente la vulnerabilidad y la respuesta pública.

Los casos municipales también revelan la continuidad entre protección y gestión. La Ley N.º 30407 ya atribuye responsabilidades públicas en materia de bienestar animal, y la Ley N.º 31807 incorpora la adopción, identificación y seguimiento con participación de los gobiernos locales. Las propuestas de albergues, esterilización y adopción se insertan en ese marco, pero la cobertura periodística muestra que su legitimidad programática depende de diagnósticos, presupuestos y distribución clara de competencias. Desde una lectura biopolítica, los animales son incorporados a la administración urbana mediante dispositivos de población, salud, identificación y refugio; al mismo tiempo, son presentados como vidas que merecen cuidado.

La iniciativa legislativa muestra otra forma de institucionalización. Al reiterar la categoría ser sensible ya existente en la legislación, el proyecto no modifica el estatus jurídico de los animales, sino que busca aumentar su visibilidad y convertir la norma en contenido pedagógico. Este hallazgo coincide con investigaciones que han mostrado que las políticas de bienestar animal combinan reconocimiento ético, regulación y disputas sobre el alcance material de la protección (Message, 2023; Wu et al., 2022). La conmemoración puede ampliar el círculo de atención pública, pero su efecto no debe confundirse con una mejora comprobada de las condiciones de vida.

El análisis también confirma la importancia de la recontextualización mediática. Las noticias no son simples depósitos de declaraciones: seleccionan fragmentos, incorporan voces expertas y construyen contraargumentos. En los casos de Forsyth y López Aliaga, la prensa contrapone el lenguaje del cuidado con cuestionamientos sobre datos, presupuesto y eficacia. Este hallazgo se relaciona con estudios que muestran que los medios pueden tanto legitimar como disputar narrativas sobre animales y responsabilidad humana (Gómez Márquez & Garzón Díaz, 2024; Moreno & Almiron, 2021; Navarro & Méndez, 2021).

La principal contribución del estudio consiste en mostrar que la compasión funciona como un repertorio político flexible. Puede sustentar una imagen de capacidad de gestión, una apelación a la educación moral o una iniciativa de reconocimiento legislativo. En todos los casos, la compasión contribuye a la autopresentación de los actores como sensibles y responsables, pero el diseño no permite afirmar que esa estrategia produzca efectivamente legitimidad, adhesión o emociones específicas en la ciudadanía. Esa distinción delimita el alcance de los resultados y abre una agenda de investigación sobre recepción, implementación y comparación regional.

6. Conclusiones

El estudio analizó cómo tres discursos políticos peruanos representan a los animales y movilizan la compasión en arenas municipales y legislativas. Los casos coinciden en construirlos como seres vulnerables o sensibles, pero difieren en el problema priorizado, el destinatario y la respuesta propuesta. El discurso de Forsyth conecta abandono con infraestructura y servicios; el de López Aliaga combina refugio con educación ciudadana; y el proyecto de Magaly Ruiz transforma la sensibilidad en reconocimiento conmemorativo y difusión institucional.

Estas diferencias sustentan tres modalidades analíticas: institucional-gestionaria, moral-pedagógica y jurídico-simbólica. Las categorías describen maneras de articular vulnerabilidad, obligación moral y acción pública; no expresan emociones directamente observadas ni prueban coordinación entre actores. Por ello, los hallazgos se interpretan en términos de convergencias parciales y repertorios compartidos.

En términos comunicacionales, el bienestar animal ofrece a los actores recursos para proyectarse como gestores, educadores morales o promotores de reconocimiento. No obstante, la prensa y los propios documentos muestran que la fuerza simbólica de la compasión puede superar la especificidad material de las medidas. La contribución del análisis reside en distinguir la promesa de cuidado, su forma discursiva y su grado de institucionalización, evitando equiparar visibilidad, legitimidad e impacto efectivo.

7. Limitaciones del estudio

El corpus es reducido y fue seleccionado intencionalmente, por lo que no representa la totalidad del discurso político peruano sobre animales. Los materiales combinan fuentes primarias y recontextualizaciones periodísticas; esta heterogeneidad es analíticamente útil, pero limita la comparación directa entre géneros. Además, el estudio examina discursos y no su implementación, las intenciones subjetivas de los actores ni la recepción ciudadana. El análisis fue realizado por un solo investigador y, aunque se aplicaron procedimientos de triangulación y reflexividad, otras lecturas son posibles.

Futuras investigaciones podrían ampliar el corpus a ordenanzas, debates parlamentarios, campañas regionales y discursos de organizaciones animalistas; incorporar entrevistas y análisis de comentarios o encuestas; y comparar el Perú con otros países latinoamericanos. También sería pertinente estudiar si las propuestas se implementan y cómo cambia su significado durante el tránsito de campaña a política pública.

8. Financiación y apoyos

Este estudio fue apoyado por el Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres.

9. Declaración sobre el uso de inteligencia artificial

En la fase de revisión posterior a la evaluación por pares se utilizó una herramienta de inteligencia artificial generativa como apoyo para la depuración lingüística, la reorganización de secciones y la formulación de alternativas de redacción. El autor mantuvo la responsabilidad exclusiva sobre la selección y verificación de fuentes, la delimitación del corpus, las decisiones metodológicas, el análisis, la interpretación de resultados y la aprobación final del manuscrito.

10. Semblanza del autor

Juan José Soza-Herrera es candidato a doctor en Psicología e investigador social con formación en psicología, administración, alta dirección, gerencia social y desarrollo. Sus líneas de trabajo articulan psicología política, teoría social y comunicación para estudiar emociones públicas, procesos de legitimación y dinámicas sociopolíticas contemporáneas.

Referencias

- Almiron, N. (Ed.). (2024). *Animal suffering and public relations: The ethics of persuasion in the animal-industrial complex*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003324065>
- Almiron, N., Fernández, L., & Rodrigo-Alsina, M. (2024). Illusory authenticity: Negotiating compassion in animal experimentation discourse. *Discourse Studies*, 26(2), 153–172. <https://doi.org/10.1177/14614456231219633>
- Aranceta-Reboredo, O., & Almiron, N. (2024). Commodifying compassion: A critical discourse analysis of Spanish zoo, aquarium and animal theme parks' lobbies. *Frontiers in Communication*, 9, Article 1464190. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1464190>
- Clark, B., Proctor, A., Boatey, A., Mahon, N., Hanley, N., & Holloway, L. (2024). Animal health and welfare as a public good: What do the public think? *Agriculture and Human Values*, 41(4), 1841–1856. <https://doi.org/10.1007/s10460-024-10585-0>
- Congreso de la República del Perú. (2016). Ley N.º 30407, Ley de Protección y Bienestar Animal. *Diario Oficial El Peruano*, 8 de enero de 2016.
- Congreso de la República del Perú. (2023). Ley N.º 31807, Ley que modifica la Ley 30407, Ley de Protección y Bienestar Animal, para incorporar la adopción y la identificación de animales de compañía. *Diario Oficial El Peruano*, 28 de junio de 2023.
- Congreso de la República del Perú. (2025). Proyecto de Ley N.º 10828/2024-CR: Ley que declara el Día Nacional de los Animales en condición de seres sensibles que no tienen voz [Proyecto de ley]. <https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2025/04/PL-10828-2024-CR-LPDerecho.pdf>
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Foucault, M. (2007). *Security, territory, population: Lectures at the Collège de France, 1977–1978*. Palgrave Macmillan.
- Gallo, C., Véjar, L., Galindo, F., Huertas, S. M., & Tadich, T. (2022). Animal welfare in Latin America: Trends and characteristics of scientific publications. *Frontiers in Veterinary Science*, (9), Article 1030454. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1030454>
- Gómez Márquez, V., & Garzón Díaz, C. (2024). Bienestar animal en Instagram: tendencias y discurso de eco-influencers uruguayos. *Comunicación y Sociedad*, (21), Article e8675. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8675>
- Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. Pantheon Books.
- López Aliaga, R. (2022). *Haremos realidad la Casa de las Mascotas que funcionarán como albergues para recibir animales abandonados* [Publicación de Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/RafaelLopezAliagaOficial/posts/534178405248139/>
- Luján Quispe, E. (2022, 24 de septiembre). Elecciones 2022: Las propuestas de los candidatos a Lima para frenar el maltrato y el abandono de animales. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/09/24/elecciones-2022-las-propuestas-de-los-candidatos-a-lima-para-frenar-el-maltrato-y-el-abandono-de-animales/>
- Mando, J., & Stack, G. (2019). Convincing the public to kill invasive species: Strategic discourse and the campaign against Burmese pythons in Florida. *Environmental Communication*, 13(4), 483–496. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1492949>
- Message, R. (2023). Animal welfare chauvinism in Brexit Britain: A genealogy of care and control. *BioSocieties*, 18(4), 733–754. <https://doi.org/10.1057/s41292-022-00282-8>

- Moreno, J. A., & Almiron, N. (2021). Representación en la prensa española del papel de la agricultura animal en la crisis climática: falta de visibilidad y carnismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 349–364. <https://doi.org/10.5209/esmp.73745>
- Muñoz, M. (2025, 29 de abril). Congreso: Alianza para el Progreso propone crear el “Día Nacional de los Animales como seres sensibles que no tienen voz”. *La República*. <https://tinyurl.com/4prb4ht6>
- Mutanen, S. (2025). (De)politicizing animal-related policies and rights: Discourses and institutional dynamics in Finnish city councils. *Critical Policy Studies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/19460171.2025.2599671>
- Navarro, A., & Méndez, A. (2021). Nuevas y viejas arenas de disputa: medios masivos de (des)información y plataformas de redes sociales como dispositivos de legitimación del carnismo y deslegitimación del movimiento animalista. *Tabula Rasa*, (39), 281–301. <https://doi.org/10.25058/20112742.n39.13>
- Nussbaum, M. C. (2001). *Upheavals of thought: The intelligence of emotions*. Cambridge University Press.
- Política LR. (2022, 28 de agosto). Elecciones 2022: López Aliaga y Forsyth expusieron sus propuestas para la alcaldía de Lima. *La República*. <https://tinyurl.com/2bnz3p36>
- Red Ama Llulla. (2022, 2 de septiembre). Dato de George Forsyth acerca de que hay más de 4 millones de perros callejeros en Lima no es verificable. *Idee Radio*. <https://tinyurl.com/4s3tyf6k>
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.
- Villacís, M. (2025, 28 de abril). Congreso impulsa creación del “Día Nacional de los Animales como seres sensibles”. *Expreso*. <https://tinyurl.com/2t3xma9s>
- Wu, S.-Y., Lai, Y.-T., Lin, Y.-C., Wu, C.-H., & Chen, Y.-M. (2022). Influence of legislation on public attitude towards animal welfare in Taiwan. *Society & Animals*, 32(4), 406–427. <https://doi.org/10.1163/15685306-bja10114>

Discursos sobre bioética, ciencia y compasión hacia los animales en el cine de Bong Joon-ho

Discourses on Bioethics, Science, and Compassion Toward Animals in the Cinema of Bong Joon-ho

Luis Miguel Machín Martín

Universidad Fernando Pessoa-Canarias | Calle de la Juventud s/n, 27, 35450 Las Palmas | España

 0000-0001-6148-3964 | lmachin@ufpcanarias.es

Recepción 27/03/2026 · Aceptación 03/08/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

Este artículo analiza la representación de la animalidad, la compasión y la violencia sistémica en el cine de Bong Joon-ho a partir de un análisis discursivo de *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja* y *Mickey 17*. En un contexto contemporáneo marcado por el auge de los debates bioéticos en torno a la explotación animal, la biotecnología y los límites de la intervención humana sobre la vida, el trabajo justifica la pertinencia de abordar estas cuestiones desde el análisis del discurso cinematográfico, entendiendo el cine como un espacio de producción de imaginarios éticos. Se adopta un enfoque que combina este análisis con herramientas del análisis fílmico y la semiótica para estudiar las estrategias narrativas, retóricas y audiovisuales mediante las cuales las películas construyen relaciones entre lo humano y lo no humano, así como los marcos de legitimación de la violencia sobre determinadas formas de vida. Los resultados muestran que el cine de Bong Joon-ho desestabiliza la frontera entre humanidad y animalidad al evidenciar la contingencia de las jerarquías que organizan el valor de la vida. Asimismo, se identifica una tensión constante entre formas de compasión individual y estructuras sistémicas que normalizan la explotación, ya sea en contextos domésticos, industriales o tecnocientíficos.

Palabras clave: cine coreano, Bong Joon-ho, bioética, compasión, animales.

Abstract

This article analyzes the representation of animality, compassion, science and systemic violence against animals in the cinema of Bong Joon-ho through a discursive analysis of the films *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja*, and *Mickey 17*. In a contemporary context marked by the rise of bioethical debates surrounding animal exploitation, biotechnology, artificial intelligence, sustainability, ethics, meat consumption and the limits of human intervention in life, the study justifies the relevance of addressing these issues through the analysis of cinematic discourse, understanding film as a site for the production of ethical imaginaries. The article adopts an approach that combines media discourse analysis with tools from film analysis and semiotics, through which it examines the narrative, rhetorical, and audiovisual strategies by which these films construct relationships between the human and the non-human, as well as the frameworks that legitimize violence and oppression against certain forms of life. The results show that Bong Joon-ho's cinema destabilizes the boundary between humanity and animality by revealing the contingency of the

Cómo citar: Machín Martín, L. M. (2026). Discursos sobre bioética, ciencia y compasión hacia los animales en el cine de Bong Joon-ho. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 73-90. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.04>



hierarchies that organize the value of life. Furthermore, a persistent tension is identified between forms of individual compassion and empathy, and systemic structures that normalize exploitation, whether in domestic, public, industrial, or technoscientific contexts.

Keywords: Korean film, Bong Joon-ho, bioethics, compassion, animals.

1. Introducción

En las últimas décadas, el estudio de las relaciones entre bioética y cine ha experimentado un desarrollo continuo, profundizando en aspectos como la representación filmica de los límites éticos de la ciencia (Colt, 2014), el futuro de la humanidad en relación con la escasez de recursos (McCorry, 2019; Yates, 2019) y la propia identidad del ser humano en un mundo dominado por los avances tecnológicos (Ferrando, 2015; Lu, 2022), lo que ha derivado en la popularización del concepto de poshumanismo y su desarrollo académico en relación con el cine (Hauskeller, Philbeck & Carbonell, 2015). Asimismo, diversos trabajos han subrayado el potencial del medio audiovisual como herramienta para la deliberación moral en ámbitos como la educación, destacando su capacidad para articular dilemas complejos a través de la narración y la identificación emocional del espectador (Tan, 2006). En este sentido, autores como Solbakk (2015, p. 204) han defendido que el cine ha sabido ilustrar problemas bioéticos y que, además, la propia naturaleza de este medio audiovisual ha hecho llegar a audiencias amplias complejos dilemas que normalmente se analizan y resuelven exclusivamente en el ámbito académico. De manera complementaria, estudios como los de Farré Albaladejo y Pérez Sánchez (2011) o Aryanty y Raudhoh (2023) han puesto de relieve la eficacia del cine en la enseñanza de la bioética, precisamente por su capacidad para generar escenarios verosímiles en los que se activan principios como la justicia y el pensamiento reflexivo.

Revisiones recientes han consolidado esta línea de investigación al identificar el uso del cine como estrategia recurrente en la formación bioética y en la reflexión interdisciplinar sobre la vida, la salud y la tecnología (Waltrick et al., 2022). En específico, Loy (2015) y Lunardi y D'Este (2025) han analizado las representaciones cinematográficas de la defensa de los animales no humanos. Desde una perspectiva más amplia, trabajos como los de Bleakley (2023) han insistido en el valor del cine como dispositivo reflexivo dentro de áreas como las humanidades y las humanidades médicas, al permitir una aproximación experiencial a los conflictos éticos contemporáneos. Knowles (2024), por otra parte, ha profundizado en la representación de los animales no humanos en el cine experimental, incluyendo en su trabajo una novedad: en su investigación, incorporó su propia experiencia individual filmando en una granja de Gales, lo que ya supone una participación directa y un trabajo de campo del investigador en la relación de los animales humanos y no humanos. Este conjunto de investigaciones ha contribuido a consolidar los estudios cinematográficos relacionados con la bioética, en los que el análisis de obras fílmicas permite examinar cómo se construyen discursivamente categorías conceptuales como vida, responsabilidad o vulnerabilidad.

Resulta pertinente para este artículo, además, tener en cuenta la relevancia de las discusiones contemporáneas sobre derecho animal, ingeniería genética, sostenibilidad alimentaria o inteligencia artificial, que reactivan debates sobre qué vidas son protegidas y cuáles pueden ser instrumentalizadas en nombre del progreso. Autoras como Haraway (2008) han cuestionado la noción del ser humano como una categoría biológica separada e inherentemente superior al resto

de seres vivos, argumentando, entre otras cosas, que la existencia humana no funciona ni sobrevive sin la relación con otros animales, organismos, entornos y tecnologías. Otras autoras como Jasanoff (2010) han explorado los nuevos marcos legislativos existentes en torno a la vida y la genética, así como las implicaciones sociales y la aceptación de aspectos como el cambio climático, concluyendo que aún no existe un consenso social global acerca de dicho proceso climático. Asimismo, Floridi (2024) ha analizado cómo nuevas tecnologías y herramientas digitales como la inteligencia artificial han comenzado a reconfigurar la manera en que comprendemos la vida y la identidad individual.

Otra de las perspectivas analíticas con mayor potencial en el ámbito de la bioética y que hemos incorporado al análisis realizado en este artículo es la de la compasión aplicada a los animales no humanos y a su representación en medios audiovisuales. Nussbaum (2001) es una de las autoras que más ha trabajado el significado y alcance de las emociones en el mundo contemporáneo, prestando especial atención a la compasión. Expone que las emociones son “geological upheavals of thought” (p. 90), es decir, propone una conexión directa entre la emoción y el pensamiento, presentando la emoción como un elemento que participa del pensamiento y lo remueve y desestabiliza. En cuanto a la definición de compasión, Nussbaum (2001) ha realizado una delimitación de esta emoción desde un enfoque cognitivo, proponiendo tres requisitos necesarios para entender y diferenciar con claridad esta emoción (p. 306): primero, el reconocimiento de que el sufrimiento del otro es un asunto serio y no trivial; segundo, la creencia de que el sufrimiento del otro no es merecido; y tercero, la creencia de que las posibilidades vitales de quien experimenta la compasión son similares a aquellas del que sufre.

La compasión hacia los animales en el cine ha sido estudiada en los últimos años con bastante asiduidad. Trabajos como el de Finn (2023) han analizado la representación de la crueldad hacia los animales y el progresivo paso hacia la compasión en dicha representación en el cine documental. En esa misma línea, Vezovnik (2024) extrae algunas conclusiones diferentes a las de Finn, al hablar de *compassion fatigue* debido a la alta exposición a la crueldad explícita hacia los animales en la audiencia que ve documentales. Trabajos como el de Okutan (2023) analizan películas en específico como *Hachiko (Hachi: A Dog's Tale)* (Lasse Hallström, 2009) en términos de empatía y solidaridad hacia los animales no humanos, mientras que otros como el de Feltrin (2024) analizan la representación de animales como los osos para entender cómo los clichés cinematográficos construyen una determinada imagen de algunas especies concretas.

Al mismo tiempo, el auge del cine surcoreano en el circuito global ha situado a sus cineastas y a sus procesos de producción cinematográfica en el centro de debates culturales transnacionales (Dueñas Mohedas & Machín Martín, 2024; Jin, 2020). En este escenario, la filmografía de Bong Joon-ho se presenta como un espacio fértil para examinar, desde el análisis discursivo, cómo el cine articula imaginarios bioéticos y reformula las categorías de humanidad y animalidad. El cine del surcoreano Bong Joon-ho, por tanto, emerge como un caso particularmente relevante para ampliar el alcance de estos estudios, tanto por su proyección internacional como por la densidad ética de sus propuestas narrativas. La consolidación de Bong Joon-ho en el panorama cinematográfico global ha sido especialmente visible a partir del reconocimiento crítico y comercial de *Parásitos (Gisaengchung)*, 2019), película galardonada con la Palma de Oro en el Festival de Cannes y con cuatro premios Óscar —incluyendo mejor película y mejor director— en la edición de 2020. Este éxito, la culminación del fenómeno artístico y comercial de la cultura surcoreana contemporánea denominado *hallyu* (Kim, 2015, p. 154), ha reforzado la visibilidad de esa cinematografía en los circuitos internacionales

y ha situado a Bong como una figura central en el debate contemporáneo sobre el papel del cine como herramienta de crítica social (Ma, 2025, p. 45). Así, su filmografía se caracteriza por una notable capacidad para integrar géneros populares con una reflexión incisiva acerca de cuestiones estructurales, como la desigualdad económica, la violencia institucional o la memoria histórica (Anindya, 2024; Farahbakhsh & Ebrahimi, 2021; Sellar, 2015), fruto en parte de su formación universitaria en sociología (Zhang & Hu, 2025, p. 1).

En este sentido, obras como *Memories of Murder* (Salinui chueok, 2003) han explorado las limitaciones del aparato estatal en contextos de transición democrática, así como las heridas sociales heredadas de las sucesivas dictaduras que dominaron el país durante décadas (Hong, 2023). Por otro lado, *Mother* (Madeo, 2009) ha abordado los dilemas morales asociados a la maternidad, la culpa y las responsabilidades jurídicas derivadas de crímenes relacionados con personas con diversidad funcional (Kim, 2016). Por su parte, *Snowpiercer* (2013), adaptación de un cómic, expone un futuro distópico en el que las jerarquías sociales y la lógica del capitalismo tardío (Wilson, 2019) se hacen evidentes a través de la metáfora de un tren circular que recorre una Tierra helada y en la que los vagones delanteros están ocupados por las clases privilegiadas y los traseros por las clases bajas. No obstante, más allá de estos ejes ampliamente reconocidos, la obra de Bong presenta una preocupación persistente por la relación entre humanidad, animalidad y tecnología, así como por los marcos bioéticos que regulan la producción, gestión y sacrificio de la vida (Lee, 2018; Lee, 2023).

Este interés puede rastrearse desde su primer largometraje, *Barking Dogs Never Bite* (Flandersui gae, 2000), donde se plantea una representación temprana de la violencia banalizada hacia los animales no humanos en el entorno urbano. La película narra la historia de un joven desempleado que, incapaz de soportar los ladridos constantes de un perro en su edificio, decide secuestrarlo, desencadenando una serie de situaciones que oscilan entre la comedia negra y la crítica social. Como veremos, lejos de presentar al animal como sujeto de compasión explícita, el film lo sitúa como un elemento prescindible, revelando las condiciones culturales que permiten la normalización del maltrato y la indiferencia hacia el sufrimiento no humano.

Esta problemática adquiere una dimensión más compleja en *The Host* (Gwoemul, 2006), donde la aparición de una criatura mutante en el río Han se vincula directamente con la intervención humana en el entorno natural. En este caso, el monstruo no es simplemente una amenaza externa, sino el resultado de prácticas científicas irresponsables, lo que introduce una reflexión acerca de la responsabilidad humana en la producción de formas de vida alteradas.

El tratamiento más explícito de la relación entre bioética y compasión se encuentra en *Okja* (2017), donde la historia de una niña y su vínculo con un animal genéticamente modificado permite cuestionar las lógicas de la industria alimentaria global. Otras publicaciones previas sobre *Okja* han analizado la representación de discursos acerca de la defensa de los derechos de los animales (Parkinson, 2024), cómo esta película representa la explotación animal por parte de grandes corporaciones (Miva, 2023) y el estatus moral del animal no humano según la película de Bong Joon-ho, entre otros trabajos.

Finalmente, *Mickey 17* (2025) continúa esta línea de reflexión al trasladar la problemática de la vida explotable al ámbito de la clonación humana y la exploración espacial. En esta obra, el protagonista es reproducido de manera sucesiva cada vez que muere como un individuo desechable, destinado a asumir tareas de alto riesgo o de experimentación científica en beneficio de una misión colectiva.

Aunque el objeto ya no es el animal en sentido estricto, la película pone en evidencia la continuidad entre la explotación de lo no humano y la deshumanización del propio sujeto humano cuando este es reducido a recurso biológico.

A partir de este recorrido, el presente artículo se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo construye Bong Joon-ho su discurso bioético sobre las relaciones entre seres humanos y otros animales en las obras seleccionadas de su filmografía, especialmente en lo referente al papel que desempeñan la compasión y la violencia sistémica? Teniendo en cuenta esta cuestión, este trabajo se propone analizar las cuatro películas escogidas con el objetivo de identificar las estrategias mediante las cuales el cine de Bong Joon-ho profundiza en la relación entre animalidad y compasión. En un contexto contemporáneo marcado por debates en torno a la sostenibilidad, la biotecnología y los límites de la intervención humana sobre la vida, el análisis de estos filmes permite no solo ampliar el campo de los estudios que combinan bioética y comunicación social, sino también contribuir a la comprensión de cómo el discurso cinematográfico participa en la construcción de imaginarios éticos en la cultura global. Este artículo, por tanto, realiza una nueva aportación —partiendo de la noción de la compasión— a los abundantes estudios existentes sobre el cine de Bong Joon-ho, que hasta ahora se habían centrado, en lo que respecta a la bioética, en sus críticas hacia el capitalismo como sistema influyente en los derechos de los animales (Ang, 2025; Lee, 2023), en el futuro de los animales humanos y no humanos (Sousa, 2021) y en la representación de imaginarios futuros y el papel de humanos y otros animales en esos imaginarios (Oh, 2022), entre otros temas relacionados.

2. Metodología

El presente estudio adopta un enfoque basado en el análisis del discurso aplicado al texto fílmico, con el objetivo de identificar cómo se construyen y articulan elementos como la bioética, la ciencia, la violencia sistémica, la animalidad, la humanidad y la compasión en las películas seleccionadas. Este planteamiento parte de la consideración del cine no solo como objeto estético, sino como práctica narrativa capaz de integrar un sistema de producción de significados que interviene en la configuración de imaginarios sociales e ideológicos.

Así pues, este estudio se apoya en los principios del análisis del discurso mediático desarrollados por Fairclough, quien define el concepto de discurso como “language use conceived as social practice” y “way of signifying experience from a particular perspective” (1995, p. 135), así como “element of social life which is closely interconnected with other elements” (2003, pp. 3–4). Es decir, Fairclough acude a la base de esta herramienta metodológica para entenderla como una forma de relación entre el lenguaje, la práctica social y la interpretación del texto por parte del receptor, lo que nos sirve de base para asimilar los mensajes emitidos por un cineasta (Bong Joon-ho) que se ha caracterizado durante toda su carrera por, precisamente, participar del debate social y dialogar con los problemas locales y globales a través de su cine (Jones, 2025). En esta línea, abordamos las películas de Bong Joon-ho como dispositivos conectados con la sociedad contemporánea en que han sido producidas, asumiendo la necesidad de descodificarlas a través de la interpretación de sus signos —en este caso, los elementos que componen gramaticalmente un film: planos, secuencias, cortes y el montaje—, lo que conecta con los estudios semióticos y con técnicas analíticas como el *découpage* (Marzal Felici & Gómez Tarín, 2007, p. 39). Complementariamente, se incorpora la perspectiva de Van Dijk (1998), que permite entender el discurso como un mecanismo de construcción

ideológica, especialmente relevante para analizar cómo se legitima el control de las masas, empleada aquí para estudiar los límites discursivos entre lo considerado humano y no humano.

El corpus analítico se construyó mediante un muestreo intencional de secuencias temática y discursivamente relevantes, seleccionando aquellas secuencias que concentraban los principales conflictos bioéticos planteados por cada una de las cuatro películas estudiadas — *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja* y *Mickey 17*— y que permitían observar la construcción discursiva de la violencia sistémica y de la compasión hacia los animales en la filmografía de Bong Joon-ho. Así, a continuación, se detallan las secuencias analizadas (S_x), desglosadas por película, indicando su minutaje:

- *Barking Dogs Never Bite*
 - S_1 [00:02:40-00:06:00]. Descripción: Yun-ju, el personaje coprotagonista, secuestra al primer perro.
 - S_2 [00:27:00-00:36:45]. Descripción: El espectador conoce el destino de los perros secuestrados.
 - S_3 [00:49:00-00:54:10]. Descripción: Hyun-nam, vecina del edificio, comienza a investigar las desapariciones de perros.
- *The Host*
 - S_4 [00:00:00-00:03:00]. Descripción: Miembros de un laboratorio vierten productos químicos en el río Han de Seúl.
 - S_5 [00:11:30-00:16:00]. Descripción: Primera aparición del monstruo, que surge del río Han y persigue a los ciudadanos que se encuentran a la orilla.
 - S_6 [00:26:00-00:28:00 y 00:33:30-00:37:30]. Descripción: Respuesta gubernamental hacia la crisis creada por la aparición del monstruo.
- *Okja*
 - S_7 [00:05:20-00:09:35]. Descripción: Secuencia inicial entre Mija y Okja.
 - S_8 [00:29:10-00:59:00]. Descripción: Okja desaparece y Mija sale a buscarla. Durante la persecución, se encuentra con la corporación Mirando y con un grupo terrorista ecologista.
 - S_9 [01:15:20-01:19:00]. Descripción: Los experimentos de laboratorio.
 - S_{10} [01:39:35-01:48:30]. Descripción: Supercerdos en el matadero.
- *Mickey 17*
 - S_{11} [00:00:00-00:05:30]. Descripción: Primera muerte y reimpresión de Mickey que presencia el espectador.
 - S_{12} [00:08:30-00:18:00]. Descripción: Secuencia que explica la condición de sujeto prescindible de Mickey.
 - S_{13} [01:30:45-01:38:00]. Descripción: Encuentro con los habitantes nativos del planeta explorado.

- S₁₄ [01:55:00-02:09:00]. Descripción: La resolución del conflicto con los habitantes nativos del planeta.

Este enfoque integrado permite evitar tanto una lectura puramente formalista como una interpretación exclusivamente temática, articulando en su lugar un análisis que atiende a cómo el cine de Bong Joon-ho produce sentido en torno a cuestiones bioéticas. De este modo, la metodología adoptada no busca evaluar las películas en términos normativos y formalmente cerrados.

3. La animalización de lo humano y la humanización de lo animal en *Barking Dogs Never Bite*, *Okja* y *Mickey 17*

La obra de Bong Joon-ho permite abordar de manera especialmente productiva una de las tensiones centrales del pensamiento contemporáneo en torno a la vida biológica: la inestabilidad de la frontera entre lo humano, lo poshumano y lo animal. Lejos de asumir esta distinción con una perspectiva ontológica, las películas analizadas ponen de manifiesto su carácter discursivo, es decir, su dependencia de marcos culturales, económicos y tecnológicos que determinan qué formas de vida son dignas de protección y cuáles pueden ser instrumentalizadas o eliminadas. En este sentido, la humanización de lo animal y la animalización de lo humano no operan como simples recursos narrativos, sino como estrategias que desestabilizan jerarquías y revelan la contingencia de las categorías que organizan el valor de la vida, cuestiones abordadas anteriormente por Derrida, quien debatía sobre la frontera entre lo humano y lo animal en aspectos como la capacidad comunicativa, la consciencia y la capacidad de respuesta. Derrida sintetiza esta problemática con la siguiente analogía: “Cuando las abejas «responden» en apariencia a un «mensaje», no responden, reaccionan; no hacen más que obedecer a la fijeza de un programa, mientras que el sujeto humano responde al otro, a la pregunta del otro” (2008, p. 148).

Barking Dogs Never Bite presenta la historia de Yun-ju, un joven desempleado que, frustrado por su situación personal y profesional, desarrolla una obsesión con los ladridos de un perro en su complejo de apartamentos. Incapaz de tolerar ese ruido constante, decide secuestrar al animal (S₁), desencadenando una serie de acciones que oscilan entre la torpeza y la violencia. En esa primera secuencia de la película, Yun-ju se encuentra al perro en uno de los pasillos del edificio y decide raptarlo, aunque el espectador desconoce inicialmente las intenciones del personaje. Durante el encuentro, la cámara se sitúa a nivel del suelo y subjetiviza la mirada del animal, estableciendo un plano contrapicado y moviendo de forma inestable la cámara, asemejándose a los giros de la cabeza del perro. Acto seguido, el plano cambia para usar el punto de vista de Yun-ju, en una toma también subjetiva, haciendo un paralelismo entre ambos seres vivos: no hay, desde el punto de vista cinematográfico, una separación entre el perro y el ser humano. Ambos comparten aquí un tratamiento similar por parte de Bong Joon-ho, dando a sus respectivos puntos de vista la misma importancia a través de sendos planos subjetivos. Después de esta relación de planos, el perro sale corriendo y Yun-ju logra atraparlo, con el objetivo de tirarlo desde la azotea. El silencio de Yun-ju durante la secuencia lo sitúa al mismo nivel comunicativo que el perro: si el animal no humano es una bestia, Yun-ju no parece distinguirse demasiado de ella. Después de ser sorprendido por una vecina en la azotea, Yun-ju lleva al perro al sótano del edificio donde intenta ahorcarlo, pero decide no hacerlo tras verse reflejado en un espejo allí abandonado, lo que añade, por primera vez, una pequeña capa de conciencia al personaje.

En esta obra, la animalidad no se construye a partir de la atribución de cualidades humanas al animal, sino a través de su reducción a una presencia molesta y prescindible. El perro carece de identidad individual relevante en el plano narrativo y es percibido fundamentalmente como una fuente de incomodidad. Esta desobjetivación del animal revela un distanciamiento tal hacia él que se sugiere que su asesinato no generaría un conflicto moral significativo, lo que pone en evidencia la fragilidad de los marcos éticos que deberían protegerlo.

Sin embargo, esta operación se complementa con un proceso inverso: la progresiva animalización del propio protagonista. Yun-ju, lejos de encarnar un sujeto racional que actúa conforme a principios éticos, aparece dominado por impulsos, frustraciones y reacciones desproporcionadas. Su conducta, marcada por la incapacidad de gestionar el malestar cotidiano, lo aproxima a una lógica instintiva que socava la distinción tradicional entre humanidad y animalidad. De este modo, la violencia ejercida sobre el perro no solo revela la vulnerabilidad del animal, sino también la degradación del sujeto humano en un entorno urbano alienante, que lo convierte progresivamente en un autómata solo capaz de reivindicarse como sujeto individual a través de la violencia ejercida hacia otros sujetos incapaces de defenderse mediante herramientas racionales, como los animales domésticos.

La coexistencia de estas dos dinámicas —la banalización de la vida animal y la deshumanización del sujeto— permite interpretar la película como una crítica a las condiciones sociales que favorecen la indiferencia ética. La animalidad no se presenta aquí como una alteridad radical, sino como un límite difuso que el propio ser humano puede atravesar cuando las estructuras sociales erosionan su capacidad para empatizar con otros seres vivos.

En *Okja*, Bong Joon-ho desarrolla una reflexión sobre la relación entre humanos y otros animales en el contexto del capitalismo global. La película sigue a Mija, una niña que vive en una zona rural de Corea del Sur junto a Okja, un “supercerdo” creado mediante ingeniería genética por una corporación multinacional con el objetivo de revolucionar la industria alimentaria, al ser una criatura que puede proveer una gran cantidad de recursos alimenticios —especialmente carne—. La relación afectiva entre Mija y Okja —representada ampliamente en S_7 —, fomentada por la corporación para vender una imagen amable y tierna de su creación animal, se ve amenazada cuando la empresa decide recuperar al animal para integrarlo en su cadena de producción (S_8). Aquí Bong Joon-ho pone en evidencia una realidad incómoda para el ciudadano-consumidor-espectador, ya advertida anteriormente por autoras como Adams (1990, p. 40): cuando un ciudadano consume un producto animal, lo hace desde la ausencia de significación hacia el producto, puesto que la carne se convierte en un elemento desprovisto de contexto y de procedencia, aunque esta procedencia no puede existir sin la ausencia y posterior masacre del animal sacrificado.

Bong Joon-ho asume en *Okja* el debate sobre la producción cárnica y la relación del ser humano con otros animales. Así, a diferencia de *Barking Dogs Never Bite*, aquí el animal es construido de manera inequívoca como sujeto dotado de agencia, sensibilidad y capacidad de sufrimiento. Okja, además de responder emocionalmente a su entorno, es capaz de establecer vínculos afectivos complejos, especialmente con Mija. Este proceso emocional se articula tanto a nivel narrativo como audiovisual: la cámara privilegia la proximidad física entre ambos personajes, el montaje enfatiza sus interacciones y el relato se estructura en torno a la defensa de ese vínculo. Todo ello contrasta, finalmente, en la secuencia del matadero (S_{10}), en la que, tras haber desarrollado la tesis del supercerdo como animal sintiente y sujeto a los mismos derechos que los seres humanos, se observa cómo la corporación

Mirando ejecuta a las criaturas en una cadena de producción. De este modo, Bong establece una relación directa entre la conciencia y los derechos, y la carne que consume el ser humano.

Esta reflexión, no obstante, cumple una función discursiva más amplia, al cuestionar los marcos que permiten la explotación sistemática de los animales. La corporación responsable de la creación de Okja recurre a un lenguaje tecnocientífico y publicitario que presenta al animal como producto, ocultando deliberadamente su condición de ser sensible. En este sentido, la película pone en evidencia la coexistencia de dos regímenes argumentativos opuestos, reconociendo, por un lado, al animal como sujeto moral, y mostrando, por otro lado, una vertiente discursiva que lo reduce a recurso económico disfrazado de bien para la humanidad en forma de recurso alimenticio, lo que conecta con el concepto de *meat culture*, desarrollado por autoras como Potts, quien expone cómo el consumo masivo y sistemático de carne y la producción de elaborados derivados de animales responde no a una necesidad nutricional, sino a intereses económicos surgidos a partir del final de la Segunda Guerra Mundial (2016, p. 1).

Esta tensión se resuelve parcialmente a través de la figura de Mija, cuya relación con Okja introduce una ética del cuidado basada en el vínculo afectivo. No obstante, el film duda en presentar esta compasión como solución suficiente, al mostrar la capacidad de las estructuras industriales para absorber, neutralizar o instrumentalizar incluso los discursos críticos. Así, la humanización del animal no implica la superación de su explotación, sino la visibilización de las contradicciones que la sustentan.

Mickey 17 traslada la problemática de la vida explotable al género de la ciencia ficción, en un escenario de colonización espacial donde el protagonista humano, Mickey, es designado como sujeto prescindible. Su función consiste en realizar tareas peligrosas que implican su muerte recurrente, tras la cual es regenerado mediante un proceso de clonación que conserva sus recuerdos —tal y como observamos en S_{11} y S_{12} —. Este punto de partida establece un dispositivo narrativo que sitúa al personaje en una posición radicalmente ambigua: es simultáneamente un individuo humano y, al mismo tiempo, es una herramienta de uso experimental como un ratón de laboratorio (especie *Mus musculus*) o un pez cebra (*Danio rerio*) empleado en estudios genéticos.

En este contexto, la animalización de lo humano se produce a través de la reducción del cuerpo a material biológico reutilizable. Mickey —el decimoséptimo Mickey en realidad— es tratado como un instrumento cuya existencia carece de singularidad y trascendencia, lo que lo aproxima a la condición de otras especies de animales en sistemas industriales de producción. La repetición de su muerte y regeneración elimina cualquier excepcionalidad de la vida individual, transformándola en un elemento fungible dentro de un proceso técnico.

A diferencia de *Okja*, donde la humanización del animal se construye desde el afecto, en *Mickey 17* la animalización del humano se articula desde la racionalización científica. El discurso que legitima el uso de Mickey se basa en la necesidad de avanzar en la misión colectiva, subordinando el valor de la vida individual a un objetivo superior. Esta lógica remite a una forma de biopolítica en la que ciertas vidas son consideradas sacrificables en función de su utilidad. A este respecto, Butler ha argumentado en su obra *Marcos de guerra: Las vidas lloradas* (2010) que existen marcos de comprensión e inteligibilidad que permiten asimilar un ente como un ser viviente, mientras que aquellos entes que

son desplazados de esos marcos o condicionantes pueden ser destruidos, eliminados o dañados sin que medie un duelo por esa vida.

No obstante, la película introduce fisuras en este razonamiento al explorar la subjetividad del propio Mickey 17. Así, a pesar de su condición de clon, el personaje mantiene una continuidad de conciencia que le permite experimentar el sufrimiento y cuestionar su situación, y es capaz de relacionarse afectivamente con otros personajes de la colonia humana. Esta persistencia de la subjetividad impide una reducción completa del ser humano a la lógica instrumental, generando un conflicto entre la experiencia vivida y el estatuto asignado por el sistema.

En *Mickey 17* hay, no obstante, otras líneas de pensamiento acerca de las relaciones entre humanos y otros animales. En el planeta helado colonizado por los humanos, existen unas formas de vida autóctonas que le sirven a Bong Joon-ho para introducir un nuevo nivel de reflexión sobre la explotación de lo viviente. Estas criaturas —cuya naturaleza oscila entre lo animal y lo inescrutable— son percibidas por los colonizadores principalmente como un recurso potencial o un obstáculo a gestionar, más que como entidades dotadas de valor intrínseco. Su mera existencia en el territorio a colonizar activa una lógica de apropiación que reproduce, en clave extraplanetaria, dinámicas históricas de explotación de la naturaleza.

El discurso de los colonizadores se articula en torno a una racionalidad pragmática que justifica la intervención sobre estas criaturas en nombre de la supervivencia, el avance de la misión o la consolidación del asentamiento humano. En este marco, la alteridad radical de estos seres —su apariencia, comportamiento o incluso su incomprendibilidad— refuerza su exclusión del ámbito de la consideración moral. La falta de un lenguaje común o de una forma evidente de reciprocidad contribuye a su desubjetivación, facilitando que sean integrados en un régimen de violencia que no se percibe como tal, sino como una necesidad operativa.

Frente a esta lógica, la compasión hacia estas criaturas emerge de manera fragmentaria y, en cierto modo, problemática. No se trata de una empatía inmediata basada en la identificación —como ocurría en *Okja*—, sino de un reconocimiento más abstracto de su condición de seres vulnerables ante la intervención humana. Algunos personajes, especialmente aquellos que ya ocupan posiciones marginales dentro del sistema (como el propio protagonista, una de las últimas versiones de Mickey), parecen más predispuestos a cuestionar la legitimidad de su explotación. Esta disposición no deriva tanto de una afinidad con las criaturas como de una experiencia compartida de instrumentalización, puesto que él mismo ha sido tratado como vida prescindible.

La compasión, pues, hacia estas entidades no humanas no opera como un motor central de la acción, sino como una fisura en el discurso dominante que revela sus límites. La dificultad para reconocer plenamente a estas criaturas como sujetos —debido a su radical alteridad— pone de manifiesto que la compasión, en contextos de colonización y tecnociencia, depende en gran medida de la capacidad de establecer analogías con lo humano. Cuando esa analogía falla, la ética se vuelve incierta, y la violencia puede desplegarse sin necesidad de justificación explícita. Por eso, la acción de Mickey en favor de dichas criaturas trasciende el análisis ético y racional, al desobedecer todo el sistema en el que está integrado como un engranaje, movido por la emoción de la empatía.

El análisis conjunto de estas tres películas permite identificar una evolución coherente en la representación de la relación entre humanidad y animalidad en la obra de Bong Joon-ho. En *Barking Dogs Never Bite*, la animalidad aparece como una condición degradada asociada tanto al animal como al humano en contextos de alienación urbana. En *Okja*, el animal es elevado a la categoría de sujeto moral, lo que permite cuestionar los fundamentos de su explotación industrial. Finalmente, en *Mickey 17*, la lógica de esa explotación se extiende al propio ser humano, evidenciando la fragilidad de las fronteras que separan ambas categorías.

Lejos de proponer una inversión simple de jerarquías, estas películas articulan un discurso más complejo en el que la humanización y la animalización funcionan como herramientas para revelar las condiciones bajo las cuales la vida es valorada o desvalorizada. En este sentido, el cine de Bong Joon-ho denuncia la violencia hacia los animales y pone en cuestión los sistemas que permiten convertir cualquier forma de vida en recurso, desdibujando así las distinciones tradicionales entre lo humano y lo no humano.

4. Compasión, violencia sistémica y bioética: *The Host*, *Okja* y *Mickey 17*

La filmografía de Bong Joon-ho articula de manera consistente una tensión entre la compasión como impulso ético individual y la violencia sistémica que atraviesa las estructuras políticas, científicas y económicas contemporáneas. Lejos de presentarlas como fuerzas equivalentes, sus películas tienden a mostrar la asimetría entre ambas: mientras que la compasión aparece vinculada a relaciones interpersonales concretas y a formas de reconocimiento afectivo, la violencia sistémica se despliega como un entramado institucional que normaliza el daño y lo legitima mediante discursos de progreso, seguridad o necesidad colectiva.

The Host se sitúa en un escenario urbano en pánico debido a la aparición de una criatura mutante en el río Han (S_5), resultado del vertido de productos químicos por parte de personal militar estadounidense (S_4). La película sigue a una familia que intenta rescatar a una niña secuestrada por el monstruo, al tiempo que las autoridades gestionan de forma poco eficiente la amenaza mediante protocolos de emergencia y discursos sanitarios que no dan respuesta a las necesidades reales de la población (S_6).

La violencia sistémica en *The Host*, por tanto, no se presenta como un acto puntual y específico, sino como el efecto acumulativo de decisiones provenientes de la maquinaria institucional que no fue capaz de evitar los vertidos en el río. La creación del monstruo no responde a una intención explícita de daño, sino a una cadena de negligencias que evidencian la fragilidad de los mecanismos de control sobre la intervención humana en la naturaleza. Esta lógica permite interpretar la película en términos biopolíticos: el poder no se ejerce únicamente mediante la represión directa, sino a través de la gestión de la vida y del riesgo, definiendo qué amenazas deben ser eliminadas y qué daños pueden ser asumidos como colaterales.

La compasión, en este marco, aparece de forma ambigua. Por un lado, la familia protagonista actúa movida por un vínculo afectivo que la lleva a desafiar las decisiones institucionales; por otro, la figura del monstruo introduce una tensión ética difícil de resolver. Aunque es presentado como amenaza, su origen humano sugiere que también puede ser entendido como víctima de un sistema que ha producido una forma de vida aberrante, consecuencia de la acción del científico. Esto conecta con

una noción de la compasión muy desarrollada en la cultura popular: el monstruo de Frankenstein no pidió ser creado y las consecuencias de su creación solo pueden ponerse sobre sus hombros de forma parcial. Esta ambivalencia impide un posicionamiento moral claro y obliga al espectador a confrontar la complejidad de un escenario en el que la distinción entre víctima y agresor se desdibuja. Además, pese al comportamiento errático del monstruo y la caza sin descanso a la que es sometido por parte de la familia de la niña secuestrada, Bong Joon-ho construye el personaje de la criatura como un ente vivo sin maldad específica: captura presas para alimentarse, huye constantemente y su comportamiento no responde al de un monstruo inherentemente malvado.

Desde una perspectiva bioética, *The Host* plantea interrogantes acerca de la responsabilidad en contextos de intervención tecnocientífica y sobre los límites de la legitimidad institucional en la gestión de crisis biológicas. La violencia sistémica no se manifiesta aquí como una conspiración consciente, sino como una estructura que produce daño de manera difusa, dificultando la atribución de culpa y la articulación de respuestas éticas efectivas.

En *Okja*, la tensión entre compasión y violencia sistémica adquiere una forma más explícita al situarse en el contexto de la industria alimentaria global. La película narra la relación entre Mi-ja y Okja, un animal modificado genéticamente por una corporación que lo presenta como solución sostenible a la producción de carne. Cuando Okja es trasladada a instalaciones industriales, Mi-ja inicia un recorrido que la enfrenta tanto a la empresa como a un grupo de activistas por los derechos de los animales.¹

En este caso, la violencia sistémica se articula a través de una estructura corporativa que combina biotecnología, marketing y control de la información. El discurso empresarial construye una narrativa de progreso y sostenibilidad que oculta las condiciones reales de explotación y sacrificio de los animales. Esta operación discursiva es central desde un enfoque bioético, ya que evidencia cómo el lenguaje puede ser utilizado para legitimar prácticas que, de otro modo, resultarían moralmente problemáticas.

La compasión aparece encarnada en la figura de Mi-ja, cuya relación con Okja no está mediada por principios abstractos, sino por un vínculo afectivo directo. Este encuadre emocional permite desplazar la discusión desde el plano normativo hacia una ética del cuidado, en la que el reconocimiento del otro como sujeto sensible se convierte en el fundamento de la acción moral. Sin embargo, la película evita idealizar esta posición al mostrar sus límites frente a estructuras de poder de alcance global. La intervención de los activistas, por su parte, introduce una dimensión política que, aunque crítica con el sistema, tampoco logra escapar completamente de sus lógicas de instrumentalización.

El contraste entre compasión individual y violencia sistémica se hace especialmente evidente en las secuencias ambientadas en el matadero, donde la escala industrial del sacrificio anula cualquier posibilidad de relación singular con los animales no humanos. En este espacio, la vida se convierte en unidad de producción, y la compasión, en caso de aparecer, queda relegada a un ámbito marginal. Desde este punto de vista, *Okja* plantea una crítica a la insuficiencia de las respuestas individuales frente a sistemas que operan mediante la normalización del daño.

1. Cuando Mi-ja inicialmente se encuentra con este grupo de activistas, autodenominado como Frente de Liberación Animal, se alía con ellos porque tienen un objetivo común: asegurar el bienestar animal. No obstante, más tarde Mi-ja acaba enfrentada a ellos ya que la traicionan con el objetivo de que Okja sea capturada y dirigida al matadero para poder grabar y publicar las imágenes de este lugar y así documentar el proceso de tortura y asesinato sistemático de supercerdos.

Mickey 17 radicaliza estas problemáticas al trasladarlas al ámbito de la clonación humana en un contexto de colonización espacial. El protagonista, Mickey, en su condición de sujeto prescindible, se sitúa en una posición única dentro del sistema, siendo simultáneamente individuo y recurso, sujeto de experiencia y objeto de uso. La violencia sistémica se manifiesta aquí de manera especialmente clara en la institucionalización del sacrificio. A diferencia de *The Host*, donde la violencia emerge de la negligencia, o de *Okja*, donde se articula en torno a la lógica del mercado, en *Mickey 17* el sacrificio está integrado en el funcionamiento normal del sistema. La muerte de Mickey no es un fallo, sino una condición necesaria para el éxito de la misión, lo que transforma la violencia en procedimiento.

Adoptando un enfoque bioético, esta situación plantea interrogantes sobre el estatuto moral de los individuos generados mediante tecnologías reproductivas avanzadas. La posibilidad de reemplazo continuo parece erosionar la singularidad de la vida individual, reduciéndola a una función dentro de un proceso más amplio. Sin embargo, la persistencia de la conciencia en Mickey introduce una tensión fundamental: aunque el sistema lo trate como recurso, su experiencia subjetiva lo sitúa en el ámbito de lo moralmente relevante.

La compasión, en este contexto, se desplaza desde el vínculo afectivo hacia una forma de reconocimiento más abstracta, ligada a la condición compartida de vulnerabilidad. A diferencia de *Okja*, donde la relación entre Mija y el animal constituye el núcleo emocional del relato, en *Mickey 17* la compasión emerge como respuesta a la constatación de que incluso en un sistema altamente tecnificado, la experiencia del sufrimiento no puede ser completamente eliminada ni neutralizada.

El estudio integral de *The Host*, *Okja* y *Mickey 17* permite identificar una progresiva formalización de la violencia sistémica en la obra de Bong Joon-ho. En *The Host*, esta violencia aparece como consecuencia no intencionada de prácticas institucionales; en *Okja*, se presenta como resultado de una lógica económica que organiza la producción y el consumo; en *Mickey 17*, se integra plenamente en un sistema tecnocientífico que normaliza el sacrificio como procedimiento.

En paralelo, la compasión experimenta un desplazamiento desde formas concretas y situadas hacia configuraciones más abstractas. Si en *The Host* se articula en torno al núcleo familiar y en *Okja* en torno a un vínculo interespecífico, en *Mickey 17* se vincula a la condición misma de ser susceptible de daño, independientemente de la categoría ontológica asignada al individuo. Este recorrido sugiere que, en el cine de Bong Joon-ho, la bioética no puede entenderse únicamente como un conjunto de principios aplicables a casos individuales, sino como un campo de tensiones en el que se confrontan formas de organización de la vida que exceden la escala de la acción personal.

En última instancia, estas películas ponen de manifiesto la dificultad de sostener la compasión en contextos dominados por estructuras que transforman la vida en recurso. Lejos de ofrecer soluciones normativas, el cine de Bong Joon-ho invita a examinar críticamente los discursos que legitiman esa transformación, evidenciando la necesidad de repensar los marcos bioéticos desde una vertiente reflexiva que tenga en cuenta no solo las decisiones individuales, sino también las condiciones sistémicas que las hacen posibles.

5. Conclusiones

El análisis desarrollado a lo largo de este artículo permite situar el cine de Bong Joon-ho en un lugar particularmente fértil para la reflexión bioética contemporánea, no tanto por la explicitud de sus planteamientos discursivos como por su capacidad para ampliar el campo de pensamiento bioético en el cine contemporáneo. Más que ofrecer respuestas, sus películas desplazan las preguntas, pues no tratan de discutir únicamente qué acciones son moralmente correctas, sino de interrogar los marcos que hacen posible que ciertas formas de vida sean consideradas disponibles, reemplazables o sacrificables.

En este sentido, una de las principales aportaciones de las obras analizadas reside en la forma en que las obras problematizan la estabilidad de las categorías ontológicas que sustentan buena parte de la tradición bioética. La distinción entre lo humano y lo animal, lejos de funcionar como punto de partida incuestionado, aparece como un efecto de discursos que distribuyen valor y vulnerabilidad de manera desigual. Esta desestabilización no implica una simple equiparación entre ambas esferas, sino la exposición de los mecanismos que permiten que esa frontera sea constantemente redefinida en función de intereses económicos, tecnológicos o políticos.

A partir de esta constatación, el cine de Bong Joon-ho sugiere que la bioética no puede limitarse a la evaluación de prácticas concretas, sino que debe incorporar una dimensión crítica del lenguaje y de las representaciones. Las películas analizadas muestran cómo la legitimación de la violencia sobre determinadas formas de vida se articula a través de discursos que naturalizan la explotación, ya sea mediante la banalización cotidiana, la racionalización científica o la narrativa del progreso. En este contexto, el análisis discursivo del cine se revela como una herramienta útil para identificar no solo los dilemas éticos, sino también las condiciones simbólicas que los hacen inteligibles.

Otro aspecto relevante es la reformulación del lugar de la compasión dentro de este entramado. Lejos de ser presentada como un principio universal o una solución suficiente, la compasión aparece en estas obras como una experiencia situada, dependiente de vínculos concretos y, por tanto, limitada en su alcance frente a estructuras que operan a gran escala. Sin embargo, esta limitación no conduce a su desvalorización, sino a su reinterpretación como punto de partida para una ética que no se funda en abstracciones, sino en la capacidad de reconocer la vulnerabilidad del otro. En este sentido, el cine de Bong no propone una ética de la compasión en sentido normativo, sino que explora sus posibilidades y sus límites en contextos donde la vida es sistemáticamente instrumentalizada.

Desde una perspectiva más amplia, el recorrido por *Barking Dogs Never Bite*, *The Host*, *Okja* y *Mickey 17* permite identificar una tendencia hacia la generalización de la noción de vida explotable. Lo que comienza como una representación de la violencia cotidiana hacia los animales se expande progresivamente hacia formas más complejas de intervención tecnocientífica, hasta alcanzar al propio sujeto humano. Este desplazamiento no debe interpretarse como una simple intensificación temática, sino como una estrategia que evidencia la continuidad entre distintos regímenes de explotación, cuestionando la idea de que la condición humana garantiza una protección ética estable.

En este punto, el artículo sugiere una posible contribución al campo de estudio: la necesidad de articular una bioética cultural del audiovisual, capaz de integrar el análisis de discursos, representaciones y dispositivos narrativos en la reflexión sobre la vida. Frente a aproximaciones

centradas exclusivamente en la deliberación normativa, esta perspectiva permitiría atender a cómo el cine participa activamente en la configuración de debates públicos existentes, ofreciendo marcos interpretativos que influyen en la manera en que se perciben y se valoran las distintas formas de vida.

En definitiva, el cine de Bong Joon-ho propone una interrogación más radical sobre las condiciones que hacen posible la distinción misma entre humanos y otros animales. Al hacerlo, desplaza la bioética hacia un terreno en el que las preguntas fundamentales no se refieren únicamente a lo que debemos hacer, sino a cómo llegamos a considerar que ciertas vidas pueden ser tratadas como medios y no como fines. Esta reorientación, lejos de cerrar el debate, abre un campo de investigación en el que el análisis cinematográfico puede desempeñar un papel relevante en la comprensión de los desafíos éticos del presente.

6. Financiación y apoyos

Este trabajo de investigación se ha realizado sin financiación ni apoyo económico o material específico destinado a esta cuestión.

7. Declaración sobre el uso de inteligencia artificial

En este artículo se han empleado diferentes modelos de lenguaje como apoyo puntual a la estructuración de la argumentación de las ideas aquí desarrolladas, así como en la depuración ortográfica y semántica y en la detección de errores lingüísticos y teóricos a lo largo del texto. Todas las decisiones sobre contenido, conceptualización, argumentación, análisis y documentación han sido tomadas por el autor de este trabajo, garantizando la máxima adhesión a los principios académicos de integridad, originalidad y calidad científica.

Semblanza del autor

Luis Miguel Machín Martín es doctor en arte y humanidades por la Universidad de La Laguna. Su principal línea de investigación se centra en el cine coreano contemporáneo, tema sobre el que trató su tesis doctoral. En ese ámbito de estudio, ha profundizado en áreas como la representación del crimen y la historia en el cine, así como los discursos dominantes en las obras fílmicas surcoreanas del siglo XXI.

Referencias

- Adams, C. J. (1990). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory*. Continuum.
- Ang, B. Y. (2025). To love or to eat the super-pig: Bong Joon-ho's *Okja* (2017)—an ecocritical and transnational perspective. *Frontiers in Communication*, (10), 1–5. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1684881>
- Anindya, R. T. (2024). Representation of social inequality in *Snowpiercer* (2013) directed by Bong Joon Ho. *Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, 8(2), 260–270. <https://doi.org/10.17977/um006v8i22024p260-270>

- Aryanty, N., & Raudhoh, S. (2023). Cinemedicine: The use of movies to teach bioethical principles for undergraduate medical students. En D. A. Kurniawan (ed.), *4th Green Development International Conference (GDIC 2022)* (pp. 58–64). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-110-4_7
- Bleakley, A. (2023). *Medical humanities: Ethics, aesthetics, politics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003383260>
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra: Las vidas lloradas*. Paidós.
- Colt, H. (2014). Movies and medical ethics. En P. Macneill (Ed.), *Ethics and the arts* (pp. 67–78). Springer Netherlands.
- Derrida, J. (2008). *El animal que luego estoy si(gui)endo*. Trotta.
- Dueñas Mohedas, S., & Machín Martín, L. M. (2024). Transnational film relationships between South Korea and Europe (2005–2018). En S. Lee, D. Y. Jin, & J. Cho (Eds.), *The South Korean film industry* (pp. 253–274). University of Michigan Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis*. Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Farahbakhsh, A., & Ebrahimi, R. (2021). The social implications of metaphor in Bong Joon-ho's *Parasite*. *CINEJ Cinema Journal*, 9(1), 87–116. <https://doi.org/10.5195/cinej.2021.291>
- Farré Albaladejo, M., & Pérez Sánchez, J. (2011). Uso del cine comercial en la docencia de bioética en estudios de biología. *Rev Med Cine*, 7(1), 3–7.
- Feltrin, N. (2024). Bears on screen: From cinematic monsters to agents of multispecies empathy. *HumAnimUS Studies in Zooanthropology*, 2(2), 13–45.
- Ferrando, F. (2015). Of posthuman born: Gender, utopia and the posthuman in films and TV. En M. Hauskeller, T. Philbeck, & C. Carbonell (Eds.), *The Palgrave handbook of posthumanism in film and television* (pp. 269–278). Palgrave Macmillan UK.
- Finn, S. M. (2023). *From cruelty to compassion. Farmed animals on film: A manifesto for a new ethic*. Springer International Publishing.
- Floridi, L. (2024). *Ética de la inteligencia artificial*. Herder Editorial.
- Haraway, D. (2008). *When species meet*. University of Minnesota Press.
- Hauskeller, M., Philbeck, T. D., & Carbonell, C. D. (2015). Posthumanism in film and television. En M. Hauskeller, T. D. Philbeck, & C. D. Carbonell (Eds.), *The Palgrave handbook of posthumanism in film and television* (pp. 1–7). Palgrave Macmillan UK.
- Hong, S. I. (2023). Korean cinema as historical archive in the era of post-history: *Memories of Murder* (2003, Bong Joon-ho). *TECHART: Journal of Arts and Imaging Science*, 10(2), 13–21. <https://doi.org/10.15323/techart.2023.6.10.2.13>
- Jasanoff, S. (2010). A new climate for society. *Theory, Culture & Society*, 27(2–3), 233–253. <https://doi.org/10.1177/0263276409361497>
- Jin, D. Y. (2020). *Transnational Korean cinema: Cultural politics, film genres, and digital technologies*. Rutgers University Press.
- Jones, E. E. (2025, 22 de febrero). Bong Joon Ho: 'I wish I had Ken Loach's energy, but I'm just thinking about nap time'. *The Guardian*. <https://bit.ly/45LixaA>

- Kim, A. M. (2016). Alienating the maternal instinct in Bong Joon-ho's *Mother*. *International Journal of Literature and Arts*, 4(5), 61–67. <https://doi.org/10.11648/j.ijla.20160405.11>
- Kim, B.-R. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154–160.
- Knowles, K. (2024). Negotiating human and non-human entanglements in experimental cinema. En K. Knowles & J. Walley (Eds.), *The Palgrave handbook of experimental cinema* (pp. 401–423). Springer International Publishing.
- Lee, F. (2023). Bong Joon-ho's *Okja*: Transatlantic racism, transpacific capitalism, and intimate subversion. *Polity*, 55(1), 34–58. <https://doi.org/10.1086/722726>
- Lee, M. (2018). Monstrosity and humanity in Bong Joon-ho's *The Host*. *Positions Asia Critique*, 26(4), 719–747. <https://doi.org/10.1215/10679847-7050543>
- Loy, L. (2015). Representations of animal advocacy in film. En K. Irving & S. Manley (Eds.), *Lives beyond us: Essays on the film reality of animals* (pp. 41–63). Sidekick Books.
- Lu, Y. (2022). The aestheticism of posthuman body in science fiction movies. *Journal of Comparative Literature and Aesthetics*, 45(4), 42–51.
- Lunardi, L., & D'Este, F. (2025). Beyond the anthropocentric gaze: The nonhuman animal as object/subject of vision in cinema. En M. Ferrández-Sanmiguel, E. Muñoz-González, & C. Laguarda-Bueno (Eds.), *The posthuman condition in 21st century literature and culture: Interdisciplinary insights* (pp. 185–202). Springer Nature Switzerland.
- Ma, Y. (2025). The scars of memory, the trap of desire, and the mirror of class: An interpretation of social allegories in Bong Joon-ho's films. *Journal of Global Trends in Social Science*, 2(1), 45–57. <https://doi.org/10.70731/wch2w769>
- Marzal Felici, J., & Gómez Tarín, F. J. (2007). Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto filmico para la formulación de una propuesta de trabajo. En J. Marzal Felici & F. J. Gómez Tarín (Eds.), *Metodologías de análisis del film* (pp. 31–56). Edipo SA.
- McCorry, S. (2019). “They’ll be breeding us like cattle!”: Population ecology and human exceptionalism in *Soylent Green*. En S. McCorry & J. Miller (Eds.), *Literature and meat since 1900* (pp. 111–123). Springer International Publishing.
- Miva, N. A. (2023). Mirando’s corporation’s exploitation towards *Okja* in *Okja* (2017). *LITERA KULTURA: Journal of Literary and Cultural Studies*, 11(1), 72–81.
- Nussbaum, M. C. (2001). *Upheavals of thought: The intelligence of emotions*. Cambridge University Press.
- Oh, Y. J. (2022). Post-imperial spaces and alternative imaginaries of the human and nonhuman in Bong Joon Ho’s transnational films. *Postcolonial Studies*, 25(3), 417–432. <https://doi.org/10.1080/13688790.2021.2018771>
- Okutan, N. (2023). An analysis of the movie “Hachiko: A Dog’s Story” in terms of empathy and solidarity with animals. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 15(4), 705–721. <https://doi.org/10.18863/pgy.1255168>
- Parkinson, C. (2024). Anti-capitalism, animal rights, and advocacy in *Okja*. En C. Parkinson & L. Herring (Eds.), *Animal activism on and off screen* (pp. 89–108). Sydney University Press.
- Potts, A. (2016). What is meat culture? En A. Potts (Ed.), *Meat culture* (pp. 1–30). Brill.
- Sellar, G. (2015). The cinematic politics of Bong Joon-ho. *Arena Magazine* (Fitzroy, Vic), (134), 46–49. <https://doi.org/10.3316/informit.085194075008221>

- Solbakk, J. H. (2015). Movements and movies in bioethics: The use of theatre and cinema in teaching bioethics. En Henk A. M. J. ten Have (Ed.), *Bioethics education in a global perspective: Challenges in global bioethics* (pp. 203–221). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9232-5_16
- Sousa, M. (2021). Human and animal futurity: Survival, flourishing, and care in Margaret Atwood's *MaddAddam* trilogy and Bong Joon-ho's *Okja*. *SFRA Review*, 51(4), 179–187.
- Tan, C. (2006). Philosophical reflections from the silver screen: Using films to promote reflection in pre-service teachers. *Reflective Practice*, 7(4), 483–497. <https://doi.org/10.1080/14623940600987080>
- van Dijk, T. A. (1998). Opinions and ideologies in the press. En A. Bell & P. Garrett (Eds.), *Approaches to media discourse* (pp. 21–63). Blackwell.
- Vezovnik, A. (2024). Humans and farm animals in documentary film narratives: A romantic perspective on the problem of capitalist meat production. *Anthrozoös*, 37(3), 417–435.
- Waltrick, L. T., Hellmann, F., Farias, G. O., & Marinho, A. (2022). Recursos del cine y enseñanza de la bioética en las ciencias del movimiento humano. *Revista Bioética*, (30), 744–757. <https://doi.org/10.1590/1983-80422022304566ES>
- Wilson, R. (2019). *Snowpiercer* as anthropoetics: Killer capitalism, the Anthropocene, Korean-global film. *Boundary 2: An International Journal of Literature and Culture*, 46(3), 199–218. <https://doi.org/10.1215/01903659-7614219>
- Yates, M. (2019). Crisis in the era of the end of cheap food: Capitalism, cannibalism, and racial anxieties in *Soylent Green*. *Food, Culture & Society*, 22(5), 608–621. <https://doi.org/10.1080/15528014.2019.1638125>
- Zhang, Q., & Hu, C. (2025). A study of cross-cultural genre strategies and thematic expressions in Bong Joon-ho's social-issue films. *Journal of Arts and Cultural Studies (ACS)*, (2), 1–14. <https://doi.org/10.23112/acs25122901>

Politics of meat and hidden animal suffering: Discursive responses to the documentary *Food for Profit*

Política de la carne y sufrimiento animal oculto: respuestas discursivas al documental *Food for Profit*

Ludovica Malknecht

Università Europea di Roma | Via degli Aldobrandeschi, 190, 000163 Roma | Italia

 0009-0005-3423-8302 | ludovica.malknecht@unier.it

Recepción 31/03/2026 · Aceptación 10/09/2026 · Publicación 15/10/2026

Abstract

In meat, egg, and dairy production and consumption systems, the physical and psychological suffering of the animals involved is not immediately apparent in the final products reaching consumers. The bodies and lives of these animals, together with the knowledge and emotions related to their experiences, exploitation, and slaughter, are largely excluded from public perception. In public spaces, documentary representations can assume an ethical and political role by highlighting the hidden aspects of everyday practices such as consumption, revealing their “backstage,” namely the conditions of animals in farms and slaughterhouses, and exposing the role of lobbies and economic and political interest groups in keeping these conditions concealed. Through qualitative discourse analysis, this study examines a sample of 16 Italian online reviews of the documentary *Food for Profit* (Italy, 2024), published by newspapers and websites that vary in content and purpose. The analysis focuses on discursive structures that express or imply: (1) reviewers’ emotional responses associated with informational content, and their attribution of the documentary’s potential impact on values, ethical and political behaviors; (2) positioning of the discourses in relation to the power structures addressed in the documentary and their underlying value orientations; (3) emergence of areas of opacity and the gap between dominant social perceptions and the informational content presented in the documentary. The findings suggest that representations of animal suffering and of its links to the politics of meat evoke moral shock, foster critical awareness, and encourage a sense of responsibility.

Keywords: documentary representation, meat industry, intensive farming, moral shock, politics of meat.

Resumen

En los sistemas de producción y consumo de carne, huevos y productos lácteos, el sufrimiento físico y psicológico de los animales implicados no resulta inmediatamente evidente en los productos finales que llegan a los consumidores. Los cuerpos y las vidas de estos animales, junto con los conocimientos y las emociones relacionados con sus experiencias, explotación y sacrificio, quedan en gran medida excluidos de la percepción pública. En los espacios públicos, las representaciones documentales pueden asumir un papel ético y político al poner de relieve los aspectos ocultos de prácticas cotidianas como el consumo, revelando su «backstage», es decir, las condiciones de los animales en las granjas y los mataderos, y poniendo de manifiesto el papel de los lobbies y de los grupos de interés económicos

Cómo citar: Malknecht, L. (2026). Politics of meat and hidden animal suffering: Discursive responses to the documentary *Food for Profit*. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 91-108. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.05>



y políticos en el mantenimiento de estas condiciones ocultas. Mediante un análisis cualitativo del discurso, este estudio examina una muestra de 16 reseñas italianas en línea del documental *Food for Profit* (Italia, 2024), publicadas por periódicos y sitios web que difieren en contenido y finalidad. El análisis se centra en las estructuras discursivas que expresan o implican: (1) las respuestas emocionales de los autores de las reseñas asociadas a contenidos informativos, así como la atribución al documental de un posible impacto sobre los valores y los comportamientos éticos y políticos; (2) el posicionamiento de los discursos en relación con las estructuras de poder abordadas en el documental y sus orientaciones de valor subyacentes; (3) la emergencia de ámbitos de opacidad y la brecha entre las percepciones sociales dominantes y el contenido informativo presentado en el documental. Los resultados sugieren que las representaciones del sufrimiento animal y de sus vínculos con la política de la carne suscitan un impacto moral, favorecen la conciencia crítica y fomentan un sentido de responsabilidad.

Palabras clave: representación documental, industria cárnica, ganadería intensiva, shock moral, política de la carne.

1. Introduction

Industrial animal agriculture and farming practices place billions of individuals from different species in conditions that are incompatible with their physical, biological, and psychological needs. The standards and production logic of animal-derived food products turn the animal's own body into a machine (Harrison, 1964) for producing other bodies or food that serve human consumption directly (as meat) or indirectly (through reproductive labor, eggs, milk, etc.). The drive to optimize time, space, and costs within the production process (Blanchette, 2020; Pachirat, 2011) entails conditions of life and death marked by profound suffering, violence, and the denial of rights. Various animal welfare regulations and legislative measures, even when complied with, do not constitute an adequate normative instrument for guaranteeing fundamental rights (Jena, 2017; Nussbaum, 2006; 2022) and certain species are excluded from welfare protections in some contexts. The logics of *animal welfare* themselves ultimately function to sustain a system grounded in the instrumental reification of the nonhuman other. Everyday practices and habitual behaviors, such as food consumption and a diet that includes animal bodies and animal-derived products, by sustaining production systems grounded in animal exploitation and oppression, have a profound impact on the conditions of these animals and on their instrumental reification.

With the spatial reconfiguration brought about by processes of urbanization and industrialization, the relationship between humans and animals used in industrial production has increasingly come to be shaped through multiple mediations, reducing their spatial proximity (Berger 1980; Franklin 1999). Historically, in the nineteenth century, the expansion of animal farming and consumption occurred alongside a shift in the population's attitudes toward violence against nonhuman animals. Franklin (1999, p. 42) refers to the "ambiguity and reticence" surrounding farmed animals: "One resolution was spatially to separate the livestock industry from urban populations; another was to differentiate the animal from the meat" (p. 42). The bodies of animals raised for consumption have thus been rendered imperceptible as whole, living bodies: "the animal was no longer recognizable from the displayed pieces in the butchers' shops and supermarkets; the pieces were smaller, typically boned, skinned, plucked and filleted" (Franklin 1999, p. 42).

While the origins of this phenomenon can be traced back to the nineteenth century, the current phase represents an extreme manifestation of a fundamental contradiction in social behaviors. The social

perception of a contradiction – between the different ways species destined for consumption are perceived and those, for example, involved in affectionate relationships with humans – is inhibited by these forms of mediation and concealment, reinforced by the sharp separation between ordinary living contexts and the spaces designated for farming and slaughter, as well as by their material and symbolic inaccessibility. This allows for the maintenance of a condition of “ambiguous hypocrisy” (Tota, 2023, p. 220), through which one seeks to forget the individual “to whom that meat once belonged. In this way, an irreducible symbolic distance is produced between a lifeless chicken breast and the mental image of some whole hen that, with that breast, spent her brief life in this world” (Tota, 2023, p. 220).

In the meat industry, not only is the physical and psychological suffering of the animal not immediately discernible from the finished product that reaches distribution, but the living, whole animal body – and the associated cognitive and emotional knowledge derived from experiencing it – is absent from the consumption experience. In a society where affective and family bonds with nonhuman individuals are widespread, and where explicit violence toward both human and nonhuman individuals does not receive direct and explicit approval from public opinion, the invisibility of violence (Joy, 2010; Tota, 2023) becomes one of the enabling conditions for its perpetuation. Yet the invisibility of violence is closely linked to systemic aspects involving production sectors, institutions, and economic power structures. The systemic aspects and dynamics in this domain carry significant political, ideological, and cultural weight. Invisibility is the corollary of naturalization – a fundamental component of the legitimating framework of meat culture (Potts, 2016) and of carnism (Joy, 2010), as an ideology that is invisible precisely because it is both an ideology and a system (Joy, 2010). The exploitation of nonhuman bodies is naturalized and therefore tends not to be problematized. This process of naturalization is characteristic of neoliberal ideology, which, as Cammaerts (2015, p. 2) argues, has managed to present itself “as quintessentially anti-ideological, as rational and as a natural state of affairs, as invisible.” A similar dynamic can be observed in carnism (Michielsen and van der Horst 2022). Consumer behavior sustains situations of cruelty and suffering that do not involve the subjective experience of cruelty and that, in general, do not receive – or would not receive – moral approval: “the overwhelming majority of animal suffering at human hands is not the result of cruelty, but rather, these animals suffer because of normal animal use and socially acceptable motives” (Rollin, 2006, p. 525).

Media narratives and representations can foster reflection on and problematization of habitual and unreflective behaviors, making visible aspects of consumption that would otherwise remain hidden. With regard to the exploitation of individuals of other species in animal agribusiness, media representations can facilitate reflexive distancing from habitual consumption behaviors to the extent that content and information are provided and conveyed in ways that expose audiences to the “backstage” (Goffman, 1959) of consumption. In doing so, they can make more perceptible the causal link between everyday consumption practices and the exploitative conditions to which such practices contribute. The normalization of violence inherent in widespread social behaviors, such as meat consumption and the consumption of animal-derived products, highlights the need for narratives and representations capable of connecting production mechanisms with consumption, revealing both the effects of these practices on the condition of nonhuman animals and the productive logics and economic and political interests that sustain and legitimize these practices.

Media narratives and representations can influence consumer choices by revealing the causal link between consumption practices and their consequences for the living and dying conditions of nonhuman animals (Pabian et al., 2020). Information conveyed through the media can play a fundamental role in counteracting forms of oblivion, denial, and denialism (Almiron and Moreno 2022) regarding the conditions of animals of other species in contexts of human-imposed suffering and domination, and in making the conditions of animals reared for consumption – and human responsibilities – more tangible to our perception (Nussbaum, 2006; Freeman, 2016), thereby amplifying critical-reflective distancing from routine behaviors that are not immediately perceived as matters of choice and thus evade self-normativity based on values and justice (Malknecht, 2021). While it is true that merely depicting suffering “is not enough” to induce full awareness of the dignity and rights of nonhuman animals (Taylor, 2015), information conveyed by the media, together with its emotional correlate, can exert a degree of influence on public opinion. Moreover, media representations of animal conditions can challenge those discursive coalitions that contribute to the denial, concealment, and perpetuation of the exploitation of individuals from other species (Almiron, Rodrigo-Alsina, & Moreno 2022).

These coalitions rely on denial and denialist strategies and rhetoric (Hannan, 2020; Almiron & Moreno, 2022) promoted by actors with vested interests in the farming and slaughter of nonhuman animals. The model proposed by Stanley Cohen (2001) – which has already been effectively employed in the scientific literature in relation to climate change and intensive farming (Almiron, Rodrigo-Alsina, & Moreno 2022; Almiron & Moreno, 2022) – identifies three types of denial: (1) literal denial, which concerns the denial of facts and evidence; (2) interpretative denial, which concerns the denial of the consequences deriving from facts and evidence; (3) implicatory denial, which concerns the denial of the psychological, moral, and political implications. This categorization is also used in this study as an analytical framework for identifying the different forms of denial discussed in the reviews and for examining how the documentary is understood to expose, contest, or challenge them (see Section 5).

The exposure of audiences to the conditions of nonhuman animals in intensive farming through documentary representations provides mediated access to the backstage of food consumption. By showing the production processes of meat and animal-derived products, these representations confront individuals with the consequences of their own consumption. They also function as counter-narratives to the narratives and communication strategies that support carnism and meat culture. Information about the animal agriculture industry, its power dynamics, its relationships with politics, and its strategies of concealment and persuasive communication (Almiron, 2024) can contribute to revealing its systemic aspects and forms of legitimation, with the aim of bringing the system of animal oppression out of the invisibility that prevents it from being properly recognized as a system (Joy, 2010).

2. Case study

To gain further insight into these dynamics, this paper uses as a case study the documentary *Food for Profit*, which offers particularly interesting insights into the relationship between documentary representation, moral shock (Jasper and Paulsen, 1995), ethics, and agency. Directed by Pablo D'Ambrosi and Giulia Innocenzi, *Food for Profit* (Italy, 2024) is an investigative

documentary that examines the relationships between the meat industry, agribusiness lobbies, and European political institutions. Through an investigation conducted across several European countries, the film reveals how substantial EU public funds are allocated to intensive animal farming, highlighting the consequences of this system for animal conditions, the environment, and public health. Using undercover journalism and interviews with experts, farmers, politicians, and representatives of the meat industry, the documentary highlights economic and political forces that sustain the European industrial animal farming system. It also explores issues such as pollution, antibiotic resistance, biodiversity loss, poor working conditions across the supply chain, and the exploitation of migrant workers in intensive animal farming. In particular, *Food for Profit* represents the conditions of animals raised in intensive farming systems in Europe, the violence within these practices and contexts, and the behaviors, attitudes, and policies adopted by European institutional actors.

3. Methodology and sample

Through the selection of a specific sample – Italian reviews of the documentary – this article aims to examine the reactions and reflective engagement generated by viewing *Food for Profit* (Italy, 2024), specifically investigating: (1) how reviewers respond emotionally to the conditions of nonhuman animals in intensive farming systems; (2) how reviewers interpret and evaluate the documentary's representations of the meat and dairy industry, particularly the forms of deliberate concealment revealed by the documentary, and whether and how these representations shape critical attitudes; (3) how reviewers interpret and negotiate questions of responsibility and ethical and political agency.

This study investigated the discursive responses to *Food for Profit* through a qualitative discourse analysis of 16 online reviews published between February and April 2024. The corpus was constructed through systematic searches conducted on Google using the Italian search terms “Food for Profit”, “recensione Food for Profit”, “recensione documentario Food for Profit”, and “Food for Profit Film”. For each query, the first five pages of search results were screened. Texts were included if they (1) provided an editorial review or critical discussion of the documentary, (2) were published by an identifiable media outlet (a publicly recognizable and traceable journalistic or media organization with an identifiable editorial identity), review platform, or specialized website, and (3) were publicly accessible online during the data collection period. User-generated content, including comments posted beneath articles or on social media platforms, was excluded because the analysis focused on editorially produced media discourse rather than audience discussions. Applying these criteria resulted in a final corpus of 16 reviews, comprising all eligible texts identified through the search procedure. A complete list of the reviews included in the analysis, together with links to the original sources, is provided in the Appendix.

The analytical and coding framework used to examine the reviews is presented in Table 1.

Table 1

Analytical and coding framework

Step	Explanation	Focus (implicit and explicit)
1. Object of interpretation	Identify the aspects of the documentary addressed by reviewers	Animal exploitation; intensive animal farming; interest groups in meat and dairy production; European policies and regulation; production and financing of the agrifood industry; food consumption
2. Reviewer's perceptions	Analyze reviewers' interpretations of the documentary	Knowledge and information; emotional responses; beliefs and values; behavior and agency
3. Discursive positioning	Examine how reviewers position themselves in relation to the realities represented	Power structures; cultural norms; values; dominant discourses and practices
4. Reflexive processes	Trace processes of confirmation, questioning or transformation	Confirmation; change; re-evaluation; contradictions; perceived gaps between dominant perceptions and documentary information
5. Discursive relationships	Interpret the identified perceptions and positions within broader discourses	Argumentative structures; modes of meaning organization; contextual relations; interactions between documentary representation and review reception

Source. Author's own elaboration.

The analysis of the reviews allows us to examine two interconnected dimensions of their discourse. On the one hand, the reviews provide evidence of the authors' own perceptions and responses to the documentary, as expressed through their interpretations and evaluations of its content. On the other hand, the reviews are themselves acts of mediation: by selecting, interpreting, and framing particular aspects of the documentary for their readers, they potentially shape how the documentary and the issues it addresses are presented to audiences. In this sense, this study is interested not only in what reviewers say about the documentary, but also in how their interpretations and attributions of meaning (Weber, 1922) are discursively constructed within the review as a media text and thereby presented to readers.

The textual corpus was analyzed using qualitative discourse analysis methodologies (Fair, 2018; Fairclough, 2010; Snape and Spencer, 2003; Wodak and Krzyzanowsky, 2008). Because the documentary highlights interactions between the statements, attitudes, and behaviors of the subjects represented, analyzing the reviews makes it possible to examine how reviewers interpret these different discursive dimensions and the relationships between them (Fair, 2018, p. 22). The reviews reflexively engage with linguistic and extralinguistic elements made perceptible through audiovisual representation. Building on this reflexive and interpretive articulation, the analysis was conducted by identifying argumentative structures and modes of meaning organization that either reflect or challenge discourses, categorizations, and practices related to: 1) the condition of animals involved in instrumental relationships with humans in the industrial production of meat and other animal-derived products; 2) human consumption of animal bodies; 3) the systems of regulation, production, and financing of the agrifood industry – relevant elements for understanding the functions and value assigned to nonhuman animals within human societies. The argumentative structures and modes of meaning organization were interpreted in relation to the context, itself discursive (Laclau, 2009, p. 61; 2003, 2014), open yet partially structured by the interaction between

documentary representation, its textual levels, and the receptive-reflective-interpretive dimension of the reviews.

The analysis of the textual corpus made it possible to identify the following discursive and interpretive dimensions: (a) Disclosure and visibility; (b) Concealment and responsibility; (c) Emotional responses; (d) Ethical and political responses; (e) Critical reviews. The following section examines these discursive dimensions as they emerged from the corpus, illustrating them through excerpts representative of the identified patterns.

4. Discourses of Unveiling: Shock, Denial, and Agency

The analysis of the reviews reveals a predominantly positive or sympathetic reception of *Food for Profit*, organized around a recurring understanding of the documentary as a mechanism of disclosure. Across the corpus, reviewers repeatedly construct the film as making visible information that is perceived to remain inaccessible within everyday experiences of food consumption. This process of disclosure is associated with three interconnected dynamics: first, the exposure of the “backstage” of animal production and the gap between ordinary consumption and the conditions under which animal-derived products are produced; second, the attribution of this gap to processes of concealment, denial, and the actions of political, economic, and media actors; and third, the emotional, ethical, and political significance attributed to such disclosure. A smaller set of critical reviews challenges the documentary’s representativeness and epistemic authority, providing a counter-discursive perspective that complicates the predominantly positive reception.

4.1. Disclosure and Visibility

This section concerns reviewers’ responses to the disclosure of relevant informational content presented in the documentary and the gap between the reality perceived in everyday contexts of life (food consumption) and the informational content conveyed by the documentary representation (agrifood systems and animal exploitation).

In the textual corpus¹ of the analyzed reviews, the emphasis is predominantly placed on the revelation of content to which audiences do not usually have access. For example, the documentary “*uncovers the dark side of intensive farming*” (Gambero Rosso) and “*denounces an entire system and documents the reality behind 90 % of the meat and animal-derived products on the market*” (Huffington Post).

A key aspect emerging from this analysis is the gap between the front stage (Goffman, 1959) and the backstage of the food industry in collective perception. In the reviews, there is frequent reference to a misperception that is immediately overturned by exposure to the documentary content: “*No, this is not a horror film, but reality. This is the reality of the food we find in our supermarkets and consume every day. This is the reality of the European Union’s money, which is also ours, that goes to fund these horrors*” (Inside the Show); “*the cameras show the real conditions of the animals that end up on our tables*” (Today.it). This lack of access to the informational content represented in the documentary

¹ All quotations were translated from Italian; exact fidelity to the original wording cannot be guaranteed.

is partially attributed to a lack of awareness regarding what lies behind consumption and dietary habits: “What we do not see does not exist; what is hidden from our eyes does not seem real to us, simply because it is covered by a wall” (Inside the Show); “the condition of animals in intensive farms is known to be terrible; yet sometimes we no longer feel compelled to question the issue” (Hall of Series).

4.2. Concealment and Responsibility

This section examines how reviewers interpret and discuss responsibility and intentionality of the relevant interest groups identified in the documentary. It addresses practices and discourses of denial, denialism, and concealment regarding conditions of suffering and exploitation in animal farming. It also considers the role played by these interest groups and the media in the process of concealment.

In line with the framework provided by *Food for Profit*, a lack of access to information is predominantly attributed to the deliberate concealment of information by actors with primarily economic or political interests, represented within the documentary itself, to whom responsibility and accountability for what is shown are assigned. Reviewers used expressions such as “misleading words” (Inside the Show), “manipulation of public opinion” (L’Espresso), “contradictions” (Mescalina), and “horrible secrets” (Cinema e Critica). In particular, the reviews portray *Food for Profit* as exposing hidden practices, contradictions, and vested interests within the agrifood system and European political institutions. The press release of the Lega Anti Vivisezione cited in the review by *Antimafia 2000* refers to “a thorough work that has uncovered Pandora’s box of the interests of profiteers and certain Members of the European Parliament”. Similarly, *L’Indipendente* states: “Intensive farms where ‘waste’ is eliminated through violent practices, proliferation of diseases treated by untrained personnel, residual slurry discharged outdoors, pollution, and even biological risks, all while politicians in Brussels lie, contradicted by their own words recorded in different contexts.”

The documentary is thus interpreted as exposing both what is hidden and who benefits from its remaining hidden. In particular, the perceived gap between the “front stage” and the “backstage” (Goffman, 1959) of the represented situation is articulated in the reviews and attributed to the documentary’s exposure of these conditions. One aspect of this configuration concerns the official statements and positions of economic and political interest groups engaged in defending the European agrifood system, who are criticized for intentionally presenting a misleading depiction of reality and of their own intentions: “The striking difference between the statements captured by the hidden camera and those given during official interviews is, to say the least, embarrassing” (*Antimafia 2000*); “Spanish MEP Clara Aguilera, in the hidden camera footage, openly states that she does not care about the welfare of an animal in a farm (literal: ‘I do not care about the happiness of the chicken, the rabbit, or the cat. I eat them anyway’). Yet, in the official interview, she claims that she does not agree ‘with any activity that mistreats animals’ and that similar farming models (where animals suffer) are not funded by the Common Agricultural Policy (CAP)” (*Antimafia 2000*). The documentary’s exposure of the backstage is framed not only as revealing hidden production practices but also as uncovering the mechanisms through which these practices are publicly concealed. A recurring theme in the coverage is denial of the existence of intensive farming by industry representatives and agricultural lobby groups, who are depicted as rejecting the existence of the very systems documented by the film: “Pesonen is the head of Copa-Cogeca, the union of European farmers, but also the most powerful lobby of

the European agrifood sector. He goes so far as to deny to Giulia Innocenzi the existence of intensive farms in Europe” (Antimafia 2000); “the most important of the lobbies, Copa-Cogeca, whose head goes as far as to deny the existence of intensive farms in Europe” (Gambero Rosso); “the owners and workers of the factories deny the evidence shown in the photographs. It even comes to the point of claiming that intensive farms do not exist in Italy” (Inside the Show).

In the reviews, the documentary also appears to assume a counter-narrative function with respect to celebratory narratives surrounding – for instance – the Italian meat and dairy industries: “*The footage in Food for Profit, including that from the most well-known Italian farms, those considered ‘excellent,’ shows floors that have not been cleaned or disinfected for years, filled with bacteria and viruses, where animals fall and lie, becoming sick: pigs, chickens, turkeys, cows, many of which are injured or mutilated, killed brutally, deprived of veterinary care, and receiving, just to survive long enough to be slaughtered, continuous injections of antibiotics*” (Inside the Show). With regard to the forms of concealment highlighted, the documentary is presented in the sample as revealing power structures in a way that carries a significant ethical and political connotation. From this perspective, the intentional nature of the silence surrounding and denial of animal suffering on farms emerges as a means of protecting the interests of the animal agriculture industry (cf. Hannan, 2020). Silence and denial are thus not only a condition resulting from the spatial and symbolic separation of farms and slaughterhouses, but the product of rhetoric and policies aimed at maintaining this area of opacity. In relation to these dynamics, the documentary allows viewers to “*recover a sense of truth long trampled upon in our latitudes [...] refracting an ethical significance by opening up a political reading that, conversely, political forces in regulatory settings have preferred to bury*” (Cinema e Critica); “*The documentary particularly exposes the link between the meat industry, agrifood lobbies, and political power, the impact that intensive farming has on health and the environment, the incredibly cruel mistreatment of animals, and the exploitation of labor, in a journey through Italy, Spain, and the German model, which proves to be far from virtuous*” (Mescalina); “*reveals the link between the meat industry, agrifood lobbies, and political power*” (L’Espresso).

The role of the media in the process of concealment is also highlighted. The media system is represented as complicit in the “spiral of silence” (Noelle-Neumann, 1974) surrounding the agrifood system and the conditions of animals within it. For example, the informational content of the documentary is explicitly addressed in relation to the difficulties encountered during an early phase of its production and distribution: “*In the upcoming European elections on 8 and 9 June, citizens across Europe can sweep away corruptible politicians and their trusted lobbyists with a single vote. And it is precisely this ‘risk’ that probably explains the refusal of major streaming platforms to host Food for Profit, as it was considered ‘a political movie’*” (Antimafia 2000). Some reviewers also emphasize the documentary’s focus on an issue they perceive as overlooked by mainstream media and its critical stance toward media systems considered influenced by powerful economic and political interests. “*the issue at the center of the documentary is one that mainstream media tend to overlook, preferring to look away rather than show the horrors of intensive animal farming [...] the first civil cinema film in this country after many years of narrative apathy and production choices that have pleased and satisfied those in power*” (Cinema e Critica); “*mass media – both private and public –, which are largely subservient to the richest elite*” (Film TV).

4.3. Emotional Responses

The emotional impact of the documentary representation and its content on reviewers need to be considered. The process of revelation is closely linked to the attribution of emotional significance: images depicting the conditions of animals are framed in a clearly negative emotional light. The intensity of this emotional response appears to be related to a lack of prior knowledge or experience regarding the conditions of the animals portrayed. Reviews frequently describe the images of animals as disturbing, traumatic, or difficult to endure, using expressions such as “a journey into the abyss,” “raw images, difficult to bear,” and “a punch to the stomach” (Cinema e Critica; Antimafia 2000; Huffington Post). The emotional vocabulary employed across the reviews conveys a range of responses, including distress, shock, and outrage, often emphasizing the difficulty of witnessing animal suffering and the violence and brutality depicted. These responses are further intensified by descriptions of the images as psychologically difficult to process: “*The sequence showing the scheduled culling of animals that do not reach marketable weight will remain in memory*” (Cinema e Critica); “*Graphic images depict the abuses committed in meat farms across much of Europe*” (Gambero Rosso). The expressions used in the reviews are particularly strong and morally charged: “*Those who struggle to endure these scenes will certainly find it difficult to finish watching. We still encourage doing so, perhaps averting one’s gaze at certain moments, [...] the violence against animals and the conditions in which many of them live are terrifying*” (Hall of Series); “*a holocaust that has been ongoing for years, financed by all of us, in general indifference*” (Huffington Post)

4.4. Ethical and political responses

This section examines how reviewers interpret and discuss the contribution of the documentary to problematizing the issues addressed, and its potential effects on agency and ethical reflection. The process of revelation not only emerges as a shift in the perception of farms, the animal agriculture industry, and the powers that govern it, but also explicitly highlights the link between information, awareness, and agency. In many reviews, emotional shock is explicitly connected to the informational function of the documentary and to a process of moral problematization. The reviews emphasize the documentary’s capacity to raise awareness and fill an information gap, encouraging viewers to engage with previously overlooked aspects of food production. They also frame outrage not as a temporary emotional reaction, but as a potential catalyst for greater awareness, participation, and social change. In particular, some reviews highlight the documentary’s ability to translate indignation into concrete forms of action, including support for political and institutional reforms concerning intensive farming and agricultural subsidies. Food for Profit and its aims are described as a “*call for action*”, “*instances of resistance*”, “*a disruptive force that can be realized through conscious actions by an informed collective*” (Antimafia 2000), “*An invitation to knowledge and participation*” (Cinema e Critica). The reviews themselves seek to encourage forms of direct action: “*what we are seeing belongs to us without reservation [...] provides a clearly defined option for reclaiming a new phase of civilization*” (Cinema e Critica); “*The authors of the investigation put forward a threefold proposal, with an attached petition on the Eumans website, consisting of a request to stop subsidies to intensive farms, a moratorium on the establishment of new intensive farms, and a reform of the Common Agricultural Policy*” (Huffington Post).

The documentary is thus presented as encouraging critical reflection on the reality underlying consumption, particularly by framing the animal question as a matter of justice and prompting viewers to reconsider the moral implications of their everyday food choice: *“What kind of human beings are we to endorse a food system like this?”* (Gambero Rosso); *“Food for Profit could open your eyes to dynamics and issues you are aware of but whose importance and impact you have underestimated”* (Hall of Series). The connection between acquiring information and being enabled to exercise ethical and political choice is also emphasized: *“The documentary puts Italian and European citizens in front of a choice: continue to have corruptible Members of the European Parliament making decisions based on the profit of a few, or change course”* (LAV press release cited in Antimafia 2000).

Reviewers emphasize the potential impact that greater awareness can have on everyday food choices, particularly by encouraging a reduction in meat consumption and a reconsideration of vegetarianism as an ethical or civic stance. As one review notes, *“every choice we make about the food we eat has an impact, and that we can make a difference through our daily actions”* (Naturalmente Verde). Similarly, another reviewer describes the documentary as encouraging viewers to *“not to eat meat”* (*“in the face of intensive farming, it becomes a civic duty”*) and to recognize the ethical implications of their consumption choices (Mescalina). Overall, the reviews construct awareness not as an end in itself, but as a basis for individual action and broader change: *“This system [...] can only be changed by us, who become aware of it, who have the courage to look, who do not pretend nothing is happening”* (Inside the Show), *“I asked my butcher whether he sourced from intensive farms, and for some time now I have reduced my meat consumption”* (La Repubblica).

4.5. Critical Reviews

Some consideration should also be given to reviews that express a negative view of the documentary. Although the predominant pattern in the corpus is one of support for the documentary’s revelatory function, a smaller number of reviews challenge either the documentary’s modes of representation and investigation or its interpretation of animal farming. These two reviews, out of the sixteen analyzed, represent the minority position in the corpus.

The review published in *Rivista Studio* is highly critical of the investigative journalism approach adopted in the documentary, which it considers overly simplistic in its representation of a complex reality and morally polarizing. It criticizes the binary opposition between good and evil, arguing that the documentary leaves little room for context, nuance, or alternative perspectives. However, even in this review, the documentary’s role in revealing realities that are usually hidden or “repressed” from the public sphere emerges: *“Thank you for bringing into the public debate a topic that struggles so much to reach it. The meat industry is a repressed element of the contemporary ecological conversation.”* The documentary images of animal suffering and abuse are compared with those in other similar documentaries, which are credited with raising awareness and potentially influencing dietary behaviors: *“There are the traumatic images of animals’ conditions in farms: but YouTube is already full of anthologies of beaten cattle, mountains of rotting chickens, terrified pigs – the path of self-awareness of every person who becomes vegan or vegetarian at some point goes through that”*.

The content published on *Ruminantia* adopts a different tone, denying or attempting to refute the informational content of the film, and arguing that the farms shown do not represent the reality

– or the current reality – of the “vast majority” of farms: “*The documentary by Giulia Innocenzi and Pablo D’Ambrosi portrayed a livestock reality typical of decades ago, now largely outdated by European and national laws and regulations, and by the widespread awareness among farmers that mistreating animals is foolish because it generates no profit [...]*” Overall, the *Ruminantia* review performs a legitimizing function with regard to animal oppression and portrays nonhuman otherness as instrumental. In this sense, the ethical potential of the emotional impact of the images is categorized as a propaganda tool, while the significance of animal suffering is relativized: “*Images of sick and suffering animals were thrown in the viewers’ faces, as if, even in intensive human cities, there weren’t people who suffer, die, and receive care.*”

5. Discussion and Conclusions

Taken as a whole, the analyzed textual corpus centers on discursive patterns that: (1) follow an oppositional logic of disclosure/occlusion dynamics, both unintentional and, above all, intentional; (2) convey a perceived gap between the front stage and backstage of the situations depicted, to which moral and political significance is attributed, particularly in terms of holding the actors involved in the concealment process accountable; (3) express a negatively charged emotional response to the representation of animals’ suffering and killing within industrial animal farming systems, linked to moral responsibility; (4) reveal the transformative potential of the documentary’s disclosure in ethical and political terms, with the potential to influence both political choices and consumption practices. In particular, the disclosure of the backstage of food production and consumption corresponds to the opportunity to problematize everyday behaviors and practices, such as dietary habits. This problematization is presented as a possible premise for change that affects not only consumption practices but also the systemic structures underlying them.

In reviews with a predominantly positive slant (14 out of 16), the documentary’s revelatory role and its informational significance are consistently emphasized. Overall, 15 out of 16 analyzed reviews express empathy toward animal suffering and reject the suffering and violence depicted in the documentary. The expressions used in the reviews of *Food for Profit* seem to reflect a perception of the loss of dignity of the nonhuman body, which threatens the relationship between human and nonhuman animals and, ultimately, human dignity itself. In the words of Anna Lisa Tota, “[it is] the loss of dignity of the body of the interspecific other that constitutes the true point of no return. It is as if, beyond that threshold, humanity were confronted directly with a horror, offering nothing to the eye but atrocities, torture, and violence” (Tota, 2023, p. 219, my translation).

In the reviews of *Food for Profit*, the perception of violations of the body, psyche, and affective life of the nonhuman other is articulated as a form of awareness whose effects are envisaged in terms of agency and potential for change. The analysis of the textual corpus shows that the revelation of previously hidden realities is experienced as a traumatic act, but it also appears as a premise for reflective distancing that prompts the recognition of animal otherness precisely in terms of dignity and rights. The documentary is received as a *moral shock*, thus reflecting communicative dynamics more broadly associated with animal advocacy: “the moral shock strategy is not limited to creating change at an individual level and can also positively promote structural change” (Fernández, 2020, p. 57).

The exposure of audiences to the violence and forms of exploitation perpetrated within industrial animal complexes, particularly through undercover investigations, fosters awareness and promotes public debate on the animal question, sometimes leading to regulatory interventions and the closure of specific facilities where abuses have been documented and exposed (Fernández, 2020). *Food for Profit* circulated in different European contexts in the period leading up to the 2024 European elections, including a screening at the European Parliament in February 2024, where the filmmakers explicitly sought to convey a political message. Following the release of the documentary, several media outlets reported that former Members of the European Parliament Clara Aguilera (Spain) and Paolo De Castro (Italy) – whose statements and conflicts of interest in the agrifood sector were challenged in the film – were not renominated (Gaita, 2024), and operations at one of the Italian farms where abuse of turkeys had been filmed were halted (Gaita, 2025).

In light of these findings and the analysis of the sample, documentary representation emerges as a potentially effective communicative device for countering forms of denial and denialism regarding the conditions of animals within farming systems at different levels. The forms of denial categorized by Cohen (2001) are here used to highlight specific dynamics emerging from the analysis of the textual corpus: 1) the literal denial – such as the denial of the existence of intensive farming systems or of institutional funding and support – emerges in relation to the statements of interested parties in the meat industry represented and discussed in the documentary, reflecting an attitude not only of denial but also of denialism (Almiron & Moreno, 2022), which is both contested and criticized in the documentary itself and in the vast majority of the reviews analyzed; (2) interpretative denial, which concerns, for instance, the causal link between food consumption involving animal-derived products, intensive farming, and animal suffering. In the textual corpus, such forms of interpretative denial are attributed to institutional actors but are also extended to other spheres of responsibility, such as the lack of information provided by the media, which the documentary representation helps to address; (3) implicatory denial appears to be the type of denial most directly challenged by the documentary representation, as it involves forms of denial that also concern audiences and consumers. As highlighted, viewing the documentary – and, in particular, recognizing denial and the causal link between the represented situations and social and institutional behaviors – is associated in the reviews with calls for changes in consumption practices and in ethical and political choices.

Documentary representation therefore appears useful in exposing or countering all three forms of denial. The documentary emerges from the analysis as a tool whose informative function takes the form of disclosure, making both habitual behaviors and structural dynamics (Nibert, 2002) that define the “animal question” intelligible and open to scrutiny. In this sense, the documentary representation appears to contribute to processes through which the “indifference of publics is transformed into involvement with public issues” (Mills, 1959, p. 5). In the texts analyzed, the animal question thus appears to be predominantly recognized as a salient moral and political issue. The acknowledgment and denunciation of a “spiral of silence” (Noelle-Neumann, 1974) involving the production sectors, politics, and the media system itself also point in this direction. In the context examined, such disclosure emerges as a preliminary step toward a reflective process of awareness and the assumption of responsibility on the part of the public, potentially influencing not only consumption practices but also ethical and civic consciousness, as well as explicitly political choices.

This research presents some limitations. The textual corpus includes only reviews of *Food for Profit*, whereas the analysis could usefully be extended to other documentaries addressing similar topics.

Moreover, the study deliberately focuses on communicative aspects and primarily on a microsocial level of analysis, while issues related to the political economy of meat in Europe – which nonetheless contribute significantly to defining the context of the content and aims of this research – remain implicit and are addressed mostly indirectly through the referenced bibliography.

However, this research constitutes an attempt to encourage continued reflection on these issues, and in particular on the close relationship between the communicative sphere, the political economy of meat, and social behaviors and responses. Making these connections visible has scientific relevance, as it contributes to understanding key aspects of contemporary societies in terms of “power, hegemony, ideology, propaganda or social change” (Almiron and Fernández, 2021) at both macro- and microsocial levels. It also has ethical value and an explicitly emancipatory purpose.

6. Funding and support

No funding or external support was received for this research.

7. Statement on the use of artificial intelligence

In this article, artificial intelligence tools were used under the author’s supervision to assist with the revision and translation of the manuscript from Italian into English, as well as with summarizing selected sections of the text.

8. Profile of the author

Ludovica Malknecht is an Associate Professor of Sociology of Cultural and Communication Processes at the Department of Human Sciences, Economics and Law of the Università Europea di Roma (Italy), with expertise in ethics. She holds a European PhD in Philosophy and Theory of the Human Sciences from Roma Tre University and has participated in national and international research projects, including projects funded by the European Commission, focusing on digital education, social and media polarization, and value change. She has taught at several universities and has been a visiting professor under the Erasmus Programme at the Centre for Animal Ethics, Department of Communication, Pompeu Fabra University in Barcelona. Her current research interests focus on the ethical and cultural implications of processes of technological and digital innovation, especially in light of critical theory, as well as on the construction and media representation of identities and differences, particularly cultural and species differences, with specific reference to the fields of Human-Animal Studies and Critical Animal and Media Studies.

References

- Almiron, N. (Ed.). (2024). *Animal suffering and public relations. The ethics of persuasion in the animal-industrial complex*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003324065>
- Almiron, N. (2020). Meat taboo: Climate change and the EU meat lobby. In J. Hannan (Ed.), *Meatsplaining: The animal agriculture industry and the rhetoric of denial* (163–186). Sidney University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv15tt7dr.11>.
- Almiron, N., & Fernández, L. (2021). Including the animal standpoint in critical public relations research. *Public Relations Inquiry*, 10(2), 139–161. <https://doi.org/10.1177/2046147X211005368>
- Almiron, N., & Moreno, J. A. (2022). Beyond climate change denialism. Conceptual challenges in communicating climate action obstruction. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (55), 9–23. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i55.01>
- Almiron, N., Rodrigo-Alsina, M., & Moreno, J. A. (2022). Manufacturing ignorance: Think tanks, climate change and the animal-based diet. *Environmental Politics*, 31(4), 576–597. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1933842>
- Berger, J. (1980). *Why Look at Animals?* In J. Berger (Ed.), *About Looking* (1–26). Writers and Readers Publishing Cooperative.
- Blanchette, A. (2020). *Porkopolis: American animality, standardized life, and the factory farm*, Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9781478012047>
- Cammaerts, B. (2015). Neoliberalism and the post-hegemonic war of position: the dialectic between invisibility and visibilities. *European Journal of Communication*, 30(5), 522–538. <https://doi.org/10.1177/0267323115597847>
- Cohen, S. (2001). *States of denial: Knowing about atrocities and suffering*. Polity Press.
- Fair, H. (2018). Propuesta metodológica para investigar los elementos extralingüísticos y el impacto hegemónico desde la perspectiva de Laclau. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E investigación Social*, 18(3), 1540. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1540>
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368>
- Fernández, L. (2020). The emotional politics of images: Moral shock, explicit violence and strategic visual communication in the Animal Liberation Movement. *Journal for Critical Animal Studies*, 17(4), 53–80.
- Franklin, A. (1999). *Animals and Modern Cultures. A Sociology of Human-Animal Relations in Modernity*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446217764>
- Freeman, C. P. (2016). The role of activist & media communication in helping humanity establish its responsibility toward fellow animals. In G. Garmendia da Trindade, & A. Woodhall (Eds.), *Intervention or Protest: Acting for Nonhuman Animals* (131–158). Vernon Press.
- Gaita, L. (2024, April 19). I media spagnoli contestano a Clara Aguilera le sue parole in food for profit. E l'eurodeputata socialista non viene ricandidata. *Il fatto quotidiano*. <https://www.ilfattoquotidiano.it/2024/04/19/i-media-spagnoli-contestano-a-clara-aguilera-le-sue-parole-in-food-for-profit-e-leurodeputata-socialista-non-viene-ricandidata/7520043/>
- Gaita, L. (2025, February 20). Attività sospesa e multa salata: nei guai un allevamento di tacchini nel Reatino dopo la messa in onda di Food For Profit su Report. *Il fatto quotidiano*. <https://www.ilfattoquotidiano.it/2025/02/20/attivita-sospesa-e-multa-salata-nei-guai-un-allevamento-di-tacchini-nel-reatino-dopo-la-messa-in-onda-di-food-for-profit-su-report/7885491/>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.

- Hannan, J. (Ed.). (2020). *Meatsplaining: The animal agriculture industry and the rhetoric of denial*. Sydney University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv15tt7dr>
- Harrison, R. (1964). *Animal Machines*. Stuart. <https://doi.org/10.1079/9781780642840.0000>
- Jasper, J. M., & Poulsen, J. D. (1995). Recruiting strangers and friends: Moral shocks and social networks in animal rights and anti-nuclear protests. *Social Problems*, 42(4), 493–512. <https://doi.org/10.2307/3097043>
- Jena, N. P. (2017). Animal welfare and animal rights: An examination of some ethical problems. *Journal of Academic Ethics*, (15), 377–395. <https://doi.org/10.1007/s10805-017-9282-1>
- Joy, M. (2010). *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows. The Belief system that enables us to eat some animals and not others*, Conari Press.
- Laclau, E. (2009). “Populismo: ¿qué nos dice el nombre?”. In F. Panizza (Ed.), *El populismo como espejo de la democracia* (51–70). Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2014). *Los fundamentos retóricos de la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- Malknecht, L. (2021). Rappresentare l’alterità di specie: questione animale e vegan debate nei talk show televisivi italiani. In M. Bruno, & G. Peruzzi (Eds.), *Diversità e media. La costruzione dell’alterità e dell’empatia nei media di informazione. Problemi dell’informazione*, (3), 465–488. <https://dx.doi.org/10.1445/102516>
- Michielsen, Y. J. E., & van der Horst, H. M. (2022). Backlash against Meat Curtailment Policies in online discourse: Populism as a missing link. *Appetite*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.105931>
- Mills, C. W. (1959). *The Sociological Imagination*. Oxford University Press.
- Nibert, D. A. (2002). *Animal rights, human rights*. Rowman & Littlefield Publishers. <https://doi.org/10.5771/9780742599376>
- Noelle-Neumann, E. (1974). Spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Nussbaum, M. (2006). *Frontiers of Justice. Disability, Nationality, Species Membership* Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1c7zftw>
- Nussbaum, M. (2022). *Justice for Animals. Our Collective Responsibility*. Simon & Schuster.
- Pabian, S., Hudders, L., Poels, K., Stoffelen, F., & De Backer, C. J. S. (2020). Ninety minutes to reduce one’s intention to eat meat: A preliminary experimental investigation on the effect of watching the Cowspiracy documentary on intention to reduce meat consumption. *Frontiers in Communication*. (5), 69. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.00069>
- Pachirat, T. (2011). *Every twelve seconds: Industrialized slaughter and the politics of sight*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt5vm69m>
- Potts, A. (Ed.). (2016). *Meat Culture*, BRILL. <https://doi.org/10.1163/9789004325852>
- Rollin, B. E. (2006). Ethics, biotechnology, and animals. In P. Waldau, & K. Patton (Eds.) *A Communion of Subjects: Animals in Religion, Science, and Ethics* (519–532). Columbia University Press.
- Snape, D., & Spencer, L. (2003). The foundations of qualitative research. In J. Ritchie, & J. Lewis (Eds.), *Qualitative Research Practice*, 1–23. Sage.
- Taylor, N. (2015). Suffering is not enough: Media depictions of violence to other animals and social change. In N. Almiron, M. Cole, & C. P. Freeman (Eds.), *Critical Animal and Media Studies: Communication for Nonhuman Animal Advocacy* (42–55). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315731674-11>

Tota, A. L. (2023). *Ecologia del pensiero. Conversazioni con una mente inquinata*. Einaudi.

Weber, M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. Mohr.

Wodak, R., & Krzyzanovsky, M., eds. (2008). *Qualitative discourse analysis in social Sciences*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1007/978-1-137-04798-4>

Appendix

Food for profit sulla nostra pelle, Antimafia Duemila <https://www.antimafiaduemila.com/home/mafie-news/309-topnews/99767-food-for-profit-sulla-nostra-pelle.html>

FOOD FOR PROFIT di Giulia Innocenzi, Pablo D'Ambrosi, Cinema e Critica, <https://www.cinemaecritica.net/index.php/it/Top/56/FOOD-FOR-PROFIT-di-Giulia-Innocenzi-Pablo-D-Ambrosi-/3966/12>

La recensione su Food for profit, Film TV <https://www.filmmtv.it/film/240079/food-for-profit/recensioni/1034866/#rfr:film-240079>

Polli putrefatti, mucche bastonate e stalle sporche: il documentario di Giulia Innocenzi svela il lato oscuro degli allevamenti intensivi, Gambero Rosso, <https://www.gamberorosso.it/notizie/food-for-profit-documentario-giulia-innocenzi/>

Food for Profit – La Recensione del documentario di Giulia Innocenzi sull'industria della carne, Hall of series <https://www.hallofseries.com/recensioni/food-for-profit-documentario-industria-carne-recensione/>

Perché tutti dovrebbero vedere Food for Profit, Huffington Post https://www.huffingtonpost.it/blog/2024/04/02/news/perche_tutti_dovrebbero_vedere_food_for_profit-15534355/

Food for Profit di Giulia Innocenzi e Pablo D'Ambrosi – Documentario – Recensione, Inside the Show https://www.insidetheshow.it/479120_food-for-profit-di-giulia-innocenzi-e-pablo-dambrosi-documentario-recensione/

Food for Profit, la formidabile storia di una produzione dal basso, la Repubblica https://www.repubblica.it/tecnologia/blog/stazione-futuro/2024/04/08/news/food_for_profit_la_formidabile_storia_di_una_produzione_dal_basso-422441544/

Food for profit, il docufilm scomodo contro la lobby del cibo, L'Espresso <https://lespresso.it/c/economia/2024/3/15/food-for-profit-il-docufilm-scomodo-contro-la-lobby-del-cibo/50276>

Food for profit: il documentario che svela realtà e interessi degli allevamenti intensivi, L'Indipendente <https://www.lindipendente.online/2024/03/15/food-for-profit-il-documentario-che-svela-realta-e-interessi-degli-allevamenti-intensivi/>

L'uomo è ciò che mangia: moriremo vegetariani?, Mescalina <https://www.mescalina.it/cinema/recensioni/giulia-innocenzi-e-paolo-dambrosi/food-for-profit>

Food for profit: recensione, Naturalmente verde <https://naturalmenteverde.it/blogs/notizie/food-for-profit-recensione>

In Food for Profit ci sono tutti i modi sbagliati di fare ambientalismo oggi, Rivista Studio <https://www.rivistastudio.com/food-for-profit-giulia-innocenzi/>

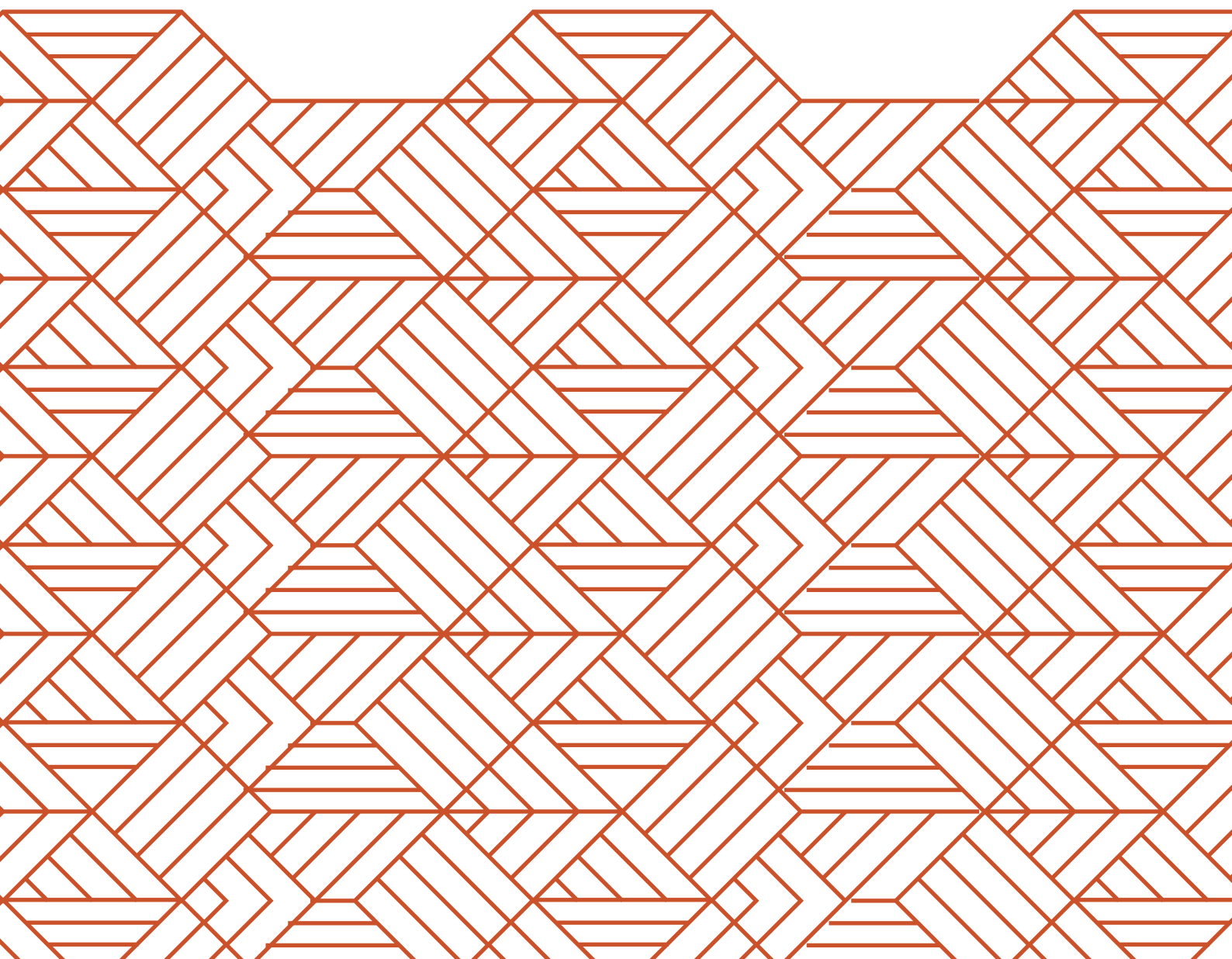
Abbiamo visto "Food for Profit", Ruminantia <https://www.ruminantia.it/abbiamo-visto-food-for-profit/>

Food for profit, il docufilm che si mangia le lobby <https://www.npcmagazine.it/food-for-profit-recensione-film/>

Ecco chi decide che mangeremo maiali a sei zampe, Today.it <https://www.today.it/vision/cinema/food-for-profit-recensione-documentario-giulia-innocenzi-allevamenti-intensivi.html>



miscelánea
miscellaneous



Educomunicación transformadora: delimitación conceptual y propuesta de un modelo teórico

Transformative Educommunication: Conceptual Delimitation and Proposal of a Theoretical Model

María Inmaculada Carrasco Martín

(Responsable de correspondencia)

Universidad de Huelva | Avda. de las Fuerzas Armadas, s/n, 21007 Huelva | España

 0009-0001-9676-1415 | inmaculada.carrasco@dedu.uhu.es

Ana María Duarte Hueros

Universidad de Huelva | Avda. de las Fuerzas Armadas, s/n, 21007 Huelva | España

 0000-0002-3819-5857 duarte@dedu.uhu.es

Begoña Mora Jauregui

Universidad de Huelva | Avda. de las Fuerzas Armadas, s/n, 21007 Huelva | España

 0000-0002-3559-4318 | bego.mora@dedu.uhu.es

Recepción 31/03/2026 · Aceptación 02/09/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

En el contexto contemporáneo, marcado por la expansión digital, la desinformación y la precarización del pensamiento crítico, la educomunicación se configura como un campo estratégico para la formación de una ciudadanía activa y transformadora. Sin embargo, su creciente diversificación conceptual ha generado tensiones entre enfoques tecnocráticos y perspectivas críticas, dificultando su delimitación teórica y evidenciando una notable dispersión epistemológica. El objetivo de este artículo es delimitar el constructo *educomunicación transformadora*, entendido como praxis crítica que articula pedagogía emancipadora, comunicación participativa y alfabetización mediática ética. La metodología se basa en una revisión integradora conceptual, siguiendo las directrices de Torracó (2016). A partir del análisis de la literatura, se identifican cinco tendencias emergentes: ciudadanía crítica, redes sociales, cultura visual, institucionalización curricular, e impacto del capitalismo digital. El cruce crítico de estas tendencias revela tres coyunturas clave en el campo: la tensión entre enfoques funcionalistas y emancipadores, la dilución semántica del término educomunicación, y la necesidad de marcos renovados para comprender la participación digital. En conjunto, estos hallazgos evidencian la necesidad de recuperar la orientación transformadora del campo frente a su tecnificación y despolitización. La discusión sostiene que clarificar la dimensión transformadora de la educomunicación es imprescindible para afrontar los desafíos del capitalismo digital y fortalecer la formación ciudadana crítica. Este trabajo contribuye a enriquecer el debate académico sobre el sentido de educar y comunicar en sociedades hiperconectadas y constituye un avance teórico que orienta futuras investigaciones en el marco de un proyecto doctoral más amplio.

Palabras clave: educomunicación, alfabetización mediática, justicia social, alfabetización digital, filosofía de la educación.

Cómo citar: Carrasco Martín, M. I., Duarte Hueros, A. M. y Mora Jauregui, B. (2026). Educomunicación transformadora: delimitación conceptual y propuesta de un modelo teórico. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 110-130. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.06>



Abstract

In the contemporary context, shaped by digital expansion, misinformation, and the erosion of critical thinking, educommunication emerges as a strategic field for fostering active and transformative citizenship. However, its increasing conceptual diversification has generated tensions between technocratic approaches and critical perspectives, hindering its theoretical definition and revealing a notable epistemological dispersion. The objective of this article is to define the construct of transformative educommunication, understood as a critical praxis that integrates emancipatory pedagogy, participatory communication, and ethical media literacy. The methodology is based on an integrative conceptual review, following the guidelines of Torraco (2016). Based on the analysis of the literature, five emerging trends are identified: critical citizenship, social media, visual culture, curricular institutionalization, and the impact of digital capitalism. A critical examination of these trends reveals three key conjunctures in the field: the tension between functionalist and emancipatory approaches, the semantic dilution of the term educommunication, and the need for renewed frameworks to understand digital participation. Taken together, these findings demonstrate the need to reclaim the transformative orientation of the field in the face of its technologization and depoliticization. The discussion argues that clarifying the transformative dimension of educommunication is essential to address the challenges of digital capitalism and strengthening critical citizenship. This work contributes to enriching the academic debates on the meaning of educating and communicating in hyperconnected societies and constitutes a theoretical contribution that informs that guides future research within a broader of a doctoral project.

Keywords: educommunication, media literacy, social justice, digital literacy, philosophy of education.

1. Introducción

La acelerada transformación del ecosistema mediático en el siglo XXI ha puesto en evidencia la necesidad de repensar los vínculos entre comunicación, educación y ciudadanía. La expansión de las tecnologías digitales, junto con la proliferación de discursos desinformativos y la creciente estetización de la vida cotidiana, han configurado un escenario en el que la formación crítica de los sujetos se convierte en un desafío central para las instituciones educativas y para la sociedad en su conjunto.

En este contexto, la educomunicación ha emergido como un campo de reflexión y práctica que busca superar la visión instrumental de los medios, proponiendo en su lugar una perspectiva ética, cultural y política. La genealogía del concepto se nutre de la pedagogía crítica latinoamericana, con referentes como Freire (1970) y Kaplún (1998), quienes conciben la educación como acto emancipador y la comunicación como proceso dialógico. A estos aportes se suman las contribuciones de Freinet (1964, 1969a, 1969b, 1969c, 1973), cuya pedagogía de la expresión y la cooperación anticipa dimensiones estéticas y participativas centrales para el campo; así como las propuestas de Martín-Barbero (1991) sobre las mediaciones culturales y de Prieto (1999) en torno a la ética comunicacional.

Paralelamente, en el ámbito internacional, autores como Giroux (2011), Buckingham (2003, 2019), Janks (2009), Luke (2012) y Kellner y Share (2019) han desarrollado marcos de alfabetización mediática crítica que subrayan la necesidad de confrontar narrativas neoliberales, analizar ideologías y promover la participación activa. Estos enfoques complementan la tradición latinoamericana y permiten situar la educomunicación en un horizonte global de justicia social y resistencia cultural.

A partir de este diálogo entre genealogías y aportes contemporáneos, surge la necesidad de delimitar conceptualmente la educomunicación transformadora, entendida como praxis que articula ética, crítica, diálogo, estética y digitalidad en función de la emancipación ciudadana. El presente artículo contribuye a dicho debate mediante una revisión integradora orientada a la clarificación conceptual, situando el trabajo en el ámbito de la investigación teórica centrada en la delimitación de un constructo emergente. El objetivo principal es ofrecer una definición operativa de educomunicación transformadora y sistematizar sus dimensiones constitutivas, aportando un marco teórico que oriente futuras investigaciones en el contexto de un proyecto doctoral más amplio. Para guiar metodológicamente esta revisión y dar cumplimiento al objetivo, el análisis se articula en torno a tres interrogantes fundamentales: 1) ¿Cómo caracteriza la literatura científica contemporánea el impacto del capitalismo digital en la reducción técnica de la educomunicación y la pérdida de su sentido político y emancipador originario?; 2) ¿Cuáles son las tensiones, convergencias y divergencias epistemológicas presentes en la literatura científica que justifican la conceptualización de la educomunicación transformadora como un marcador epistemológico delimitador?; y 3) ¿Cómo se articulan e interrelacionan las dimensiones ética, crítica, dialógica, estética y digital, y qué mecanismos estructurales permiten configurar un modelo teórico unificado que responda a las demandas de justicia cognitiva y ciudadanía activa?

La estructura del documento conecta orgánicamente el método, los resultados y la posterior propuesta teórica. En primer lugar, la metodología de revisión integradora, basada en Torracó (2016), proporciona el marco para evaluar la literatura. A partir de la identificación de cinco tendencias emergentes en el corpus y su escrutinio, se deducen tres coyunturas epistemológicas clave: la tensión entre enfoques funcionalistas y emancipadores, el desgaste semántico del concepto, y las nuevas formas de sujeción e identidad. Lejos de ser sólo descriptivos, estos ejes funcionan como un diagnóstico científico que justifica el constructo propuesto de la educomunicación transformadora. De este modo, el texto recorre desde la problematización de los resultados hacia la definición conceptual en cinco dimensiones: ética, crítica, dialógica, estética y digital. La interrelación sistemática de estas dimensiones da forma a un modelo teórico, práctico y estructurado, adecuado para enfrentar los retos del capitalismo digital actual.

2. Metodología

Este artículo se desarrolla mediante una revisión integradora orientada a la delimitación conceptual, siguiendo las directrices metodológicas propuestas por Torracó (2016). Este tipo de revisión constituye una forma de investigación teórica cuyo propósito es sintetizar literatura representativa para generar nuevo conocimiento, especialmente en campos donde existen vacíos conceptuales, tensiones epistemológicas o ausencia de modelos integradores. En este caso, la revisión se emplea para delimitar y definir de manera operativa el constructo emergente educomunicación transformadora, el cual ha sido utilizado previamente en la literatura de forma fragmentaria o descriptiva, pero sin una sistematización integral y multidimensional.

A diferencia de las revisiones sistemáticas, que buscan exhaustividad y reproducibilidad cuantitativa, la revisión integradora conceptual se orienta a la profundidad analítica, la identificación de patrones y contradicciones, y la construcción de un marco teórico original. Este enfoque resulta especialmente pertinente para la educomunicación, un campo caracterizado por su polisemia, su

evolución histórica y la coexistencia de enfoques críticos, tecnocráticos y culturales. No obstante, este diseño metodológico asume ciertos límites inherentes a su naturaleza conceptual. Al priorizar la profundidad epistémica y la representatividad teórica sobre la exhaustividad estadística, los hallazgos y el modelo resultante quedan acotados a la literatura analizada, requiriendo de futuras fases de validación empírica y creación de indicadores para comprobar su aplicabilidad en escenarios educativos diversos.

2.1. Tipo de revisión

Siguiendo a Torraco (2016), esta revisión se clasifica como revisión integradora conceptual, adecuada para temas emergentes que requieren una conceptualización inicial, una síntesis crítica y la propuesta de un modelo teórico. Su finalidad es clarificar el constructo, integrar aportes dispersos y generar una propuesta conceptual coherente y operativa.

2.2. Estrategia de búsqueda

La constitución del corpus se articuló mediante un enfoque dual ejecutado en dos tiempos: el primero entre abril y julio de 2025, y el segundo entre los meses de septiembre y octubre del mismo año. Por un lado, se realizó una selección dirigida de literatura fundacional (N = 5) mediante muestreo teórico intencional (Torraco, 2016), incorporando los referentes clave de Freinet (1964, 1969a, 1969b, 1969c, 1973), Freire (1970), Kaplún (1998), Prieto (1999) y, Martín-Barbero (1991) por su carácter fundacional. Por otro lado, se efectuó una búsqueda digital en *Scopus*, *Web of Science*, *Dialnet*, *Redalyc* y *Google Scholar* para localizar las tendencias emergentes en el escenario del capitalismo digital, aplicando las ecuaciones booleanas de la Tabla 1. Tras el cribado, exclusión de duplicados y evaluación de idoneidad, se seleccionaron 15 documentos contemporáneos que, junto con las fuentes históricas, consolidan un corpus definitivo de 20 aportaciones clave.

Tabla 1
Estrategia de búsqueda, ecuaciones aplicadas y resultados documentales por base de datos

Base de Datos/ fuentes de búsqueda	Ecuación de Búsqueda Aplicada	Filtros	Resultados (n)
Scopus (Última actualización 30/10/2025)	("educomunicación" OR "media literacy" OR "critical media literacy") AND ("critical pedagogy" OR "digital citizenship" OR "mediaciones culturales" OR "transmedia literacy")	Artículo, libro y capítulo de libro. Fecha sin rango. Idiomas: ES, EN, PT	n = 124
Web of Science (Última actualización 30/10/2025)	("educomunicación" OR "media literacy" OR "critical media literacy") AND ("digital capitalism" OR "ethics" OR "dialogue")	Artículo y capítulo de libro. Cualquier fecha. Idioma: ES, EN, PT	n = 98

Base de Datos/ fuentes de búsqueda	Ecuación de Búsqueda Aplicada	Filtros	Resultados (n)
Dialnet (Última actualización 30/10/2025)	(educomunicación) AND (ética OR diálogo)	Artículos de revista, artículo de libros y libros	n = 131
Redalyc (Última actualización 30/10/2025)	educomunicación AND alfabetización mediática AND justicia social OR ciudadanía digital	Cualquier fecha	n = 68
Google Scholar (Última actualización 30/10/2025)	"educomunicación" OR "media literacy" AND "social justice" AND "digital capitalism"	Fecha: 1970-2025	n = 100*
Total documentos (N)			521

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en la búsqueda. *Búsqueda avanzada de términos exactos; Primeras 100 aportaciones por relevancia.

2.3. Criterios de inclusión y exclusión

El proceso de selección partió de los 521 registros identificados inicialmente en las bases de datos, exportados a Zotero para el control de duplicados; tras un cotejo automatizado y manual, se eliminaron 184 referencias. Posteriormente, el cribado de los 337 documentos restantes mediante lectura de títulos y resúmenes produjo la exclusión de 279 textos que no abordaban la intersección entre educación y comunicación, o que se limitaban a un uso instrumental de la tecnología. Con los 58 documentos elegibles resultantes se llevó a cabo un análisis a texto completo, descartando 43 de ellos debido a su enfoque puramente descriptivo, sin base epistemológica (n = 25), ausencia de revisión por pares o, literatura gris (n = 14), así como por redundancia conceptual (n = 4). De este modo, la fase de idoneidad aportó 15 referencias contemporáneas que, unidas a los 5 referentes históricos seleccionados de forma dirigida, consolidaron un corpus definitivo de 20 obras clave.

2.4. Evaluación de la calidad de las fuentes y extracción de datos

La calidad epistemológica del corpus se evaluó bajo los criterios de validez constructiva y representatividad teórica sugerida por Torracó (2016). Para las obras clásicas de referencia se priorizó su valor fundacional así como la vigencia actual para el campo. Para la literatura contemporánea se exigió la revisión por pares de doble ciego que problematizaran activamente el impacto de la era digital y la justicia social. La extracción de información se sistematizó en una matriz analítica indexando cada obra mediante cuatro variables: 1) autor y año; 2) tradición epistemológica; 3) aporte conceptual principal; y, 4) dimensiones teóricas vinculadas. Esta síntesis integradora se expone condensada en la Tabla 2.

Tabla 2

Extracción de la información. Matriz del corpus de la revisión integradora conceptual

Autor y año de publicación	Tradición epistemológica de adscripción	Aporte conceptual principal	Dimensiones teóricas vinculadas
Freire (1970)	Crítica latinoamericana	Educación como acto dialógico frente al modelo bancario; comunicación horizontal para la concienciación y liberación.	Dialógica / Crítica / Ética
Freinet (1964, 1969a, 1969b, 1969c, 1973)	Antecedente pedagógico histórico	Propone expresión libre, aprendizaje natural y asamblea cooperativa mediante medios analógicos como motores de transformación.	Estética / Dialógica / Ética
Kaplún (1998)	Crítica latinoamericana	Desarrolla una pedagogía de la comunicación horizontal que posiciona al educando como emisor activo y productor de significados.	Dialógica / Participativa
Martín-Barbero (1991)	Crítica latinoamericana	Introduce las mediaciones culturales para superar la visión instrumentalista y legitimar las expresiones populares de saber.	Cultural / Justicia cognitiva
Prieto (1999)	Crítica latinoamericana	Sostiene que todo acto educativo-comunicativo exige posición política ante el mundo, propiciando espacios éticos de interlocución.	Ética / Participativa
Masterman (1985)	Alfabetización crítica anglosajona	Postula una educación mediática democrática que capacite para revelar los mecanismos de poder y representación ideológica de los medios.	Crítica / Ciudadanía
Giroux (2003, 2011)	Alfabetización crítica anglosajona	Define la alfabetización crítica como pedagogía pública indispensable para articular la resistencia cultural ante discursos neoliberales.	Crítica / Justicia social
Janks (2009)	Alfabetización crítica anglosajona	Plantea la interdependencia analítica indispensable entre las nociones de poder, diversidad, acceso y diseño en el aula de lenguaje.	Crítica / Justicia cognitiva
Luke (2012)	Alfabetización crítica anglosajona	Fundamenta la alfabetización crítica como práctica social comprometida con el cambio estructural y la justicia social en las escuelas.	Digital / Crítica
Kellner y Share (2019)	Alfabetización crítica anglosajona	Articulan la alfabetización mediática crítica directamente con el desmontaje ideológico de la hegemonía cultural y la justicia social.	Ética / Crítica

Autor y año de publicación	Tradición epistemológica de adscripción	Aporte conceptual principal	Dimensiones teóricas vinculadas
Buckingham (2003, 2019)	Alfabetización crítica anglosajona	Defiende una alfabetización mediática que supere enfoques proteccionistas, integrando producción creativa y crítica al capitalismo digital.	Estética / Digital
Ferrés y Piscitelli (2012)	Actualizaciones del siglo XXI	Reformulan las competencias mediáticas incorporando de forma integrada las dimensiones afectivas, emocionales, expresivas y estéticas.	Estética / Crítica
Aguaded et al. (2014)	Actualizaciones del siglo XXI	Promueve una ciudadanía mediática capaz de interpretar y producir discursos con repercusión ética, superando la capacitación técnica.	Crítica / Digital
Aparici et al. (2010)	Actualizaciones del siglo XXI	Proponen una pedagogía de la desinformación estructurada para deconstruir las dinámicas de manipulación en entornos interactivos.	Crítica / Ética
Corrales (2018)	Actualizaciones del siglo XXI	Analiza la saturación icónica contemporánea, argumentando en favor de una pedagogía de la mirada y una ciudadanía visual crítica.	Estética / Crítica
Orozco (1996, 2001)	Actualizaciones del siglo XXI	Formula el modelo de recepción crítica, estudiando la negociación de significados de audiencias activas ante mediaciones mediáticas.	Dialógica / Estética
Scolari et al. (2018)	Actualizaciones del siglo XXI	Sistematizan la alfabetización transmedia a través de prácticas narrativas y estrategias de aprendizaje informal de los adolescentes.	Digital / Participación
Tur et al. (2023)	Actualizaciones del siglo XXI	Abordan la socialización juvenil en redes sociales, problematizando la ética digital frente a la polarización e identidad.	Digital / Ciudadanía
Westbrook (2011)	Alfabetización crítica anglosajona	Sostiene la necesidad de integrar las nuevas literacidades del siglo XXI en el diseño de la pedagogía mediática crítica.	Digital / Innovación
Monedero-Morales (2025)	Actualizaciones del siglo XXI	Integra la inclusión social, la ética aplicada y la justicia cognitiva frente al desafío de las tecnologías emergentes.	Ética / Inclusión

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

2.5. Procedimiento de análisis

El análisis de la información se articuló mediante un proceso de codificación conceptual de tres etapas basado en Torracó (2016). En primer lugar, la codificación abierta (fase de crítica) mediante lectura profunda del corpus para identificar argumentos sobre el uso instrumental, político, ético o estético del campo, extrayendo las principales categorías descriptivas de las tensiones detectadas en la literatura. En segundo lugar, la codificación axial (fase de síntesis) agrupó dichos códigos por analogía semántica y contraste epistemológico; este cruce inductivo-deductivo delimitó las cinco tendencias emergentes: a) ciudadanía crítica y justicia cognitiva, b) redes sociales como mediaciones pedagógicas, c) cultura visual y pedagogía de la mirada, d) institucionalización curricular, y e) impacto del capitalismo digital. Finalmente, la codificación selectiva (fase de integración) unificó las convergencias entre las tradiciones latinoamericana y anglosajona, derivando las cinco dimensiones constitutivas (ética, crítica, dialógica, estética y digital) del modelo propuesto.

3. Marco teórico

3.1. Freinet como antecedente

Aunque la consolidación del término educomunicación se produce en América Latina, la pedagogía de Célestin Freinet constituye una de las genealogías más fértiles para comprender su dimensión transformadora. Freinet no utilizó este término, pero anticipó una concepción de la escuela como ecosistema comunicativo, donde la expresión, la cooperación y la producción cultural se convierten en motores de aprendizaje y emancipación social.

En *El texto libre* (Freinet, 1969a), sitúa la palabra del niño en el centro del proceso educativo, inaugurando una dimensión dialógica que rompe con la verticalidad tradicional y convierte el aula en una comunidad discursiva. De manera complementaria, en *Los métodos naturales de aprendizaje de la lengua* (Freinet, 1964), propone una pedagogía basada en la experiencia, la observación y la expresión auténtica, donde el lenguaje se aprende como práctica viva y situada.

En *Por una escuela del pueblo* (Freinet, 1969c), denuncia la desconexión entre la escuela tradicional y las necesidades sociales, defendiendo una pedagogía que parte de la vida cotidiana y de la lectura crítica del entorno. Esta perspectiva inaugura una dimensión crítica que no se enseña como contenido, sino que se practica investigando la realidad y problematizando las condiciones de vida del alumnado.

La dimensión ética se expresa con claridad en *La educación moral y cívica* (Freinet, 1969b), donde sostiene que la moral no se transmite mediante discursos, sino que se construye en la participación, la responsabilidad compartida y la justicia vivida en la asamblea. Su ética es profundamente democrática: reconoce la dignidad y la agencia de cada niño como fundamento de la vida escolar.

La dimensión estética ocupa un lugar central en su pedagogía. La imprenta escolar, el dibujo, la composición tipográfica y la creación de periódicos —prácticas descritas en *Las técnicas audiovisuales* (Freinet, 1973)— revelan una comprensión de la estética como experiencia sensible y transformadora. La belleza no reside en la corrección formal, sino en la autenticidad de la expresión y en la creatividad que emerge del trabajo cooperativo.

Finalmente, aunque Freinet no vivió la era digital, su aproximación tecnopedagógica anticipa la dimensión digital de la educomunicación contemporánea. La imprenta escolar, la correspondencia interescolar y las técnicas audiovisuales pueden considerarse antecedentes directos de la producción mediática actual: blogs, podcasts, vídeos, redes de intercambio. Su enfoque no es instrumental, sino crítico y expresivo, orientado a democratizar la circulación de la palabra.

En conjunto, la obra de Freinet ofrece un marco sólido para fundamentar la educomunicación transformadora, articulando dimensiones éticas, críticas, dialógicas, estéticas y tecnológicas que permiten comprender la educación como práctica comunicativa orientada a la emancipación individual y colectiva. Su legado constituye, por tanto, un antecedente imprescindible para la propuesta conceptual que este artículo desarrolla.

Este anclaje histórico permite situar la propuesta de educomunicación transformadora en continuidad con una tradición pedagógica que entiende la comunicación como práctica emancipadora, lo que justifica la necesidad de clarificar y actualizar el constructo en el contexto digital contemporáneo.

3.2. Genealogía crítica de la educomunicación

Desde la perspectiva de una revisión integradora conceptual, resulta necesario identificar las raíces epistemológicas del campo para comprender las tensiones que justifican la reconceptualización propuesta.

La polisemia histórica del concepto de educomunicación, tal como señala Castro (2016), evidencia la necesidad de propuestas que delimiten con mayor precisión sus dimensiones constitutivas. Desde sus orígenes, se ha configurado como un campo teórico y práctico en constante redefinición, con raíces en la pedagogía crítica latinoamericana y en los movimientos de comunicación popular surgidos en el siglo XX (Parra, 2000). Su desarrollo epistemológico se ha nutrido de la confluencia entre la pedagogía crítica, la teoría de las mediaciones culturales y la ética comunicacional, consolidando una praxis orientada a la transformación social mediante el diálogo, la participación y la conciencia crítica (Barbas, 2012; Corral, 2021; Corrales, 2018).

En este marco, la tradición latinoamericana constituye un pilar fundacional. Freire (1970) concibe la educación como un proceso emancipador, en contraste con modelos tradicionales centrados en la transmisión pasiva de contenidos. Su crítica a la enseñanza bancaria anticipa la perspectiva dialógica de la educomunicación, donde el conocimiento se construye colectivamente. En la misma línea, Kaplún (1998) propone una pedagogía comunicativa que reconoce al estudiante como productor activo de significados, entendiendo la comunicación como interacción horizontal y no como simple canal técnico.

La perspectiva de Martín-Barbero (1991) introduce un giro cultural al campo al proponer el concepto de mediaciones como clave para comprender la relación entre comunicación, educación y cultura. Este enfoque legitima los saberes populares y permite superar la dicotomía entre el proceso de enseñanza-aprendizaje escolar y el informal, abriendo paso a una educomunicación situada y contextualizada. Por su parte, Prieto (1999) aporta una mirada ética y política, subrayando que

todo acto educativo implica una toma de decisión y un posicionamiento frente al mundo y requiere espacios de interlocución para la construcción de significados.

La genealogía crítica se ha enriquecido también con aportes contemporáneos que amplían el horizonte del campo. Corrales (2018) analiza la cultura visual y la hiperrealidad, proponiendo una ciudadanía crítica frente a la saturación de imágenes. Corral (2021) enfatiza la dimensión ética y reflexiva de la educomunicación como práctica transformadora, mientras que Barbas (2012) aborda los desafíos de un mundo interconectado, destacando el potencial dialógico y social inherente a la comunicación educativa. Más recientemente, Monedero-Morales (2025) plantea nuevas perspectivas éticas e inclusivas para investigar la educomunicación en contextos emergentes, integrando justicia cognitiva y participación ciudadana en la era digital.

En el ámbito anglosajón, Masterman (1985) defendió una educación mediática crítica y democrática, orientada a revelar los mecanismos de poder y representación en los medios. Su planteamiento de que la alfabetización mediática es inseparable de la ciudadanía activa complementa la perspectiva emancipadora de Freire y Kaplún, configurando una base internacional para la educomunicación crítica. De manera similar, Giroux (2003, 2011) describe la alfabetización mediática como una pedagogía pública que fomenta la resistencia cultural frente a discursos neoliberales. Buckingham (2003, 2019) advierte que la educación mediática debe superar enfoques meramente defensivos y orientarse hacia la participación crítica en la cultura digital, introduciendo además el concepto de capitalismo digital. Janks (2009) plantea que poder, diversidad, acceso y diseño son dimensiones interdependientes que deben analizarse de forma integrada, mientras que Luke (2012) sintetiza los fundamentos pedagógicos de la alfabetización crítica como práctica orientada a la justicia social.

Este diálogo entre tradiciones latinoamericanas y anglosajonas ha permitido consolidar la educomunicación como campo transdisciplinar, capaz de articular ética, crítica, estética y participación en función de la emancipación ciudadana. Frente a los enfoques tecnocráticos o funcionalistas, esta genealogía reivindica la educomunicación como praxis transformadora que no solo informa, sino que forma, emancipa y transforma.

3.3. Actualizaciones contemporáneas de la educomunicación

En una revisión integradora conceptual, el análisis de las actualizaciones contemporáneas permite identificar las tensiones actuales del campo y los desplazamientos semánticos que justifican la necesidad de un nuevo constructo.

En las últimas dos décadas, la educomunicación ha experimentado una notable expansión conceptual y diversificación metodológica, impulsada por el impacto de las tecnologías digitales, la emergencia de nuevos lenguajes mediáticos y la institucionalización de la competencia mediática en contextos educativos. Este proceso ha generado tensiones entre enfoques centrados en la adquisición de habilidades técnicas, y perspectivas críticas que reivindican la dimensión ética, política y transformadora del campo (Aguaded et al., 2020; Aparici et al., 2010).

En esta era de la hiperconectividad, Santos Albardía et al. (2023) subrayan la urgencia de una educación libertadora que forme ciudadanía crítica, lo que se alinea con la dimensión digital y

emancipadora de la propuesta transformadora. Aguaded et al. (2014) contribuyen a consolidar la educomunicación como disciplina académica, proponiendo la formación de ciudadanos capaces de interpretar, cuestionar y producir contenidos en entornos digitales, más allá de la mera competencia instrumental. En paralelo, Ferrés y Piscitelli (2012) amplían el concepto de competencia mediática al incorporar dimensiones estéticas y emocionales, destacando que la alfabetización crítica debe integrar sensibilidad y creatividad en la lectura de los discursos contemporáneos.

Scolari et al. (2018) introducen el enfoque transmedia, mostrando cómo los adolescentes desarrollan habilidades narrativas y estrategias de aprendizaje informal en la cultura digital. Este aporte resulta clave para comprender la educomunicación en escenarios donde los jóvenes no sólo consumen, sino que también producen y circulan contenidos, configurando nuevas formas de participación ciudadana e identidad. Aparici et al. (2010), por su parte, advierten sobre los riesgos de la infoxicación y proponen una pedagogía de la desinformación orientada a desmontar narrativas manipuladoras. Pérez (2009) complementa esta perspectiva desde el ámbito de las políticas públicas europeas, defendiendo la alfabetización mediática como derecho ciudadano y condición para la participación democrática.

En el plano empírico, investigaciones recientes evidencian la necesidad de integrar la educomunicación en los currículos escolares y universitarios. Gil y Marzal (2023) muestran que en las universidades españolas la institucionalización de la competencia mediática es aún limitada, lo que restringe el desarrollo de prácticas educativas transformadoras. Tur et al. (2023) destacan los retos éticos que plantea la educomunicación en redes sociales, especialmente en relación con la construcción de identidades, la polarización discursiva y la participación juvenil.

Las actualizaciones contemporáneas revelan que la educomunicación se encuentra en un proceso de reconfiguración constante, en el que convergen saberes clásicos y emergentes. La incorporación de enfoques transmedia, la crítica a los modelos tecnocráticos y la reivindicación de la ciudadanía digital como horizonte ético y político consolidan su vigencia como campo estratégico para la transformación educativa en el siglo XXI. Más que agotarse, la educomunicación se perfila como un espacio de resistencia y creación, capaz de articular ética, crítica y participación en sociedades hiperconectadas.

Estas transformaciones recientes muestran que la educomunicación se ha diversificado hasta el punto de perder cohesión conceptual, lo que refuerza la necesidad de delimitar un marco teórico que recupere su orientación transformadora.

3.4. Justificación del neologismo “educomunicación transformadora”

A partir de la revisión integradora realizada se identifican las razones que justifican la necesidad de proponer un nuevo constructo: la educomunicación transformadora.

Históricamente, la educomunicación nace con una vocación explícitamente transformadora. Desde las aportaciones de Freire (1970), Kaplún (1998) o Martín-Barbero (1991), el campo se ha definido por cuestionar relaciones de poder, promover la participación, comprender la comunicación como praxis social y asumir la educación como acto político. En este sentido genealógico, puede afirmarse que la

educomunicación auténtica posee un ADN transformador que la distingue de enfoques tecnocráticos o meramente instrumentales.

Sin embargo, en su desarrollo contemporáneo, el término educomunicación ha experimentado un proceso de dilución semántica. Su uso se ha extendido a prácticas centradas en la alfabetización mediática instrumental, la enseñanza de herramientas digitales, la producción audiovisual escolar o el desarrollo de competencias mediáticas despolitizadas. En muchos contextos, la educomunicación se ha tecnificado, desideologizado y desvinculado de su raíz crítica y emancipadora. Como consecuencia, no todo lo que hoy se denomina educomunicación mantiene la orientación transformadora que caracterizó sus orígenes.

Esta dilución se hace especialmente visible en el contexto internacional, donde la alfabetización mediática ha sido incorporada a políticas educativas con un enfoque predominantemente funcionalista. Autores como Buckingham (2003, 2019), Giroux (2011), Janks (2009) o Kellner y Share (2019) han advertido que la educación mediática corre el riesgo de reducirse a competencias técnicas si no se articula con justicia social, análisis ideológico y participación democrática. Estas tensiones justifican la necesidad de recuperar la dimensión crítica y política del campo, actualizándolo hacia los desafíos del capitalismo digital, la cultura algorítmica y la infoxicación.

En este escenario, el adjetivo “transformadora” no es redundante, sino delimitador y necesario. Funciona como un marcador epistemológico que permite: diferenciar esta propuesta de enfoques funcionalistas o tecnocráticos; recuperar la genealogía crítica freireana y latinoamericana; actualizar la educomunicación para los desafíos del siglo XXI; integrar dimensiones éticas, críticas, dialógicas, estéticas y digitales que no siempre están presentes en las prácticas actuales; y proponer un modelo conceptual propio, coherente y operativo. Desde esta perspectiva, la educomunicación transformadora no pretende añadir un adjetivo superfluo, sino restituir y ampliar el sentido político, ético y emancipador del campo, articulándolo con las condiciones sociotécnicas contemporáneas. Su finalidad es ofrecer un marco conceptual que permita comprender y orientar prácticas educativas capaces de formar sujetos críticos, creativos y comprometidos con la transformación de sus realidades mediáticas.

Sobre esta base, el siguiente apartado presenta los resultados de la revisión integradora, organizados en tendencias emergentes que permiten fundamentar la propuesta conceptual desarrollada posteriormente.

3.5. Aportes internacionales y marcos normativos

En el plano internacional, la producción académica ha enriquecido el campo de la educomunicación con perspectivas que convergen en la necesidad de una alfabetización mediática crítica y transformadora. Giroux (2003, 2011) concibe la educación mediática como una pedagogía pública orientada a la resistencia cultural frente a las narrativas neoliberales, mientras que Kellner y Share (2019) articulan justicia social, análisis ideológico y participación activa como ejes inseparables de la alfabetización crítica. En esta misma línea, Janks (2009) sostiene que poder, diversidad, acceso y diseño constituyen dimensiones interdependientes que deben abordarse de manera conjunta y, Luke (2012), sintetiza los fundamentos pedagógicos de la alfabetización crítica como práctica orientada a

la justicia social. Por su parte, Westbrook (2011) enfatiza la necesidad de integrar nuevas literacidades en la pedagogía mediática, vinculando las alfabetizaciones críticas con las demandas del siglo XXI.

A nivel institucional, la UNESCO ha desempeñado un papel central en la legitimación de la alfabetización mediática e informacional (AMI) como política educativa global. Desde la Declaración de Grunwald (1982) hasta el *Media and Information Literacy Curriculum* (UNESCO, 2011), se ha insistido en que la AMI constituye un derecho ciudadano y una condición para la participación democrática (UNESCO, 1982, como se citó en Pérez, 2007). No obstante, investigaciones recientes como la de Rojas-Estrada et al. (2024) advierten que, pese a la amplia difusión de estos marcos normativos, su implementación efectiva sigue siendo fragmentaria y dependiente de factores políticos, institucionales y formativos.

En conjunto, estos aportes internacionales y normativos consolidan la alfabetización mediática crítica como horizonte global, pero también ponen de relieve la necesidad de superar las brechas entre discurso y práctica para garantizar su verdadero potencial transformador. La educomunicación, en este sentido, se configura como un campo en expansión, atravesado por disputas epistemológicas y pedagógicas, pero también por una voluntad común: construir una práctica que no solo enseñe a usar medios, sino que forme para comprender, cuestionar y transformar la realidad mediática desde una perspectiva ética, estética y política.

Desde la perspectiva de esta revisión integradora conceptual, estos aportes internacionales refuerzan la urgencia de clarificar el campo y de proponer un constructo teórico coherente que articule ética, crítica, diálogo, estética y digitalidad. Este marco global constituye, por tanto, el cierre del análisis teórico y el punto de partida para los resultados de la revisión y la propuesta conceptual desarrollada en los apartados siguientes.

4. Resultados

El escrutinio del corpus definitivo (N = 20) mediante el procedimiento cualitativo de Torraco (2016) permitió delimitar cinco tendencias emergentes que caracterizan el debate contemporáneo sobre la educomunicación en el escenario del capitalismo informacional. Estas tendencias no constituyen un estado del arte exhaustivo, sino patrones conceptuales que permiten diagnosticar las tensiones actuales del campo y justifican la formalización teórica y operativa del constructo frente a sus usos descriptivos previos. Para garantizar la transparencia y la trazabilidad, la Tabla 3 sistematiza la correspondencia entre las fuentes, sus contextos, patrones de codificación, hallazgos y dimensiones vinculadas

Tabla 3

Matriz de trazabilidad analítica, codificación de tendencias emergentes y correspondencia dimensional del corpus (N = 20)

Tendencia Emergente (Categoría Axial)	Autores del Corpus que la Sostienen	Contexto de las Fuentes	Concepto Analizado	Patrón de Codificación	Hallazgo Crítico de la Revisión	Dimensión del Modelo a la que Contribuye
Ciudadanía crítica y justicia cognitiva	Aguaded et al. (2014); Aparici et al. (2010); Ferrés y Piscitelli (2012); Janks (2009); Martín-Barbero (1991); Monedero-Morales (2025).	Educación formal y no formal en el ámbito iberoamericano y anglosajón frente al desorden informativo.	Alfabetización mediática emancipadora, deconstrucción del discurso hegemónico, asamblea democrática, lectura del entorno y justicia social,	Ciudadanía activa/Justicia cognitiva/Inclusión social/Ética democrática/ Poder y diversidad	La alfabetización mediática debe trascender el adiestramiento instrumental y técnico, constituyéndose en una praxis de democratización comunicativa que legitime expresiones y saberes populares frente a la infoxicación.	Ética / Crítica
Redes sociales como mediaciones pedagógicas	Freinet (1964, 1969a); Kaplún (1998); Orozco (1996, 2001); Prieto (1999); Scolari et al. (2018); Tur et al. (2023).	Socialización juvenil en redes sociales comerciales y prácticas transmedia informales.	Aprendizaje informal en línea, interacción horizontal, texto libre, aprendizaje natural, dinámicas de desinformación e identidad.	Interactividad horizontal/ Prosumición transmedia/ Aprendizaje informal/ Palabra del educando/ Identidades digitales	Las plataformas de redes sociales operan como espacios informales de socialización y co-creación identitaria, exigiendo mediaciones pedagógicas dialógicas y marcos de responsabilidad ética para contrarrestar la polarización.	Dialógica / Digital / Ética
Cultura visual y pedagogía de la mirada	Corrales (2018); Ferrés y Piscitelli (2012); Freinet (1973); Orozco (1996, 2001).	Escenarios de saturación icónica y sobreestimulación visual digital cotidiana.	Recepción crítica, competencias estéticas, postfotografía, sensibilidad visual y mediación emocional de pantallas.	Saturación icónica / Pedagogía de la mirada/ Sensibilidad estética/ Audiencias activas/ Expresión libre	La preeminencia de la imagen y la estetización cotidiana exigen una pedagogía de la mirada que deconstruya las representaciones icónicas, integrando la dimensión afectiva y la creatividad expresiva cooperativa.	Estética / Crítica
Institucionalización curricular	Aguaded et al. (2014); Masterman (1985); Westbrook (2011).	Diseño y prescripción de políticas públicas y currículos de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI).	Prescripción curricular, competencias clave, formación del profesorado, tensiones formales/informales y brecha discursiva.	Políticas educativas/ Competencia mediática/Brecha retórica-práctica/Formación docente/Nuevas literacidades	Existe una marcada e histórica brecha entre los marcos normativos oficiales de organismos reguladores y su implementación real en las aulas, la cual suele quedar reducida a una capacitación técnica despolitizada.	Digital / Crítica

Tendencia Emergente (Categoría Axial)	Autores del Corpus que la Sostienen	Contexto de las Fuentes	Concepto Analizado	Patrón de Codificación	Hallazgo Crítico de la Revisión	Dimensión del Modelo a la que Contribuye
Impacto del capitalismo digital	Buckingham (2003, 2019); Freire (1970); Giroux (2003, 2011); Kellner y Share (2019); Luke (2012).	Hegemonía corporativa global en el ecosistema digital y mercantilización del espacio educativo.	Neoliberalismo, lógicas algorítmicas, capitalismo de plataformas, deconstrucción ideológica y pedagogía pública.	Capitalismo de plataformas/Lógicas algorítmicas/ Dispositivos de control/ Pedagogía pública/ Concienciación	Las tecnologías digitales y sus plataformas de distribución no son neutras; operan bajo lógicas corporativas de acumulación y control de datos que redefinen subjetividades, requiriendo pedagogías críticas de resistencia.	Crítica / Digital / Ética

Fuente. Elaboración propia a partir del análisis del corpus.

4.1. Tendencias emergentes en educomunicación

4.1.1. Ciudadanía crítica y justicia cognitiva

La codificación del corpus sitúa el origen de esta tendencia en las aportaciones de Freinet (1969b, 1969c), cuyos hallazgos constatan que la conciencia cívica y la moral democrática se co-construyen mediante la responsabilidad compartida en la asamblea (1969b), promoviendo una lectura crítica del entorno que permite al alumnado problematizar su realidad vivida (1969c). En el debate científico, este marco genealógico manifiesta que la proliferación de desinformación e intoxicación transforma la competencia mediática de una destreza instrumental a una condición estructural indispensable para la participación democrática (Aguaded, 2014; Aparici, 2010). Los patrones de codificación evidencian la necesidad de vincular la alfabetización con la justicia cognitiva y la inclusión social. Bajo esta premisa, las mediaciones culturales de Martín-Barbero (1991) legitiman los saberes subalternos frente a las narrativas hegemónicas de las pantallas, un postulado que Janks (2009) fundamenta mediante la interdependencia crítica entre poder, diversidad, acceso y diseño. Finalmente, Ferrés y Piscitelli (2012) sostienen que la ciudadanía mediática exige trascender el dominio técnico-funcional hacia la gestión emocional y la era del prosumidor, una urgencia que Monedero-Morales (2025) complementa al situar la investigación educomunicativa como un proceso ético ante los discursos de odio y las brechas de exclusión.

4.1.2. Redes sociales como mediaciones pedagógicas

Sostenida por las obras de Freinet (1964, 1969a), Kaplún (1998), Orozco (1996, 2001), Prieto (1999), Scolari et al. (2018) y Tur et al. (2023), esta tendencia examina los entornos de redes sociales como los nuevos escenarios donde acontece la socialización, la interactividad y el aprendizaje informal de los sujetos. El origen de este enfoque se descubre en la teoría del aprendizaje natural de Freinet (1964, 1969a), quien al situar la expresión libre en el centro del aula (1969a) fundamenta que la comunicación se adquiere mediante la práctica viva y situada (1964). En continuidad con esta línea, el análisis del corpus desvela que las audiencias y los adolescentes despliegan de forma autónoma una gran diversidad de destrezas narrativas y estrategias de aprendizaje informal fuera del entorno

de la educación escolar formal (Scolari et al., 2018). No obstante, las fuentes analizadas advierten de manera unánime sobre las tensiones inherentes a estos ecosistemas sociotécnicos de carácter netamente comercial. En este sentido, Tur et al. (2023) identifican patrones de polarización afectiva, desinformación algorítmica y serios desafíos éticos en la autogestión de las identidades juveniles en línea. Para hacer frente a estas dinámicas, el corpus recupera la herencia pedagógica horizontal de Kaplún (1998) y la ética de la comunicación de Prieto (1999), argumentando que las redes de interacción social deben ser problematizadas críticamente para restaurar su potencial democrático y dialógico original, transformándolas de meros canales de circulación corporativa a espacios de interlocución y construcción colectiva de conocimiento

4.1.3. Cultura visual y pedagogía de la mirada

Esta tendencia diagnostica que la hiperestimulación e iconicidad contemporáneas configuran formas complejas de subjetivación y recepción mediática. Corrales (2018) destaca que la postfotografía y la saturación visual de la hiperrealidad operan como dispositivos de control estético y simbólico ante los cuales los sujetos requieren capacidades de interpretación analítica. Sin embargo, las audiencias no actúan como receptores pasivos, sino como agentes activos que negocian de manera situada los significados de las pantallas (Orozco, 1996, 2001). Para afrontar este escenario, Ferrés y Piscitelli (2012) postulan que la competencia mediática debe integrar las dimensiones afectivas y emocionales, superando enfoques rígidamente racionalistas, una postura que arraiga históricamente en la libre expresión y las técnicas audiovisuales cooperativas de Freinet (1973) como motores de emancipación.

4.1.4. Institucionalización curricular

Apoyada por las obras de Masterman (1985), Westbrook (2011) y Aguaded et al. (2014), esta tendencia analiza el proceso de incorporación de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) en los marcos escolares oficiales. El análisis de la literatura muestra un consenso global en torno a la necesidad de incorporar de forma reglada, crítica e interdisciplinar la educación mediática democrática en todos los niveles formativos (Masterman, 1985; Westbrook, 2011). No obstante, las fuentes del corpus evidencian una persistente brecha entre las directrices institucionales y la práctica real en las aulas. El análisis conceptual asocia esta inercia con la reducción de los planes de estudio por lógicas de estandarización técnica, que tienden a confundir la capacitación tecnológica o digital básica (TIC) con la formación del profesorado en enfoques reflexivos y analíticos de alfabetización mediática crítica (Aguaded et al., 2014; Westbrook, 2011).

4.1.5. Impacto del capitalismo digital

Este bloque se estructura a partir de los textos de Freire (1970), Giroux (2003, 2011), Buckingham (2003, 2019), Luke (2012) y Kellner y Share (2019). Esta tendencia asume una posición epistemológica explícitamente crítica frente a los discursos tecno-utópicos que presentan las tecnologías y las redes comerciales como herramientas neutrales o intrínsecamente democratizadoras. Al respecto, Buckingham (2003, 2019) conceptualiza el capitalismo digital de plataformas como un modelo económico extractivista que comercializa la interacción humana, promueve el consumo masivo y reconfigura las subjetividades docentes e infantiles. Los códigos transversales identificados en este bloque de literatura revelan la urgencia de deconstruir las herencias neoliberales de mercantilización de la enseñanza y las lógicas algorítmicas de control. Giroux (2003, 2011) define

las prácticas hegemónicas corporativas como dispositivos de devaluación democrática, postulando que la alfabetización crítica debe operar como una pedagogía pública de resistencia cultural. En este sentido, se recupera el postulado ontológico freireano de la concienciación y la educación liberadora (Freire, 1970) junto con la alfabetización crítica (Kellner & Share, 2019; Luke, 2012) para justificar la necesidad de deconstruir las estructuras ideológicas, el sesgo de poder y las lógicas corporativas que rigen los entornos sociotécnicos de aprendizaje en la era contemporánea.

5. Discusión y conclusiones

La delimitación de este marco conceptual permite superar la dispersión semántica del campo al confrontar la brecha histórica entre las directrices democráticas de la alfabetización y su transposición práctica real, la cual suele quedar reducida a un adiestramiento técnico despolitizado debido a las lógicas de estandarización vigentes (Aguaded et al., 2014; Westbrook, 2011). Frente a la mercantilización de las subjetividades y la extracción de datos que define al capitalismo de plataformas (Buckingham, 2019), este entramado conceptual restituye la validez de los saberes populares (Martín-Barbero, 1991) y la pedagogía pública de resistencia en el entorno social (Giroux, 2003). De este modo, la síntesis analítica caracteriza al constructo no como una destreza cognitiva aislada, sino como una praxis política de carácter intergeneracional orientada a mitigar las brechas de exclusión, deconstruyendo los sesgos ideológicos corporativos que rigen los entornos sociotécnicos donde acontece la vida conectada de los sujetos (Kellner & Share, 2019; Luke, 2012).

Sobre este cimiento conceptual se edifica la propuesta del modelo teórico, cuyo núcleo reside en que sus cinco dimensiones no operan de manera parcelada, sino como un sistema dinámico de interdependencias estructurales. En su eje teleológico, la dimensión ética proporciona el horizonte normativo de justicia cognitiva y respeto a la diversidad de saberes (Monedero-Morales, 2025; Parra, 2000) que dota de sentido político a la dimensión crítica, la cual actúa como su brazo operativo al desmontar el control algorítmico del mercado. A su vez, esta deconstrucción exige una interfaz dialógica horizontal basada en el intercambio recíproco y la escucha activa comunitaria (Kaplún, 1998; Prieto, 1999), un principio de horizontalidad que arraiga en la asamblea de cooperación clásica (Freinet, 1969b) y que se nutre directamente de la dimensión estética. Esta última gestiona la sensibilidad y las variables emocionales (Ferrés & Piscitelli, 2012) ante la saturación icónica de la hiperrealidad (Corrales, 2018), mientras que la dimensión digital transversaliza estos procesos como el lienzo sociotécnico donde se despliega la participación y el aprendizaje de toda la ciudadanía en los ámbitos formal, no formal e informal (Scolari et al., 2018).

Para que este modelo pueda aplicarse en la práctica, es necesario superar la mera enseñanza técnica de herramientas digitales y crear espacios que favorezcan la participación comunitaria real. No obstante, al haber emergido de una revisión integradora conceptual (Torraco, 2016), su alcance se halla limitado por el control de los monopolios tecnológicos y su actual falta de contrastación práctica en escenarios sociales diversos, lo que constituye la principal limitación del estudio. Por ello, la validación de este marco en fases posteriores del proyecto doctoral requerirá de procesos cualitativos basados en la investigación-acción participativa. Para guiar esta tarea, se proponen cinco indicadores cualitativos preliminares: el respeto a la diversidad de saberes en la comunidad, la capacidad ciudadana para descubrir sesgos en la información, el nivel de igualdad en el diálogo comunitario, la habilidad para crear mensajes visuales creativos propios, y el nivel de participación

digital con impacto en el entorno local. Finalmente, la prospectiva del modelo plantea la urgencia de evaluar si el marco propuesto es útil ante las tecnologías de vanguardia, analizando críticamente cómo la inteligencia artificial generativa y los algoritmos de recomendación moldean la identidad de la ciudadanía digital global (Tur et al., 2023).

La realización de esta revisión integradora conceptual permite concluir que el constructo de la educomunicación transformadora constituye una respuesta teórica y epistemológica inaplazable frente a la deriva tecnocrática, despolitizada e instrumental que caracteriza a los marcos contemporáneos de alfabetización mediática en el escenario del capitalismo de plataformas. Al articular de manera sinérgica la genealogía de la pedagogía crítica latinoamericana con las corrientes de la alfabetización crítica anglosajona, este modelo ofrece una estructura multidimensional unificada que supera la dispersión semántica e histórica del campo. Las cinco dimensiones delimitadas (ética, crítica, dialógica, estética y digital) no operan como competencias cognitivas fragmentadas, sino como un engranaje dialéctico e interdependiente indispensable para restituir el sentido emancipador, político y de justicia cognitiva del hecho educativo y comunicativo. De este modo, la propuesta caracteriza al constructo no como una capacitación técnica de corte instrumental, sino como una auténtica praxis de democratización orientada a la formación de una ciudadanía activa capaz de interpretar, cuestionar y transformar sus realidades sociotécnicas.

Epistemológicamente, el valor de este trabajo radica en formalizar y dotar de operatividad a un constructo que la literatura científica precedente venía utilizando de forma fragmentaria o descriptiva. Al unificar la herencia político-pedagógica clásica con las demandas de la era de la hiperconectividad, el modelo propuesto aporta una estructura integradora que trasciende la visión técnica de las plataformas comerciales y enriquece el debate académico actual sobre el sentido de educar y comunicar en sociedades interconectadas. Así, esta propuesta se ofrece como una base de referencia aplicable a lo largo de todo el ciclo vital, abriendo nuevas líneas de investigación e intervención comunitaria dentro de los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.

6. Financiación y apoyos

Estudio elaborado en el marco de Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D “Investigación, diseño e implementación de una propuesta curricular de formación de profesorado en alfabetización mediática en el ámbito euroamericano” de la Convocatoria Proyectos de Generación de Conocimiento 2023 (código PID2023-146288NB-I00), financiado por MICIU (AEI) 10.13039/501100011033 y por FEDER (UE). Y con el apoyo del proyecto PID2021-123552OB-I00, financiado por el MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER, Unión Europea).

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autora 1, 2 y 3.
- Curación de datos: Autora 1.
- Análisis formal: Autora 1 y 3.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autora 1, 2 y 3.
- Metodología: Autora 1, 2 y 3.
- Administración del proyecto: Autora 1, 2 y 3.
- Recursos: Autora 1, 2 y 3.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autora 2 y 3.
- Visualización: Autora 1, 2 y 3.
- Redacción: Autora 1 y 3.

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se ha utilizado ninguna herramienta de inteligencia artificial.

Semblanza de las autoras

M^a Inmaculada Carrasco Martín es doctoranda en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de las Universidades de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla en la línea de Educomunicación y Alfabetización Mediática. Graduada en Pedagogía y Máster en Formación del Profesorado por la UNED, ha combinado la práctica docente con la investigación en educomunicación transformadora, competencias comunicativas y pensamiento crítico. Su trabajo se orienta al desarrollo de buenas prácticas educativas y estrategias de microaprendizaje con impacto en la ciudadanía digital y la innovación pedagógica.

Ana Duarte Hueros es Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Pedagogía de la Universidad de Huelva y Doctora en Psicopedagogía. Su investigación se centra en la tecnología educativa, la alfabetización digital y los procesos de inclusión en entornos digitales, con una destacada producción científica y participación en proyectos competitivos nacionales e internacionales. Ha dirigido tesis doctorales y consolidado líneas de trabajo sobre competencias digitales y envejecimiento activo, combinando rigor teórico, innovación metodológica y compromiso con la mejora educativa.

Begoña Mora Jaureguialde es Doctora en Educación con Mención Europea y Premio Extraordinario de Doctorado. Profesora Contratada Doctora en el Departamento de Pedagogía de la Universidad de Huelva. Su investigación se centra en el ámbito de la educación social, la alfabetización mediática, el liderazgo pedagógico y la innovación educativa. Desempeña diversas responsabilidades de gestión académica y participa activamente en redes y grupos de investigación como Ágora, Comunicar, SEP, Red Alfamed y el GID de Prácticas de la UNED.

Referencias

- Aguaded, J. I., Barragán, C., & Chalmeta, J. (2014). El ciudadano crítico con los medios. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 3(1), 47–60. <https://lix.li/qWKON>
- Aguaded, I., Castillo, B., & Romero, L. M. (2020). Educomunicación y media literacy: Espacios de referencia en divulgación científica y académica en español. *index.Comunicación*, 10(3), 215–233. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Educom>
- Aparici, R., Covi, D., Huergo, J., Ferrés, J., Gabelas, J. A., García Matilla, A., Gutiérrez Martín, A., Kaplún, M., de Oliveira Soares, I., Orozco, G., Osuna, S., Prieto Castillo, D., Quiroz Velasco, M. T., Scolari, C., & Valderrama, C. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Gedisa.
- Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, (14), 157–175. <https://lix.li/ia4E>
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. Polity Press.
- Castro, E. (2016). Educomunicación: Los primeros 60 años de una historia polisémica. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso)*, 1(2), 103–119. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=673171012006>
- Corral, M. de J. (2021). Reflexiones en torno a la educomunicación. *Presencia. Miradas desde y hacia la educación*, (6), 151–172. <https://slink.com/4TYfK>
- Corrales, A. (2018). España. Una aproximación a la imagen contemporánea: La educomunicación como propuesta educativa interdisciplinar para una ciudadanía crítica. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 7(1), 21–28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6239061>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). Media competence. Articulated proposal of dimensions and indicators. [La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, (38), 75–82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Freinet, C. (1964). *Los métodos naturales de aprendizaje de la lengua*. Laia.
- Freinet, C. (1969a). *El texto libre*. Laia.
- Freinet, C. (1969b). *La educación moral y cívica*. Laia.
- Freinet, C. (1969c). *Por una escuela del pueblo*. Laia.
- Freinet, C. (1973). *Las técnicas audiovisuales*. Laia.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Gil, I., & Marzal, J. (2023). ¿Cómo impulsar la educomunicación y la alfabetización mediática desde el sistema educativo en España? Diagnóstico, problemática y propuestas por los expertos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 207–226. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24011>
- Giroux, H. A. (2011). *On critical pedagogy*. Continuum.
- Giroux, H. A. (2003). Public pedagogy and the politics of resistance: Notes on a critical theory of educational struggle. *Educational Philosophy and Theory*, 35(1), 5–16. <https://doi.org/10.1111/1469-5812.00002>
- Janks, H. (2009). *Literacy and power*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203869956>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.
- Kellner, D., & Share, J. (2019). *The critical media literacy guide: Engaging media and transforming education*. Brill | Sense.

- Luke, A. (2012). Critical literacy: Foundational notes. *Theory Into Practice*, 51(1), 4–11. <https://doi.org/10.1080/00405841.2012.636324>
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (2.ª ed.). Ediciones G. Gili.
- Masterman, L. (1985). *Teaching the media*. Comedia Publishing Group.
- Monedero-Morales, C. del R. (2025). Nuevas perspectivas para investigar la educomunicación: inclusión, ética y desafíos emergentes [Reseña]. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16(2), e29966. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.29966>
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre.
- Orozco, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la “televidencia” y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, (27), 155–175. <https://www.redalyc.org/pdf/800/80002708.pdf>
- Parra, G. (2000). *Bases epistemológicas de la educación: Definiciones y perspectivas de su desarrollo*. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1027&context=abya_yala
- Pérez, J. M. (2009). El nuevo horizonte europeo de la alfabetización mediática. *Telos: Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, (79), 1–3. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero079/el-nuevo-horizonte-europeo-de-la-alfabetizacion-mediatica>
- Pérez, M. A. (2007). Declaraciones para la proyección internacional de la educación en medios. *Comunicar*, 15(28), 123–125. <https://lix.li/Nb02>
- Prieto, D. (1999). *La comunicación en la educación*. Ciccus.
- Rojas-Estrada, E. G., Aguaded, I., & García-Ruiz, R. (2024). Media and information literacy in the prescribed curriculum: A systematic review on its integration. *Education and Information Technologies*, (29), 9445–9472. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154-0>
- Santos Albardía, M., Agirreazkuenaga Onaindia, I., & Peña Fernández, S. (2023). Educomunicación en la era de la hiperconectividad: Educación libertadora para fomentar la ciudadanía crítica. *Comunicação Mídia E Consumo*, 20(58), 179–198. <https://doi.org/10.18568/cmc.v20i58.2820>
- Scolari, C. A., Masanet, M.-J., Guerrero, M., & Establés, M.-J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens’ transmedia skills and informal learning strategies. *Profesional de la información*, 27(4), 801–812. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>
- Torraco, R. J. (2016). Writing integrative literature reviews: Using the past and present to explore the future. *Human Resource Development Review*, 15(4), 404–428. <https://doi.org/10.1177/1534484316671606>
- Tur, V., Núñez, P., & Marc, P. P. (2023). Retos de la educomunicación en el entorno digital. *adComunica*, (25), 23–26. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.7134>
- UNESCO. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO.
- Westbrook, N. (2011). *Media literacy pedagogy: Critical and new/twenty-first-century literacies instruction*. *E-Learning and Digital Media*, 8(2), 154–164. <https://doi.org/10.2304/elea.2011.8.2.154>

Juventud, redes sociales y consumo de información política: Un análisis cualitativo

Youth, Social Media, and Political News Consumption: A Qualitative Analysis

Amparo Huertas-Bailén

Universitat Autònoma de Barcelona | Edifici I. Carrer de la Vinya s/n 08193 Bellaterra, Barcelona | España
 0000-0002-8851-5417 | Amparo.Huertas@uab.cat

Ana González-Neira

(Responsable de correspondencia)
Universidade da Coruña | Campus Elviña, 15071 Coruña | España
 0000-0002-6369-0323 | ana.gneira@udc.es

Natalia Quintas-Froufe

Universidade da Coruña | Campus Elviña, 15071 Coruña | España
 0000-0001-7597-6516 | n.quintas.froufe@udc.es

Recepción 30/10/2025 · Aceptación 08/04/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

En el actual contexto de polarización política-social es preciso ahondar en el consumo de información. Esta investigación tiene como objetivo reflexionar acerca de cómo el ecosistema comunicativo digital está transformando el consumo de información política a partir del análisis del comportamiento de la juventud, una franja de edad donde se da un alto uso de las redes sociales y se concentran los mayores niveles de abstención política. Se han realizado 25 entrevistas en profundidad a jóvenes españoles de entre 19 a 29 años residentes en la provincia de Barcelona (España) entre 2023 y 2024. Se ha aplicado una metodología cualitativa alejada de la perspectiva mediocéntrica, lo que ha permitido recoger información sobre medios periodísticos y también sobre nuevos creadores de contenidos. Los resultados confirman que domina un consumo basado en la combinación de redes y medios periodísticos tradicionales. Aunque destacan los entornos digitales, pues la posibilidad de realizar búsquedas personalizadas se percibe como la manera más rápida de llegar a los contenidos que interesan, a los medios periodísticos tradicionales se les asigna una función complementaria. Como principales conclusiones, se apunta que los medios tradicionales siguen teniendo una función importante -a pesar de que también son objeto de fuertes críticas pues la juventud tiende a asociar de forma directa su contenido con manipulación- y que las recomendaciones personalizadas fruto de fórmulas algorítmicas encajan con el tipo de búsquedas que la juventud realiza, lo que favorece que la curaduría algorítmica tienda a percibirse como una herramienta útil y sea poco cuestionada.

Palabras clave: juventud, estudios de audiencia, información política, redes sociales, periodismo.

Cómo citar: Huertas-Bailén, A., González-Neira, A. y Quintas-Froufe, N. (2026). Juventud, redes sociales y consumo de información política: Un análisis cualitativo. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 131-148. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.07>



Abstract

In the current context of political and social polarization, it is necessary to delve into the issue of information consumption. This research aims to reflect on how the digital ecosystem is transforming the consumption of political information through an analysis of young people's behavior, a demographic group characterized by high social media use and significant levels of political abstention. A total of 25 in-depth interviews were conducted with Spanish youths aged 19 to 29 residing in the province of Barcelona (Spain) between 2023 and 2024. A qualitative methodology was applied, distancing itself from a media-centered perspective, which made it possible to gather information on both traditional and new content creators. The results confirm that information consumption is primarily based on a combination of social networks and traditional journalistic media. Although digital environments stand out, since the possibility of personalized searches is perceived as the fastest way to access relevant content, traditional journalistic media are assigned a complementary role. As the main conclusions, it is noted that traditional media still play an important role, despite being strongly criticized, as young people tend to directly associate their content with manipulation, and that personalized recommendations generated by algorithmic formulas align with the type of searches young people conduct. This alignment leads to algorithmic curation being perceived as a useful and rarely questioned tool.

Keywords: youth, audience studies, political news, social media, journalism.

1. Introducción

El acceso a información de calidad es considerado como elemental para el sostenimiento de las democracias, una base ineludible de cara a la participación política ciudadana. El derecho a recibir información está recogido de forma expresa en diversas cartas internacionales de Derechos, vinculado siempre a la libertad de expresión. Así, en la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) se puede leer en el artículo 19: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (Naciones Unidas, 1948).

Pero este derecho implica la actuación de múltiples agentes (mediáticos, políticos, económicos y sociales) y la reconfiguración que el sistema comunicativo ha sufrido, en gran parte debido al desarrollo de la tecnología digital, ha alterado completamente las maneras de hacer. En la actualidad, medios tradicionales compiten con nuevos agentes, como los pseudomedios (medios que se presentan como periodísticos pero que responden exclusivamente a los intereses de determinados grupos de presión políticos) o las personas *influencers*.

En España, con un contexto social y político muy polarizado, acentuado tras las elecciones generales y locales de 2023, es especialmente necesario detenerse a investigar cómo la ciudadanía se informa sobre la actualidad política. Es en este punto donde se sitúa nuestro eje de reflexión, poniendo el foco en la juventud con una edad comprendida entre los 19 y los 29 años. Nuestro interés en esta franja de edad se debe a que es aquí donde se concentran los más altos niveles de abstención de voto. Según Galais González (2024), en la franja comprendida entre los 16 y los 29 años, el nivel de abstención muestra una clara tendencia al alza. Este ha pasado del 24,4 % al 36,5 % entre 2017 y 2023. Además, para justificar nuestro universo, también conviene remarcar que poco a poco las edades que definen este periodo vital han ido ampliándose. La ONU aprobó en la Asamblea General considerar como personas jóvenes a las comprendidas entre los 15 y los 24 años (resolución 36/28 de 1981), lo que

ha provocado un amplio consenso en torno a esta franja de edad en los estudios disponibles sobre juventud. Ahora bien, se da una tendencia reciente a abarcar cada vez un mayor rango de edad hasta llegar a los 29 años e, incluso, a finales de 2024, el Observatorio de la Juventud (INJUVE) incluyó por primera vez en su encuesta a personas de entre 30 y 34 años (Instituto de la Juventud, 2024).

Sobre el seguimiento de información por parte de la población juvenil, los estudios disponibles señalan un uso cada vez más intenso de las redes sociales, acompañado de un progresivo abandono de los medios de comunicación tradicionales, con lo que ello implica en cuanto al protagonismo que poco a poco han ido adquiriendo los algoritmos de recomendación como curadores de contenidos (Díaz Arias, 2015; Fletcher, 2024; Drulă, 2024; Scheffauer et al., 2021). En términos generales, el Digital News Report España (Reuters Institute, 2024) destaca WhatsApp como la red social informativa líder en el país y advierte de un incremento del uso informativo de TikTok entre el colectivo que va de 18 a 24 años a pesar de que, paradójicamente, más de la cuarta parte de sus usuarios admite tener dificultades para encontrar noticias fiables. En Sierra (2024a), encontramos información específica sobre el seguimiento de la actualidad informativa por parte de personas menores de 35 años. Según este autor, Instagram y X son las más usadas por esta franja de edad para acceder a noticias.

Este trabajo asume el compromiso de estudiar el modo en que la penetración de las redes sociales como fuentes de información está afectando el consumo de noticias políticas por parte de la juventud a partir del análisis de una muestra formada por 25 personas. Con la aplicación de una metodología cualitativa, nos centramos en sus propios discursos y argumentos. A diferencia de los estudios que ahondan en cuestiones como la identidad o la interactividad digitales (*engagement*) a partir del análisis de los rastros digitales (*big data*), esta propuesta se adentra en el comportamiento de la juventud desde la observación de su propia perspectiva.

¿La expansión de las plataformas sociales provoca el alejamiento de los medios de comunicación tradicionales como fuentes de información? ¿La posibilidad de realizar búsquedas personalizadas favorece un recorte en los temas sobre los que la juventud se informa? Con estas preguntas generales como punto de partida, en este trabajo se plantean tres interrogantes específicos: (a) ¿qué temas políticos interesan?, (b) ¿dónde se busca información sobre los mismos? y (c) ¿qué relevancia tienen los *influencers* que comparten contenido político en su dieta mediática?

El texto se ha estructurado en cuatro apartados: estado de la cuestión, metodología, resultados y discusión final. En el desarrollo del primer apartado se hace hincapié en los retos teóricos y metodológicos que supone estudiar el consumo informativo en el contexto mediático actual.

2. Estado de la cuestión

2.1. El estudio del consumo de información

El consumo de información es un área temática clave en la evolución de los estudios de audiencia y, en este recorrido, la juventud y las relaciones intergeneracionales han sido abordadas ampliamente (Feio & Oliveira, 2024). Sobre el seguimiento concreto de la actualidad política se dispone de excelentes referentes. Baste recordar las importantes aportaciones en torno a la idea de “conexión pública” de Couldry et al. (2007), quienes apuntaban que un progresivo desinterés en la información periodística

-especialmente en la actualidad política-, unido a la elevada fragmentación del consumo, que ya se vislumbraba en ese momento, y una sociedad cada vez más individualizada acabarían mermando esta conexión.

En los últimos años el interés por saber del consumo de información política no ha decaído. La teoría de los “filtros burbuja”, de Pariser (2011), ha tenido un fuerte impacto. Dicha teoría señala que los filtros algorítmicos propician una reducida gama de contenidos en las recomendaciones personalizadas, lo que se vincula con la polarización, pero existen ya muchas evidencias que demuestran que este problema no va ligado a un único tipo de consumo. Por ejemplo, Bail et al. (2018) apuntan que la exposición continuada a visiones contrapuestas refuerza la polarización. Actualmente, la comunicación emocional acapara gran parte de la atención: “la investigación de la relación entre las emociones y los medios de comunicación cobra especial importancia en la política mediada” (Cazorla et al., 2022, p. 88). Muy probablemente esto sea consecuencia de que la polarización política se haya teorizado a partir de la división entre lo ideológico y lo afectivo-emocional (Peres-Neto & Huertas Bailén, 2024).

En términos generales, los trabajos empíricos más recientes que abordan el consumo juvenil informativo destacan la preferencia de este grupo etario por los medios digitales y, muy especialmente, por las redes sociales. No cabe duda de que esta es una tendencia global del consumo, cuyo estudio suele estar vinculado a la preocupación por el efecto expansivo que esto supone para la distribución y alcance de la desinformación (Barrios-Rubio, 2024; Blanco Alfonso et al., 2024; Boulianne et al., 2024; Catalina-García et al., 2021; Cazorla et al., 2022; Cortés-Quesada et al., 2023; Costera Meijer & Groot Kormelink, 2021; Duvekot et al., 2024; de Mattos, 2023; Gómez-Calderón et al., 2021; González-Oñate et al., 2020; Lago Vázquez et al., 2016; López Vidales & Gómez Rubio, 2021).

Ahora bien, a diferencia de los estudios previos, las nuevas propuestas se ven obligadas a asumir dos retos que consideramos muy relevantes. Por un lado, el diseño de metodologías innovadoras ante el elevadísimo volumen de información que en la actualidad circula en un inabarcable y diverso entorno digital (Chadwick et al., 2018). Por otro, la necesidad de problematizar y revisar cuestiones hasta ahora fuertemente respaldadas por teorías consolidadas en el área del periodismo, como por ejemplo la propia noción de noticia (Røsok-Dahl & Ihlebæk, 2024). El complejo contexto mediático actual, unido al propio proceso de hibridación de los géneros -empezando por la ya clásica mezcla de información y entretenimiento-, apunta retos metodológicos y teóricos urgentes (Ekström & Westlund, 2019; Hendrickx, 2024; Hendrickx & Vázquez-Herrero, 2024).

2.2. Las limitaciones de la mirada mediocéntrica y los estudios cuantitativos

La mayor parte de las aportaciones académicas disponibles sobre el consumo de información por parte de la juventud se ha realizado desde una concepción mediocéntrica a partir de metodologías cuantitativas. Es decir, desde la visión del emisor tradicional y, al mismo tiempo, recogiendo el potencial del *big data* (Hendrickx, 2024).

Es cierto que las nuevas herramientas digitales, de recolección y análisis de datos, permiten trabajar con un ingente volumen de información (corpus), pero en su uso convendría garantizar la incorporación de las nuevas realidades digitales teniendo en cuenta que en ellas conviven medios

periodísticos y contenidos informativos profesionales con propuestas nada rigurosas, sin que la audiencia tenga siempre la capacidad ni la suficiente información para poder distinguirlo. Además, y con una mirada más general, también debemos recordar el potencial riesgo de los estudios basados en *big data* de caer en la parcialización y la descontextualización de los resultados (Livingstone, 2019).

De momento, apenas hay aportaciones académicas centradas exclusivamente en la experiencia y en la visión de la ciudadanía, como la que planteamos en este artículo. Pero lo cierto es que ya se dispone de investigaciones muy interesantes, que dejan atrás la configuración central del productor (Swart et al., 2022) y que además complementan el uso de metodologías cuantitativas con cualitativas (Anter & Kümpel, 2023; Duvekot et al., 2024; Farias-Batlle et al., 2024; Gómez-Escalonilla & Barranquero, 2024; Røsok-Dahl & Ihlebæk, 2024; Swart & Broersma, 2024).

Hendrickx (2024) percibe un incremento del interés por el desarrollo de metodologías cualitativas en los últimos años, fenómeno que define como la aparición de un contramovimiento en respuesta al claro dominio alcanzado por los estudios cuantitativos. Según este autor, los trabajos empíricos cuantitativos basados exclusivamente en el análisis de rastros y huellas digitales no deberían pretender entender los motivos o patrones de comportamiento de los públicos. Ahora bien, conviene aclarar que el objetivo de Hendrickx (2024) no es alimentar el enfrentamiento entre “culturas de investigación”, sino que esta es su manera de defender la complementariedad entre diferentes tipos de estudios y, sobre todo, el gran potencial de las propuestas cualitativas a la hora de interpretar y argumentar resultados numéricos.

2.3. Las dificultades del estudio del interés informativo en el contexto digital actual

La revisión de los trabajos previos refleja la dificultad que implica el estudio de las correlaciones que pueden darse entre polarización social, desafección política y presencia de desinformación en el consumo de información política. La mayor parte de las iniciativas se centran en los patrones de propagación digital de la desinformación, la efectividad de los sistemas de verificación (*fact-checking*) y el gran potencial de la Inteligencia Artificial para crear falsos contenidos de apariencia muy real (López López et al., 2023). Existe un consenso en torno a la idea de que la pluralidad actual de emisores y distribuidores de contenidos informativos en el entorno digital, como parte o al margen de los medios periodísticos tradicionales, está contribuyendo a la expansión de la desinformación y, además, ya se disponen de análisis del funcionamiento de los pseudomedios (Palau-Sampio & Carratalá, 2022). Pero todavía está por resolver la conceptualización de estas nuevas fuentes y, por tanto, todavía no hay consenso sobre cómo incorporarlas a los estudios de consumo y recepción.

Las dificultades que supone el estudio de la expansión de la desinformación se hacen especialmente evidentes cuando la metodología empleada consiste en recoger de forma directa la experiencia de la audiencia, a partir del uso de muestras poblacionales y sin recurrir a los rastros digitales. Cuando el individuo explica su consumo informativo, suele resultar confuso entender la tipología de fuentes que incluye su dieta mediática, pues no solo es habitual que la persona no las recuerde, sino que a veces ni siquiera las identificó en su momento.

El volumen de contenidos en circulación y la diversidad de vías de acceso (webs de medios periodísticos, páginas de inicio de navegadores, redes sociales, notificaciones de aviso en aplicaciones descargadas

en el teléfono móvil, etc.) hace que clasificaciones como las planteadas por Chadwick et al. (2018), circulación directa (de los medios a las audiencias) e indirecta (a través del contenido que comparten los usuarios en las plataformas digitales), ya no sean operativas. Es más, ante este tipo de obstáculos, ya hay quienes plantean que el estudio de las estrategias algorítmicas puede acabar desplazando el contacto directo con los públicos en las propuestas empíricas (Aguado, 2020; Drulă, 2024; Huertas-Bailén et al., 2024).

Dado que el escenario digital domina el consumo informativo juvenil, el problema de la difusión de desinformación adquiere mayor relevancia en esta franja etaria. Además, hay que tener en cuenta que la juventud actual ha crecido en un contexto caracterizado por: (a) la gratuidad de la información, (b) el acceso directo e inmediato y (c) la proliferación de medios nativos digitales y de nuevos emisores. Es decir, está inmersa en un proceso de dislocación informativa que incide inevitablemente en sus prácticas mediáticas e informativas (Martin & Sharma, 2022; de Mattos, 2023; Ekström & Westlund, 2019). Salazar Rebolledo (2024) habla de una estructura de comunicación “no profesional” en el ámbito digital, paralela a los medios tradicionales, que en el caso de la juventud casi ha anulado (o ha minado) la influencia de los periodistas profesionales. Esta suplantación del mediador periodístico por agentes ajenos a la práctica profesional, y en consecuencia al margen de los compromisos deontológicos de la profesión periodística, es para este autor la principal fuente de desinformación. Además, tampoco se debe despreciar la influencia en términos de participación política *offline* que estos otros agentes tienen entre los públicos (Palacios-López et al., 2025).

Ahora bien, las dificultades que supone estudiar el consumo de noticias no están evitando que este sea un objeto de estudio en alza. E, incluso, la observación de los últimos trabajos permite distinguir claramente dos líneas temáticas diferenciadas, y ya con cierto recorrido: el consumo incidental de noticias (Chen et al., 2021; Farias-Batlle et al., 2024; Scheffauer et al., 2021) y los motivos que llevan a evitar las mismas (Díaz-Noci & Pérez-Altable, 2023; Goyanes et al., 2023; Sierra, 2024b; Skovsgaard & Andersen, 2020, entre otros), un rechazo que parece más intenso entre las generaciones de jóvenes (Mellado & Cruz, 2024).

3. Metodología

Esta investigación, de corte cualitativo, se basa en la aplicación de entrevistas en profundidad a una muestra formada por 25 jóvenes de nacionalidad española residentes en la provincia de Barcelona con estudios, finalizados o en curso, en áreas diversas: arquitectura e ingeniería (5), medicina y psicología (4), historia e historia del arte (4), educación y magisterio (3), periodismo (2) y otras (7). Se empezó a detectar índice de saturación a partir de la entrevista número 20.

La mayoría (19) son personas nacidas en Cataluña y el resto responde a procesos de migración interna: 2 proceden de Andalucía; 1, de Baleares; 2, de Valencia y 1, de Galicia. En la muestra hay una mayor presencia de mujeres (17) que de hombres (8). Según la clase social –definida a partir del estilo de vida del núcleo familiar–, la mayoría (18) pertenecen a la clase media, mientras que 5 se sitúan en la clase alta y 2, en la clase baja. Por último, según la ideología política, 3 se posicionan en la extrema izquierda; 15, en la izquierda; 4, en el centro; 1, en la derecha; 1, en la extrema derecha y 1 persona se define de ideología variable, pues su posicionamiento depende del tema en cuestión.

El trabajo de campo se realizó entre mayo de 2023 y noviembre de 2024. En concreto, 13 entrevistas se hicieron entre el 13 de mayo y el 19 de julio de 2023, es decir, durante el período de precampaña y campaña electoral de las elecciones generales en España convocadas el 23 de julio de 2023. Es necesario resaltar que el trabajo empírico se ha desarrollado en Cataluña, donde la polarización política-social en torno al “*procés*” (la defensa de la independencia de Cataluña del Estado español) ha marcado la actualidad de esta comunidad autónoma desde 2017. El 1 de octubre de ese año fue convocado el Referéndum por la independencia.

A continuación, detallamos las características sociodemográficas de la muestra que sí nos permiten su manejo como variable de análisis de los resultados. Durante el proceso de formación de la muestra se garantizó una presencia equilibrada según identidad de género/orientación sexual y edad. En el diseño metodológico se priorizaron estas dos variables. La primera, como consecuencia del amplio debate político en torno al feminismo y el colectivo LGTBI desde la aparición del Ministerio de Igualdad en España en 2008. La segunda, para poder analizar si existe un comportamiento diferenciado entre las personas con edad próxima al ejercicio del voto por primera vez y las de más edad. Según la identidad de género/orientación sexual, 14 son heteronormativos y 11 responden a identidades no normativas (3 hombres homosexuales, 6 mujeres homosexuales, 1 mujer trans y 1 mujer bisexual). Según la edad, 15 pertenecen a la franja que comprende de los 19 a los 25 años y 10, a la que se sitúa entre los 26 y los 29 años.

Además, la composición final de la muestra permitió abordar como variables de análisis la situación laboral y el núcleo de convivencia. Según la situación laboral, 11 trabajan y 14 no tienen ninguna ocupación laboral (10 estudian y 4 se definen en situación de desempleo). Según el núcleo de convivencia, las situaciones son muy variadas y se puede diferenciar entre personas que viven con sus progenitores y hermanos/as (12), con la pareja sentimental (6) y en otras circunstancias como, por ejemplo, pisos compartidos con personas desconocidas/conocidas o alquiler de habitación (7).

El guion de las entrevistas se divide en 4 bloques. Mientras que el primero aborda la historia personal con especial énfasis en la participación política y el grado de implicación en movimientos sociales en el seno familiar y en los círculos amistosos, los otros tres apartados tratan de forma directa los aspectos que definen el objeto de estudio del proyecto del que surge este artículo y se centran ya en el presente. Estos son: socialización política; actitud, valores y posicionamiento ideológico y, por último, seguimiento de la actualidad informativa-política.

Las entrevistas duraron una media de 44 minutos. Las más breves giraron en torno a los 30 minutos y la más larga llegó a los 80 minutos. La mayoría (20) se hicieron en espacios públicos (cafeterías y campus universitarios). En 2 ocasiones se realizaron en la casa particular de la persona entrevistada y 3 fueron encuentros en línea. Transcritas en su totalidad, se realizó un análisis de contenido cualitativo que fue complementado con el uso de un software especializado (MAXQDA).

El proyecto fue aprobado por la Comisión de Ética en la Experimentación Animal y Humana (CEEAH) de la Universidad Autónoma de Barcelona el 27 de abril de 2023 con el número de referencia CEEAH 6414. A lo largo del texto, las referencias a los sujetos se identificarán con la letra “S” y el número de la entrevista (por ejemplo, S17). De esta manera, aunque a continuación se indica el género, la edad, la situación laboral y el núcleo de convivencia, el anonimato queda garantizado en todo momento.

4. Resultados

Este trabajo asume el compromiso de analizar el modo en que la penetración de las redes sociales como fuentes de información está afectando el consumo de noticias políticas por parte de la juventud teniendo en cuenta como principales variables de análisis la identidad de género/orientación sexual, la edad, la situación laboral y el núcleo de convivencia. La exposición de los resultados se divide en tres ejes de reflexión, en consonancia con las tres preguntas indicadas en la introducción. Estos apuntan a pensar sobre (a) los temas políticos de interés, (b) los procesos de búsqueda de información y (c) la presencia de *influencers* en su consumo informativo.

Para poder abarcar en nuestro análisis el entorno digital huyendo de la mirada mediocéntrica, distinguimos entre (a) medios de comunicación específicos (televisión, radio y prensa) y (b) otras fuentes. Así, cuando la persona menciona una cadena de televisión, una emisora radiofónica o una cabecera de prensa, este consumo ha sido registrado dentro del primer grupo, independientemente de que haya sido digital (incluidas las redes sociales) o no. En cambio, cuando no se indica ninguna referencia mediática periodística concreta, se ha agrupado en el segundo tipo, teniendo en cuenta tanto el contenido localizado en el entorno digital como fuera de él.

4.1. El interés por estar informado

El conjunto de la muestra consume información política, 16 en un grado destacado y 9 de forma menos significativa. Resulta necesario indicar que, entre las personas con identidades de género no normativas, domina un alto nivel de seguimiento (9 de un total de 11), mientras que entre las heteronormativas se da el equilibrio exacto (son 14 en total y, en cada grupo, hay 7).

Las personas con alto nivel de consumo informativo se reconocen por ser capaces de explicar algún hecho noticioso de forma detallada o de ilustrar sus argumentos con ejemplos concretos, además de señalar de forma explícita un seguimiento regular y continuado de fuentes concretas. Llama la atención que, en este perfil, el consumo tienda a ser diferente según el núcleo de convivencia. En la dieta mediática de las 7 personas que conviven con progenitores y hermanos/as, el consumo familiar ejerce una gran influencia. Destaca, sobre todo, el consumo de informativos de televisión en familia y, puntualmente, el acceso a prensa gracias a la suscripción de alguno de sus miembros. En relación con el comportamiento del grupo menos interesado en seguir la actualidad política, nuestro trabajo empírico indica que domina el perfil de jóvenes estudiantes (6 frente a 3), cuyo consumo informativo es puntual y se concentra en los periodos vacacionales. En este segundo grupo son habituales explicaciones como estas: algún asunto concreto puede despertar interés momentáneamente o tan solo se leen titulares y/o comentarios compartidos en redes.

Los temas que generan un interés destacado son los siguientes: cambio climático, asuntos relacionados con refugiados-migraciones, conflictos bélicos (Ucrania y Gaza) y, especialmente en el caso del colectivo con género no normativo, las cuestiones relacionadas con el feminismo y el movimiento queer (LGTBI). Es decir, en términos generales, el interés juvenil por la actualidad informativa de carácter político se centra en aquellos asuntos que coinciden con sus preocupaciones particulares o que sienten que les interpela directamente.

En la muestra hemos encontrado múltiples ejemplos de personas cuyo consumo informativo está estrechamente ligado a sus intereses particulares, los cuales suelen acabar definiendo también sus proyectos de vida. Así, un estudiante de arquitectura defensor del medio ambiente, además de querer especializarse en la construcción sostenible, se preocupa por conocer la actualidad sobre las medidas de protección del medio ambiente o una educadora infantil, interesada por cómo abordar las cuestiones de género con el alumnado, sigue con especial interés las noticias sobre políticas de educación pública y todo lo que tiene que ver con cómo garantizar una educación inclusiva.

4.2. Espacios de consumo informativo: medios y redes

De las 25 personas entrevistadas, 21 buscan la información en internet, sobre todo a través de redes. Con respecto a las 4 personas restantes, caracterizadas por no acceder a este tipo de espacios digitales para informarse, hay que tener en cuenta que 3 responden a perfiles con bajo interés informativo y que, por tanto, solo 1 persona encuestada con alto interés informativo dice buscar contenido informativo exclusivamente fuera de las redes, siguiendo directamente la prensa y la radio informativa. Se trata del S17 (hombre heterosexual, 25 años, trabaja y vive en pareja), quien indica seguir emisoras como la SER, *Catalunya Ràdio* o RAC1 (incluidos pódcasts), así como los diarios *La Vanguardia* o *Directa*, entre otros medios.

Nuestro análisis, por tanto, evidencia que el consumo de información se produce mayoritariamente en redes digitales. Domina el contenido en abierto –el contenido de pago provoca rechazo– y, además, el teléfono móvil es la principal herramienta para la conexión.

Sí que es verdad que lo que tengo más a mano es el móvil (...) El móvil es algo que es muy accesible en todos los lugares y al final también puede hacer caernos en equivocarnos. Pero también podemos rectificar. (S1: hombre gay, 20 años, estudia y vive con la familia)

La muestra vincula mayoritariamente los medios tradicionales con manipulación o con ausencia de temas de interés, lo que provoca respectivamente desconfianza y rechazo.

Las noticias están muy condicionadas. El periodismo aquí no es periodismo. Es artículo de opinión. Entonces, no me sirve, porque cada canal lo pinta de una forma u otra, entonces no es una cosa que me agrada. (S29: mujer lesbiana, 27 años, trabaja y vive en habitación alquilada)

La prensa del día a día quizá se centra en cosas más estándares. (S17: hombre heterosexual, 25 años, trabaja y vive en pareja)

También creo que la prensa tradicional habla muchas veces de política institucional. La agenda mediática está protagonizada por la agenda institucional y es que paso... Lo que hagan 3 ó 4 partidos me la pela, si lo puedo decir abiertamente. Y no quiero estar leyendo 25 noticias y que 20 sean de partidos políticos. A mí me gusta escuchar lo que pasa en x lugar, y tampoco hace falta que sea un lugar lejano... qué está pasando en este lugar, en esta fábrica ... los problemas laborales de estas personas. En Suiza, las personas que han estado imputadas por una manifestación... Lo que pasa en Francia. Estamos muy pendientes de lo que pasa en

Francia a nivel institucional. Lo entiendo porque es lo que marca, pero creo que es una manera (de los medios periodísticos) de eludir la responsabilidad cuando tienen más responsabilidad de la que nos hacen creer. Me interesan más las cosas que tienen menos altavoz seguramente. (S39: hombre heterosexual, 22 años, trabaja y vive en familia)

[comentario que surge al comparar los videos que víctimas de una catástrofe natural comparten en redes con lo que ve en televisión] Yo la tele me la creía... Es el medio más, más antiguo, ¿no? Bueno, uno, pero uno de los medios más antiguos por los cuales la gente se enteraba de las noticias. Y ahora me entero que también mienten. Entonces yo ya, es que tampoco sé qué creerme. ¿Sabes lo que te quiero decir? No, no me creo todo. Creerme la mitad o no creerme nada. (S43: mujer heterosexual, 20 años, estudia y vive en familia)

Por el contrario, las redes son asociadas con pensamiento crítico, pues la posibilidad de hacer búsquedas temáticas personalizadas tiende a asociarse con una mayor probabilidad de encontrar y poder escoger un contenido alternativo y no manipulado. En este espacio de consumo, pueden llegar a sentir la libertad de marcar la propia perspectiva informativa pues la experiencia algorítmica no parece percibirse como algo que restrinja los contenidos que les llegan.

Soy más de meterme en Google y, si tengo que buscar una noticia concreta, la busco [...] Al final Google te orienta a nivel de 'esta noticia creo que te interesará'...y en Instagram sigo 3/24 (canal público informativo de televisión). Quieras o no, con las *stories* y tal, pues te vas informando un poco. (S4: hombre gay, 27 años, en paro y vive en familia)

Yo miro las noticias cada día, ellos (progenitores) creo que lo hacen todos los domingos. Yo miro artículos. Entro en Microsoft Edge, que te salen todas las noticias. Y voy viendo las noticias y las voy actualizando y me voy enterando de todo. Entonces, al final, cuando veo que ya he visto la misma noticia dos o tres veces...digo... bueno... vale... yo creo que ya me he informado suficiente... es como el nuevo Google... pero no sé... a mí me gusta, porque si entras en Google, lo primero que te sale es el buscador, en cambio, si tú entras en Microsoft Edge, lo primero que te sale es como un montón de noticias. Y, además, de momento, no sé si tiene algoritmo, o es que el algoritmo no le funciona. Pero si tú tienes Instagram, Instagram va a adaptarse a tu forma de pensar, YouTube lo mismo. Microsoft Edge, hasta ahora, no. Microsoft me pone todo, de todas las opiniones. Y muchas veces me leo artículos que a mí me parecen una barbaridad por lo que me están diciendo y en ese sentido me gusta porque siento que no se está adaptando el algoritmo a mí. Coge artículos *random*. (E10: hombre heterosexual, 23 años, trabaja y vive en familia)

Pero ¿esta crítica a los medios tradicionales unido al dominio del uso de las redes supone la ausencia total de medios periodísticos en la dieta informativa juvenil? Como ya hemos indicado, solo una persona dice informarse exclusivamente en medios periodísticos tradicionales, y lo que domina es la combinación de redes con medios tradicionales (17): 8 personas combinan redes con televisión y prensa; 5, con prensa especializada y 4, solo con televisión. Esta retroalimentación redes-medios es muy diversa. Por citar dos de los ejemplos recogidos, puede tenerse conocimiento de una noticia por un comentario compartido por un particular en redes y luego pasar a comprobar su veracidad en un medio periodístico o una noticia vista por casualidad en televisión puede despertar interés y provocar

a continuación la búsqueda de comentarios en redes. Además, hay que tener en cuenta que los medios tradicionales también están presentes en redes y utilizan esta como vía de atracción.

¿Qué pasa? Que cuando yo me entero de una noticia por TikTok, no sé si creérmelo. Entonces, ¿qué pasa? Que si me interesa la noticia (...), yo voy a las noticias. O sea, voy a *El periódico*, a *El País*, a TV3, a donde sea, y busco la noticia y me informo, la leo y digo ah, mira, pues sabes ... O tenía razón o no tenía razón. Vale, estoy de acuerdo. No estoy de acuerdo. (...) y lo que te he dicho de TikTok también te lo digo por si ves alguna noticia por Instagram. Pues me la puedo creer o no creer. Si me interesa, la busco. Si no me interesa, pues no la busco. Y también pues a mis padres les pregunto, también a los profesores. (S43: mujer heterosexual, 20 años, estudia y vive en familia)

El efecto es un consumo muy heterogéneo, por lo que resulta especialmente llamativo que un medio tradicional sí haya conseguido destacar en la dieta mediática informativa juvenil apuntada por la muestra consultada. Se trata del canal de televisión público autonómico 3/24 (cadena informativa de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació): 9 miembros de la muestra indican seguir su perfil en Instagram, tras la descarga de la aplicación en el móvil.

(prensa) miro de todo, desde el *Ara*, *El Periódico*... me salen en el Instagram. Y entonces una noticia que me genera curiosidad o me interesa, entro en el diario. También tengo el 3/24. Deportes, me interesa bastante. No estoy suscrita al *Ara*... entonces (se queja) no me dejes leer nada y no me dejes con la intriga. (S6: mujer lesbiana, 27 años, trabaja y vive en pareja)

Por último, se detecta la tendencia a concentrar la actividad digital en una única red, porque sienten que ya les ocupa demasiado tiempo mantener activo un perfil como para implicarse en más de una plataforma. Sobre las redes que emplean con fines informativos, en la muestra domina claramente Instagram. Esta fue mencionada de forma insistente por 8 componentes de la muestra. En cambio, el consumo del resto de plataformas sociales es irregular. Youtube aparece mencionada de forma puntual y normalmente se trata de un consumo vinculado al seguimiento de un *influencer* específico. Apenas se cita Facebook, tan solo la indican 3 personas y en muchas ocasiones relacionándola con un consumo de una etapa personal anterior. TikTok solo es citada como vía de acceso a información por un miembro de la muestra consultada. En nuestro trabajo de campo, esta red se asocia mayoritariamente con entretenimiento. Por último, prácticamente toda la muestra entrevistada rechaza abiertamente X/Twitter. Si tienen un perfil abierto aquí, apenas lo emplean. Los motivos del abandono de X/Twitter se expresan en términos de cansancio ante la elevada polarización y toxicidad de sus contenidos. Es decir, aparece un rechazo abierto al tipo de sociabilidad digital que esta red provoca y, de hecho, no es nada habitual que interactúen en ella, compartiendo comentarios o información relacionada con sus intereses políticos.

Twitter, no. Twitter no, porque me pongo enferma. Twitter, en redes sociales, me parece que resta más que suma. De todas las que estamos hablando, me parece que facilita que se linche a la peña. Toda la violencia que no ejerces cara a cara, la ejerces en Twitter. Y, entonces, yo no tengo Twitter. (S25: mujer lesbiana, 28 años, estudia y vive en familia)

4.3. Los influencers y la política

En nuestro trabajo empírico se ha recogido una amplia lista de *influencers*. Entre el colectivo LGTBI entrevistado se da un seguimiento destacado de contenido feminista con matices humorísticos entre las mujeres lesbianas.

Centrándonos únicamente en quienes abordan información política o temas sociales de índole política, el número de *influencers* citado asciende a 13. Los más mencionados por la muestra consultada han sido Cuellilargo (Pol Andinach, quien define su contenido como un discurso antihegemónico), VisualPolitik (Canal de Youtube, creado por Enrique Fonseca, Alberto Rodríguez Fernández y Enrique Couto Bueno), Jano García (contenido crítico en torno a los sistemas democráticos), Inés Hernand (feminismo y temas de género) y Nerea Pérez de las Heras (humor y feminismo). Ningún componente de la muestra mencionó seguir figuras periodísticas concretas.

Las personas seguidoras de *influencers* perciben que estos dominan los temas sobre los que hablan. Además, la muestra refleja una marcada preferencia por aquellos individuos con los que se identifican por compartir la ideología o la perspectiva desde la que observan la actualidad política. La retórica basada en la escenificación del dominio del tema y la empatía estimulan la confianza.

La siguiente cita ilustra muy bien el tipo de relación que puede darse entre un seguidor y un *influencer* con un discurso claramente polarizado, a pesar de no coincidir en la ideología política. S2 se sitúa ideológicamente en el centro pero no identifica la mirada de Jano García como conservadora e, incluso, cuando califica su discurso emplea términos incoherentes, neutro y provocador al mismo tiempo.

Él entonces yo qué sé ...sale alguna noticia, por ejemplo, pues esto del naufragio (de barco destinado a trasladar migrantes) pues hace reflexiones, esto de Pedro Sánchez hace, explica, pero sí que es verdad que desde un punto un poco neutro pero a veces ridiculizando, diciendo qué incoherencia. Él se llama Jano García y ahora justo ha sacado un libro, este “Contra la mayoría” (mirando el móvil). Porque sí que a veces se pone en contra de lo que dice la sociedad y... y claro la gente se le echa encima, o cuando salió lo de Ana Obregón (se refiere a la gestación subrogada), bueno todo esto. (S2: mujer heterosexual, 21 años, estudia y vive en familia)

Por último, también podemos destacar que el seguimiento de *influencers* se perfila como un hecho efímero. La muestra no suele recordar los nombres o contenidos que seguía tan solo unos meses atrás y, aunque se consideren fieles a determinados canales, esto tampoco significa que el consumo sea regular y continuado durante un largo período. La abundancia de contenidos y espacios digitales disponibles hace que la fidelización sea un reto difícil de conseguir.

5. Discusión y conclusiones

Pasamos a abordar ahora los dos ejes de reflexión principales, sobre los que se asientan los temas específicos ya desarrollados en el apartado de resultados. El primero apuntaba al modo en que redes

y medios tradicionales aparecen en la dieta mediática de los individuos y el segundo, a la posibilidad de que las búsquedas personalizadas potencien un recorte en los contenidos que se consumen.

En primer lugar, cabe señalar que esta investigación se suma a lo que indican todos los estudios previos ya referenciados: el consumo de información es principalmente de carácter digital, con un protagonismo destacado de las redes sociales. Ahora bien, nuestro trabajo, centrado en el análisis del consumo informativo del individuo con una mirada global, nos permite comprobar que esa tendencia no tiene por qué suponer el abandono de los medios tradicionales. De hecho, domina la combinación de redes y medios. El conocimiento de una noticia se puede dar tanto en un entorno como en otro y, a continuación, la persona puede buscar más detalles en otros espacios. Desde esta perspectiva, puede afirmarse que los medios tradicionales siguen teniendo una función importante, a pesar de que también sea cierto que son objeto de fuertes críticas por parte de la juventud, especialmente por considerar que su contenido está manipulado y es sesgado. Los medios, aunque ya no son la fuente exclusiva de conocimiento de un tema, siguen siendo un espacio en el que comprobar la veracidad de un hecho o en el que contrastar diversidad de pareceres. De hecho, es un medio informativo el que consigue ser relevante en la dieta mediática de al menos 9 de las 25 personas entrevistadas. Nos referimos al canal público de noticias autonómico 3/24 (cadena de televisión informativa de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació).

En segundo lugar, las búsquedas personalizadas se realizan, sobre todo, en torno a temas que responden a un alto interés personal y, de hecho, existe una tendencia a que esos asuntos acaben siendo pilares básicos en el proyecto de vida del individuo (profesión escogida, estilo de vida, comportamiento como consumidor, etcétera), convirtiéndose así en una especie de reto personal. En el caso del colectivo LGTBI, esto se refleja en un notable interés compartido por seguir la actualidad política relacionada con la lucha feminista y el movimiento *queer*. Es importante tener en cuenta este aspecto, pues estas preferencias sobre temas tan específicos encajan muy bien con el funcionamiento de las recomendaciones algorítmicas y, de ahí, que la curaduría algorítmica tienda a percibirse de forma positiva como una herramienta eficaz.

Al tratarse de un trabajo cualitativo, este ha servido para perfilar tendencias y líneas de estudio basadas en la experiencia informativa real. De cara a un futuro, sería interesante indagar sobre, por un lado, si el uso que se da a los medios tradicionales se diferencia claramente del que se da a otros recursos empleados como fuentes informativas y, por otro, si se le exige más a la figura del periodista profesional que a los *influencers*. Sería relevante profundizar sobre si en el reconocimiento de los *influencers* como líderes de opinión entran en juego aspectos y valores asociados tradicionalmente a la práctica periodística (objetividad, conocimiento, documentación previa, capacidad de análisis, etcétera) y de qué manera su retórica puede ser ambigua en relación con el posicionamiento ideológico y presencia de sesgos. Por último, dado el crecimiento del número de redes sociales, también sería oportuno indagar acerca de la finalidad y valores que la audiencia destina a cada una de ellas. Así, por ejemplo, a pesar de que algunos informes de referencia en el sector, como es el caso del Digital News Report España (Reuters Institute, 2024), tratan TikTok como fuente emergente de información –con un tono preocupante por la baja calidad periodística de los vídeos que se viralizan–, en nuestro trabajo de campo su presencia ha sido simbólica y, por tanto, sería oportuno seguir ahondando en esta cuestión desde una perspectiva diacrónica.

Son muchos los temas de interés que aparecen, pero lo cierto es que este trabajo cualitativo sobre el consumo informativo juvenil nos ha permitido observar que el periodismo está presente en la dieta mediática informativa de la juventud y que esta tiene una opinión formada sobre esta profesión, lo que da cuenta de que forma parte de sus preocupaciones. Esta interpretación refuerza nuestro interés por seguir pensando estrategias que contribuyan a que el periodismo gane atractivo entre la juventud. Para empezar, y en línea con los retos teóricos y metodológicos que el ecosistema digital genera a quienes nos dedicamos a la investigación, nos planteamos repensar qué hace que el individuo perciba que está correctamente informado. Nos preguntamos qué es estar informado hoy en día.

6. Financiación y apoyos

Este estudio es una acción fruto del proyecto «Polarización social e interculturalidad: el seguimiento de la actualidad política por parte de la juventud migrante y autóctona desde una mirada interseccional (POINTAP)» (PID2021-125032OB-I00), aprobado en la convocatoria 2021 «PROYECTOS DE GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO», en el marco del Programa Estatal para impulsar la Investigación Científico-Técnica y su Transferencia, Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023.

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1, 2 y 3.
- Curación de datos: Autor 1.
- Análisis formal: Autor 1, 2 y 3.
- Adquisición de fondos: Autor 1.
- Investigación: Autor 1, 2 y 3.
- Metodología: Autor 1 y 3.
- Administración del proyecto: Autor 1.
- Recursos: Autor 1.
- Software: Autor 1.
- Supervisión: Autor 1, 2 y 3.
- Visualización: Autor 1, 2 y 3.
- Redacción: Autor 1, 2 y 3.

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se utilizó inteligencia artificial para ningún aspecto del mismo.

Semblanza de las autoras

Amparo Huertas-Bailén es profesora titular en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Directora del Instituto de la

Comunicación (InCom-UAB). Responsable del Grupo Internacional de Estudio sobre Comunicación y Cultura (2021SGR-00179). Coordinadora de la Cátedra UNESCO de Comunicación. Directora de la revista *Quaderns del CAC* del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Entre sus publicaciones destacan los libros *La audiencia investigada* (Gedisa, 2002) y *Yo soy audiencia: ciudadanía, público y mercado* (Editorial UOC, 2015).

Ana González-Neira es profesora titular en la Facultad de Comunicación de la Universidade da Coruña. Doctora en Periodismo, licenciada en la misma disciplina y también en Ciencias Políticas. Su labor docente e investigadora se centra en las nuevas audiencias televisivas y en la historia de los medios de comunicación. Ha escrito varios capítulos de libros, así como artículos en revistas indexadas. Ha sido investigadora visitante en la Universidad Nacional Autónoma de México, la Università della Sapienza (Roma) y la Università Cattolica del Sacro Cuore de Milán.

Natalia Quintas-Froufe es profesora agregada en la Universidade da Coruña. Es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y doctora en Publicidad por la Universidad de Vigo. Actualmente, sus principales líneas de investigación se centran en los nuevos formatos publicitarios y en el estudio de las nuevas audiencias televisivas. Ha publicado diversos artículos en revistas nacionales e internacionales sobre estas temáticas. Ha sido investigadora visitante en la Università Cattolica del Sacro Cuore, la Universidade Católica Portuguesa y la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Referencias

- Aguado, J. M. (2020). *Mediaciones ubicuas: ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público*. Editorial Gedisa.
- Anter, L., & Kümpel, A. S. (2023). Young adults' information needs, use, and understanding in the context of Instagram: A multi-method study. *Digital Journalism*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2211635>
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Barrios-Rubio, A. (2024). Information Consumption Habits of Young Colombian University Students. *Journalism and Media*, 5(3), 915-932. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030058>
- Blanco Alfonso, I., Solano Altaba, M., & Rodríguez Luque, C. (2024). Actitudes, sesgos cognitivos y sentimientos ante la desinformación a través de redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 467-475. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.96800>
- Boulianne, S., Hoffmann, C. P., & Bossetta, M. (2024). Social media platforms for politics: A comparison of Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Snapchat, and WhatsApp. *New Media & Society*, 27(11), 6006-6037. <https://doi.org/10.1177/14614448241262415>
- Catalina-García, B., García-Jiménez, A., & Paniagua-Santamaría, P. (2021). Percepción del consumo de noticias en línea y de las prácticas relacionadas a ellas por parte de los jóvenes de la Comunidad de Madrid (España). *Cuadernos.info*, (50), 22-44. <https://doi.org/10.7764/cdi.50.27513>
- Cazorla, A., Montabes, J., & López-López, P. C. (2022). Medios de comunicación, información política y emociones hacia partidos políticos en España. *Revista Española de Ciencia Política*, (58), 83-109. <https://doi.org/10.21308/recp.58.03>

- Chadwick, A., Vaccari, C., & O'Loughlin, B. (2018). Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. *New Media & Society*, 20(11), 4255-4274. <https://doi.org/10.1177/1461444818769689>
- Chen, H.-T., Kim, Y., & Chan, M. (2021). Just a glance, or more? Pathways from counter-attitudinal incidental exposure to attitude (de)polarization through response behaviors and cognitive elaboration. *Journal of Communication*, 72(1), 83-110. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab046>
- Cortés-Quesada, J. A., Barceló Ugarte, T., & Fuentes-Cortina, G. (2023). El consumo audiovisual de los Millennials y la Generación Z: preferencia por los contenidos snackables. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (36), 303-320. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1687>
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2021). *Changing news use: Unchanged news experiences?*. Routledge.
- Couldry, N., Livingstone, S., & Markham, T. (2007). *Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention*. Palgrave Macmillan.
- de Mattos, F. S. (2023). Plataformização das Notícias: análise dos níveis de presença plataformizada dos media jornalísticos portugueses. *Contratexto*, (39), 23-49. <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39.6011>
- Díaz Arias, R. (2015). Curaduría periodística, una forma de reconstruir el espacio público. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (21), 61-80. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/51129>
- Díaz-Noci, J., & Pérez-Altable, L. (2023). Por qué evitamos las noticias. Algunas evidencias desde la desigualdad de acceso a la información digital en España. *Anuario ThinkEPI*, (17), e17a34. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a34>
- Drulă, G. (2024). Algorithms for online news production and audience. En C. Lambach (ed.), *Digital Media* (pp. 19-38) CIAC Editions. <https://doi.org/10.34623/1v4s-cs86>
- Duvekot, S., Valgas, C. M., de Haan, Y., & de Jong, W. (2024). How youth define, consume, and evaluate news: Reviewing two decades of research. *New Media & Society*, 0. <https://doi.org/10.1177/14614448241262809>
- Ekström, M., & Westlund, O. (2019). The dislocation of news journalism: A conceptual framework for the study of epistemologies of digital journalism. *Media and Communication*, 7(1), 259-270. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1763>
- Farias-Batlle, P., Córdoba-Cabús, A., & Gómez-Calderón, B. (2024). Jóvenes y redes sociales: Hábitos de consumo informativo y credibilidad de las noticias. *Comunicar*, 32(78), 155-165. <https://doi.org/10.58262/V32I78.13>
- Feio, C., & Oliveira, L. (2024). News consumption and political participation of young people in new media: A narrative literature review. *The Communication Review*, 28(1), 101-129. <https://doi.org/10.1080/10714421.2024.2419693>
- Fletcher, R. (2024). Actitudes hacia los algoritmos e impacto en las noticias. En Reuters Institute for the Study of Journalism (2023), *Digital News Report* (pp. 32-35). Reuters Institute. <https://goo.su/QIS9UM>
- Galais González, C. (Coord.) (2024). Participació i implicació política de la joventut catalana. Una anàlisi de l'Enquesta sobre generacions i participació de 2023. Generalitat de Catalunya. Departament de Drets Socials i Inclusió. <https://goo.su/uKV9G2>
- Gómez-Calderón, B., González-Cortés, M. E., & Farias Batlle, P. (2021). El uso informativo de las redes sociales por parte de los jóvenes: Un estado de la cuestión. En J. Segarra-Saavedra, J. Herrero-Gutiérrez & T. Hidalgo-Marí (Coords.), *De la universidad a la sociedad. Transferencia del conocimiento en el área de Comunicación* (pp. 209-220). Dykinson.

- Gómez-Escalonilla, G., & Barranquero, A. (2024). Investigación cualitativa en los estudios de comunicación: características, objetos y técnicas. *Profesional de la información*, 33(2), e330211. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0211>
- González-Oñate, C., Jiménez-Marín, G., & Sanz-Marcos, P. (2020). Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis de las audiencias millennials en la campaña electoral de España. *Profesional de la Información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.01>
- Goyanes, M., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2023). Antecedents of news avoidance: Competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and 'News Finds Me' perception. *Digital Journalism*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1990097>
- Hendrickx, J. (2024). 'Normal news is boring': How young adults encounter and experience news on Instagram and TikTok. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448241255955>
- Hendrickx, J., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Dissecting social media journalism: A comparative study across platforms, outlets and countries. *Journalism Studies*, 25(9), 1053-1075. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2324318>
- Huertas-Bailén, A., Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2024). La Participación de la Audiencia en los Metadatos de TikTok. *Comunicar*, 32(78), 82-92. <https://doi.org/10.58262/V32I78.7>
- Instituto de la Juventud (2024). La juventud en cifras: población. <https://goo.su/gMD8iEs>
- Lago Vázquez, D., Direito Rebolal, S., Rodríguez Vázquez, A. I., & López García, X. (2016). El consumo millennial de información política en televisión y redes sociales. Análisis de la campaña Elecciones Generales en España 2015. *Revista latina de comunicación social*, (71), 1151-1169. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1139>
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*, 20(2), 170-183. <https://doi.org/10.1177/1527476418811118>
- López Vidales, N., & Gómez Rubio, L. (2021). Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 543-552. <https://doi.org/10.5209/esmp.70170>
- López López, P. C., Mila Maldonado, A., & Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Uru: Revista De Comunicación Y Cultura*, (8), 69-89. <https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- Martin, J. D., & Sharma, K. (2022). Getting news from social media influencers and from digital legacy news outlets and print legacy news outlets in seven countries: The "more-and-more" phenomenon and the new opinion leadership. *Newspaper Research Journal*, 43(3), 276-299. <https://doi.org/10.1177/07395329221105507>
- Mellado, C., & Cruz, A. (2024). Navegando la sobrecarga informativa: Un estudio de distintos tipos de evitación de noticias entre las audiencias en Chile. *Cuadernos.Info*, (59), 48-70. <https://doi.org/10.7764/cdi.59.76243>
- Naciones Unidas. (1948, 10 de diciembre). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Palacios-López, M., Bonete-Vizcaíno, F., & Vázquez-Barrio, T. (2025). Impacto de los influencers políticos en la configuración de la opinión pública y la participación política en Instagram. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(23), raic122303. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.3>
- Palau-Sampio, D., & Carratalá, A. (2022). Injecting disinformation into public space: pseudo-media and reality-altering narratives. *Profesional de la información*, 31(3), e310312. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.12>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin.

- Peres-Neto, L., & Huertas Bailén, A. (2024). Pensar la relación entre comunicación y polarización política desde las epistemologías algorítmicas. Lecciones del Portal de la Comunicación (InCom-UAB), Universitat Autònoma de Barcelona. <https://goo.su/FhQzQi5>
- Reuters Institute (2024). *Digital News Report*. <https://goo.su/coxFN>
- Røsok-Dahl, H., & Ihlebæk, K. A. (2024). Young People and News: A Systematic Literature Review. *Journalism Studies*, 25(10), 1228-1248. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2372425>
- Salazar Rebolledo, G. (2024). Votar en tiempos de desinformación: nuevos patrones informativos y comportamiento electoral. *Estudios sociológicos*, (42), 1-18. <https://doi.org/10.24201/es.2024v42.e2538>
- Scheffauer, R., Goyanes, M., & Gil de Zúñiga, H. (2021). Beyond social media news use algorithms: How political discussion and network heterogeneity clarify incidental news exposure. *Online Information Review*, 45(3), 633-650. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2020-0133>
- Sierra, A. (2024a). WhatsApp desplaza a Facebook como red social informativa líder en España. En *Digital News Report España 2024* (pp. 94-101). Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. https://www.unav.edu/documents/98033082/0/DNR_2024.pdf
- Sierra, A. (2024b). Creciente desconexión informativa de los españoles: el 37 % evita las noticias, ocho puntos más que en 2023. En *Digital News Report España 2024* (pp. 86-92). Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. https://www.unav.edu/documents/98033082/0/DNR_2024.pdf
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>
- Swart, J., & Broersma, M. (2024). What feels like news? Young people's perceptions of news on Instagram. *Journalism*, 25(8), 1620-1637. <https://doi.org/10.1177/14648849231212737>
- Swart, J., Groot Kormelink, T., Costera Meijer, I., & Broersma, M. (2022). Advancing a radical audience turn in journalism. Fundamental dilemmas for journalism studies. *Digital Journalism*, 10(1), 8-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2024764>

Publicidad, alimentación e infancia en YouTube: mensaje comercial y su adecuación al Código PAOS

Advertising, food, and childhood on YouTube: commercial messages and their adaptation to the PAOS Code

Ana A. Lozano González

Centro Universitario San Isidoro | Calle Leonardo Da Vinci, 17B, 41092 Sevilla | España

 0000-0002-0725-5511 | alozano@centrosanisidoro.es

Fátima Rodríguez García

(Responsable de correspondencia)

Centro Universitario San Isidoro | Calle Leonardo Da Vinci, 17B, 41092 Sevilla | España

 0000-0001-5524-4780 | frodriguez@centrosanisidoro.es

Recepción 28/10/2025 · Aceptación 03/06/2025 · Publicación 15/10/2026

Resumen

El auge de los *kidsfluencers* y canales familiares en YouTube ha transformado el ecosistema comunicativo infantil, difuminando las fronteras entre entretenimiento y publicidad. Este estudio analiza la representación de los alimentos en los contenidos digitales dirigidos a menores y evalúa su adecuación a los principios del Código PAOS, marco de autorregulación de la publicidad alimentaria en España. El objetivo principal es identificar los mecanismos persuasivos y narrativos mediante los cuales los productos alimentarios se integran en los vídeos de YouTube, así como valorar su impacto comunicativo y ético. La investigación adopta un enfoque metodológico mixto, articulando un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo sobre una muestra de 113 vídeos publicados entre junio de 2024 y junio de 2025 en cuatro canales de amplia audiencia infantil (*Familink*, *Familia Amiguindy*, *Vanesa Basanta* y *Alejo Igoa*). Los resultados revelan una elevada presencia de productos ultraprocesados y marcas reconocibles, mayoritariamente integrados en contextos lúdicos o familiares sin señalización publicitaria explícita. Se constata un uso recurrente de estrategias emocionales, retos y narrativas de recompensa que naturalizan el consumo y dificultan su identificación como comunicación comercial. Asimismo, se observan carencias significativas en el cumplimiento de los criterios del Código PAOS, especialmente en materia de transparencia y protección del público infantil. El estudio concluye que los contenidos analizados actúan como vehículos de normalización del consumo en la infancia y subraya la necesidad de reforzar tanto la alfabetización mediática como la regulación efectiva de la publicidad en entornos digitales.

Palabras clave: infancia, publicidad, YouTube, Código PAOS, comunicación digital.

Cómo citar: Lozano González, A. A. y Rodríguez García, F. (2026). Publicidad, alimentación e infancia en YouTube: mensaje comercial y su adecuación al Código PAOS. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 149-168. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.08>



Abstract

The rise of kidsfluencers and family channels on YouTube has transformed the children's communication ecosystem, blurring the boundaries between entertainment and advertising. This study analyzes the representation of food in digital content aimed at minors and assesses its compliance with the principles of the PAOS Code, a self-regulatory framework for food advertising in Spain. The main objective is to identify the persuasive and narrative mechanisms through which food products are integrated into YouTube videos, as well as to assess their communicative and ethical impact. The research adopts a mixed methodological approach, combining quantitative and qualitative content analysis of a sample of 113 videos published between June 2024 and June 2025 on four channels with a large child audience (Familink, Familia Amiguindy, Vanesa Basanta, and Alejo Igoa). The results reveal a high presence of ultra-processed products and recognizable brands, mostly integrated into playful or family contexts without explicit advertising signage. There is a recurrent use of emotional strategies, challenges, and reward narratives that normalize consumption and make it difficult to identify as commercial communication. Likewise, significant shortcomings were observed in compliance with the PAOS Code criteria, especially in terms of transparency and protection of children. The study concludes that the content analyzed acts as a vehicle for normalizing consumption in childhood and highlights the need to strengthen both media literacy and effective regulation of advertising in digital environments.

Keywords: childhood, advertising, YouTube, PAOS Code, digital communication.

1. Introducción

La presencia de menores en plataformas digitales ha adquirido una relevancia creciente, no solo como audiencia, sino también como creadores y prescriptores de contenido. Los denominados *kidsfluencers* o canales familiares han transformado la comunicación publicitaria al difuminar las fronteras entre entretenimiento y promoción comercial. En estos espacios, los productos alimentarios suelen integrarse de forma natural en los relatos audiovisuales, generando una exposición constante a marcas y logotipos sin identificación publicitaria explícita (Coates et al., 2019). Esta dinámica se enmarca en un contexto en el que los niños y niñas actúan simultáneamente como consumidores y productores de contenido, lo que amplifica su vulnerabilidad frente a estrategias persuasivas digitales (Hudders et al., 2017).

Numerosos estudios evidencian que los menores no siempre reconocen la intencionalidad comercial de los contenidos digitales (Hudders et al., 2017; Zozaya Durazo et al., 2022). Esta dificultad se ve acentuada en plataformas como YouTube, donde la publicidad encubierta y los formatos de entretenimiento diluyen la capacidad crítica del menor para identificar el mensaje publicitario (De Jans et al., 2019; Núñez-Cansado et al., 2021). Según la teoría social cognitiva de Bandura (2001), durante la infancia se aprende por observación e imitación de modelos significativos, lo que explica el poder de influencia de los *youtubers* y *kidfluencers*. Estos creadores se perciben como figuras cercanas, capaces de generar vínculos parasociales que reducen la distancia emocional con la audiencia y favorecen una recepción poco crítica de los mensajes publicitarios integrados en los vídeos (Boerman & van Reijmersdal, 2020; Feijoo & Sádaba, 2022).

En el ámbito alimentario, la evidencia científica confirma que la exposición a contenidos de *influencers* tiene un impacto directo en los hábitos de los menores, llegando a incrementar la ingesta de productos ultraprocesados tras el visionado, incluso cuando existían advertencias de patrocinio (Coates et al., 2019). Este fenómeno, vinculado al *advergaming* y al marketing de influencia alimentaria, preocupa

por su potencial para reforzar patrones de consumo poco saludables (Alruwaily et al., 2020; Castelló-Martínez & Tur-Viñes, 2021).

En el contexto español, este fenómeno motivó la creación del denominado *Código PAOS (Publicidad, Alimentación, Obesidad y Salud)*, un acuerdo de autorregulación creado en 2005 y reformulado en 2012 para extender su aplicación a Internet y a menores de hasta 15 años (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, 2012). Este código establece principios de veracidad y responsabilidad, prohibiendo prácticas que exploten la ingenuidad infantil o fomenten el consumo excesivo. La aparición de nuevos formatos híbridos, como el *branded content* o la integración espontánea de productos en vídeos de entretenimiento, ha ampliado la exposición de los menores a mensajes comerciales de difícil control. Estas prácticas diluyen las fronteras entre contenido orgánico y comunicación persuasiva, al presentar los productos como parte natural del relato audiovisual. Núñez-Cansado et al. (2021) evidencian que los *kidsfluencers* incorporan menciones y marcas en sus vídeos sin la debida señalización comercial, generando una forma de publicidad encubierta.

En España, informes como el realizado por la Gasol Foundation en colaboración con el Ministerio de Consumo (2023) confirman la magnitud de esta exposición: más del 80 % de la población infantil y adolescente de entre 8 y 16 años reconoce ver con frecuencia publicidad de productos no saludables en redes sociales. Estos datos coinciden con otras investigaciones que advierten que la publicidad encubierta en plataformas digitales influye de forma significativa en las preferencias alimentarias de los menores (Coates et al., 2019; De Jans et al., 2019).

Desde una perspectiva comunicativa, la interacción activa de los y las menores con los contenidos fomenta la fidelización de marca y el deseo de reproducir los comportamientos observados. Zozaya Durazo et al. (2022) destacan que la relación emocional entre *influencer* y seguidor incrementa la aceptación de mensajes persuasivos y dificulta su identificación como publicidad. Este proceso puede prolongarse en la vida adulta, consolidando preferencias de marca y hábitos de consumo. Asimismo, se refuerza el denominado *pester power*, mediante el cual los niños y niñas influyen en las decisiones de compra familiares al solicitar productos vistos en redes (Buijzen & Valkenburg, 2008).

Frente a este contexto, resulta prioritario promover competencias críticas que permitan a los menores identificar los fines persuasivos de los contenidos. Garmendia et al. (2018) destacan que el desarrollo de habilidades digitales y mediáticas resulta esencial para reducir la vulnerabilidad de la infancia. Complementariamente, De Jans et al. (2019) evidencian que las intervenciones educativas entre pares, junto con la transparencia en la identificación de los patrocinios, mejoran la capacidad de la población adolescente para reconocer la intención comercial de los contenidos que visualizan.

Aunque la influencia digital también puede tener un potencial educativo, las investigaciones disponibles señalan que su aprovechamiento depende de fortalecer la alfabetización mediática y publicitaria, de modo que desde la infancia se desarrollen competencias críticas para reconocer los contenidos patrocinados y gestionar de forma responsable la comunicación persuasiva (Feijoo & Sádaba, 2022; Tur-Viñes et al., 2018).

Ante estas perspectivas, el objeto de estudio de la presente investigación se centra en la intersección entre el entretenimiento digital y la comunicación comercial, analizando la representación de los alimentos en canales de YouTube de gran impacto infantil y familiar. El estudio busca dar respuesta

a las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué tipología de productos alimentarios predomina en las narrativas de los canales líderes y en qué contextos de consumo se naturalizan?; ¿de qué manera las estrategias visuales, emocionales y el uso de miniaturas construyen un discurso que apela a la validación social y al éxito a través de la comida?; y, finalmente, ¿en qué medida el contenido generado por estos *influencers* se ajusta a los principios éticos del Código PAOS o, por el contrario, incurre en prácticas de publicidad encubierta que explotan la vulnerabilidad cognitiva del menor? Estas interrogantes pretenden no solo radiografiar el panorama actual del marketing alimentario en YouTube, sino también evaluar la eficacia de los marcos regulatorios vigentes frente a la sofisticación de los nuevos formatos digitales.

2. Marco teórico/Estado del arte

2.1. Publicidad y menores en el entorno digital: imitación, viralidad y referencias espontáneas

En los canales infantiles de YouTube es frecuente encontrar referencias a marcas comerciales que no responden a campañas planificadas ni a acuerdos publicitarios explícitos. Estos contenidos, producidos habitualmente por *kidsfluencers* o familias creadoras, integran productos en sus vídeos de manera aparentemente natural, ya sea porque forman parte de la vida cotidiana, porque imitan tendencias de otros creadores o porque buscan incrementar su viralidad. Diversos estudios han demostrado que este tipo de inserciones son comunes y que la población infantil queda expuesta a un volumen significativo de productos y logotipos en contextos de entretenimiento (Alruwaily et al., 2020; Boerman & van Reijmersdal, 2020).

La visibilidad de marcas en los canales infantiles sin una intencionalidad por parte de las compañías responde, en gran parte, a la imitación de formatos virales. Los creadores reproducen dinámicas populares centradas en productos de consumo para aumentar la interacción y visibilidad, exponiendo a los menores a marcas sin acuerdo publicitario explícito. Neira-Placer y Visiers (2023) y Fernández-Gómez et al. (2022) muestran cómo los *kidsfluencers* integran productos en contextos lúdicos que naturalizan la presencia comercial. Al no advertirse su carácter publicitario (López Bolás et al., 2022a), los niños y niñas procesan estas apariciones como parte del entretenimiento, reforzando una recepción automática y poco crítica de los mensajes (Boerman & van Reijmersdal, 2020).

Este fenómeno normaliza la presencia de marcas en el ocio digital infantil y plantea desafíos regulatorios relevantes, al situarse en un área gris entre el contenido orgánico y la publicidad identificada. De ahí que diferentes investigaciones subrayen la necesidad de prestar mayor atención a este tipo de exposiciones, pues su carácter no declarado las convierte en una modalidad de comunicación comercial especialmente persuasiva para la audiencia infantil (Hudders et al., 2017; Núñez-Cansado et al., 2021; Castelló-Martínez & Tur-Viñes, 2021). Esta falta de transparencia comunicativa en los nuevos formatos híbridos de YouTube dificulta que el menor active sus filtros críticos, delegando en la autorregulación una responsabilidad que, a menudo, resulta insuficiente para proteger sus derechos (Zozaya Durazo et al., 2022; Tur-Viñes et al., 2018).

2.2. El Código PAOS y su aplicabilidad en las nuevas plataformas

Consciente de la influencia de la publicidad de alimentos en los hábitos infantiles, España implementó en 2005 el *Código PAOS (Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud)*. Se trata de un acuerdo de correulación entre autoridades sanitarias, la industria alimentaria y los medios de comunicación, que establece un conjunto de normas éticas para reducir la presión comercial sobre el público infantil y mejorar la calidad de los mensajes publicitarios dirigidos a este colectivo (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, 2012). El código, centrado en menores de 12 años y medios tradicionales, ha sido actualizado en varias ocasiones: en 2009 se suscribió un convenio con televisiones para asegurar su cumplimiento en franjas infantiles y, en 2012, se revisó para extender su aplicación a Internet y a menores de hasta 15 años. En esencia, el Código PAOS prohíbe o limita prácticas como fomentar el consumo excesivo, explotar la ingenuidad infantil o utilizar personajes populares para promover comida no saludable, buscando así prevenir la obesidad y promover hábitos sanos desde la infancia (AESAN, 2012).

No obstante, la eficacia del mismo frente a las nuevas plataformas digitales ha sido cuestionada. En entornos como YouTube, redes sociales o videojuegos en línea, la publicidad dirigida a menores adopta formas menos convencionales que escapan al marco tradicional de autorregulación. Estudios como el de Castelló-Martínez y Tur-Viñes (2021) han revelado que las marcas de alimentación mantienen una presencia significativa en contenidos dirigidos a la infancia, lo cual tensiona los límites del sistema autorregulatorio vigente.

Según López-Martínez et al. (2024), casi el 45 % de los adolescentes entre 11 y 17 años reconoce haber visto de forma habitual promociones de alimentos poco saludables protagonizadas por *influencers* en redes sociales. Esta exposición ocurre a pesar de las restricciones teóricas del Código PAOS, lo que evidencia una brecha entre la norma y la realidad de los hábitos mediáticos infantiles. Para estos autores, las medidas voluntarias no bastan para reducir la exposición de los menores a productos alimenticios inapropiados, y abogan por reforzar la alfabetización publicitaria, así como por implementar normativas más efectivas (López-Martínez et al., 2024). La investigación de López Bolás et al. (2022b) coincide en que la responsabilidad no puede recaer únicamente en la industria ni en la incipiente capacidad crítica de los menores; se requiere una combinación de mayor vigilancia institucional y sanciones ante la publicidad encubierta ilícita, junto con una educación mediática sólida.

Esta distancia entre el marco normativo y las prácticas reales de comunicación alimentaria infantil justifica la necesidad de un análisis que permita evaluar el alcance y las formas de representación de los alimentos en plataformas digitales.

3. Metodología

El objeto del estudio es analizar la representación de los alimentos en los canales digitales dirigidos a la infancia, tomando como eje la plataforma YouTube y su relevancia como espacio de socialización y consumo mediático. Se parte de la premisa de que los contenidos producidos por *youtubers* infantiles o familiares actúan como vehículos simbólicos donde se entrelazan el entretenimiento, la cotidianeidad y la comunicación comercial. El propósito es examinar cómo se construyen los mensajes en torno a la comida, qué recursos visuales y narrativos se utilizan, y en qué medida estos discursos se ajustan,

o se alejan, de las directrices del Código PAOS. El interés de la investigación reside en identificar los mecanismos persuasivos presentes en los vídeos y su potencial influencia en la configuración de hábitos y significados sobre la alimentación infantil.

Así, buscando dar respuesta a las preguntas de investigación, los objetivos específicos son:

1. Explorar la representación de alimentos y marcas en los canales de YouTube dirigidos a menores, identificando los tipos de productos más presentes y los contextos en los que se integran.
2. Analizar las estrategias discursivas, visuales y emocionales empleadas para incorporar los productos alimentarios en las narrativas, prestando atención a la naturalización del consumo y al grado de transparencia comunicativa.
3. Evaluar la adecuación de estos contenidos a los principios éticos y normativos del Código PAOS.
4. De forma complementaria, el trabajo pretende contribuir al debate académico sobre la comunicación responsable en entornos digitales, ofreciendo evidencias que permitan reflexionar sobre la eficacia de los mecanismos actuales de autorregulación y sobre la necesidad de reforzar la alfabetización mediática y publicitaria en edades tempranas.

Para su consecución, se adopta una metodología de carácter mixto, articulada en torno a un análisis de contenido sistemático y una fase de relación de los datos extraídos con el Código PAOS. El análisis de contenido constituye el eje central del trabajo y se apoya en una ficha de codificación diseñada *ad hoc*, que permite observar tanto dimensiones cuantitativas como cualitativas de los mensajes. La ficha se estructuró en cinco bloques que integran variables cuantitativas y cualitativas. El primero, de información general, identifica los datos básicos de cada vídeo (canal, título, duración, URL y declaración publicitaria). El segundo analiza el contenido, registrando las marcas presentes, el tipo de producto, su visibilidad, consumo en pantalla y contexto narrativo. El tercero valora el cumplimiento del Código PAOS, evaluando aspectos éticos, persuasivos y de adecuación infantil. El cuarto examina la imagen de miniatura, atendiendo a su composición visual y apelación emocional. Finalmente, el quinto bloque mide el *engagement* mediante indicadores de interacción (*likes*, visualizaciones, comentarios) y un análisis cualitativo de las reacciones del público.

Se trata del instrumento principal de recopilación de datos y fue sometida a validación por parte de dos doctores en comunicación con amplia experiencia en análisis del discurso tanto publicitario como audiovisual. La validación de expertos permitió mejorar la relevancia de las variables definidas, así como reducir posibles sesgos en el planteamiento metodológico.

Con el fin de asegurar la trazabilidad de la investigación y facilitar su replicabilidad, se ha depositado la documentación técnica del estudio (matriz de datos, ficha de codificación y base de datos completa) en la plataforma OSF, accesible a través de la siguiente dirección: <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/9KPZ6>

El universo de análisis se compone de cuatro canales de gran alcance y consumo habitual entre el público infantil: *Familink*, *Familia Amiguindy*, *Vanesa Basanta* y *Alejo Igoa*. La selección de estos canales se realizó mediante un muestreo intencional atendiendo a tres criterios principales: alta audiencia y suscripción, regularidad en la publicación de contenidos y presencia continuada de menores o dinámicas familiares. Sobre este universo se aplicó un recorte temporal de un año, comprendido entre el 1 de junio de 2024 y el 1 de junio de 2025. Se incluyeron los vídeos publicados durante ese periodo que presentaran referencias explícitas o implícitas a la comida en el título o la miniatura, así

como aquellos que atendiendo a los mismos criterios pertenecían a los cien vídeos más populares. La muestra final quedó conformada por 113 vídeos, cuya duración total asciende a 33 horas, 5 minutos y 5 segundos de contenido analizado.

Los datos obtenidos se procesaron mediante un análisis descriptivo de frecuencias y distribuciones, complementado con observaciones interpretativas sobre los patrones discursivos y simbólicos identificados. Paralelamente, los datos obtenidos se contrastaron con los principios del Código PAOS (AESAN, 2012), permitiendo valorar el grado de cumplimiento ético y la presencia de posibles mensajes que pudieran inducir a error nutricional, explotar la ingenuidad infantil o asociar la alimentación con éxito, felicidad o recompensa emocional.

4. Resultados

Para una mejor comprensión de los resultados, este análisis se articula en torno a tres ejes principales. Por un lado, la representación alimentaria, las marcas y los contextos de consumo; en segundo lugar, las estrategias discursivas, visuales y emocionales utilizadas por los creadores de contenido analizados; por último, la adecuación al Código PAOS del corpus analizado.

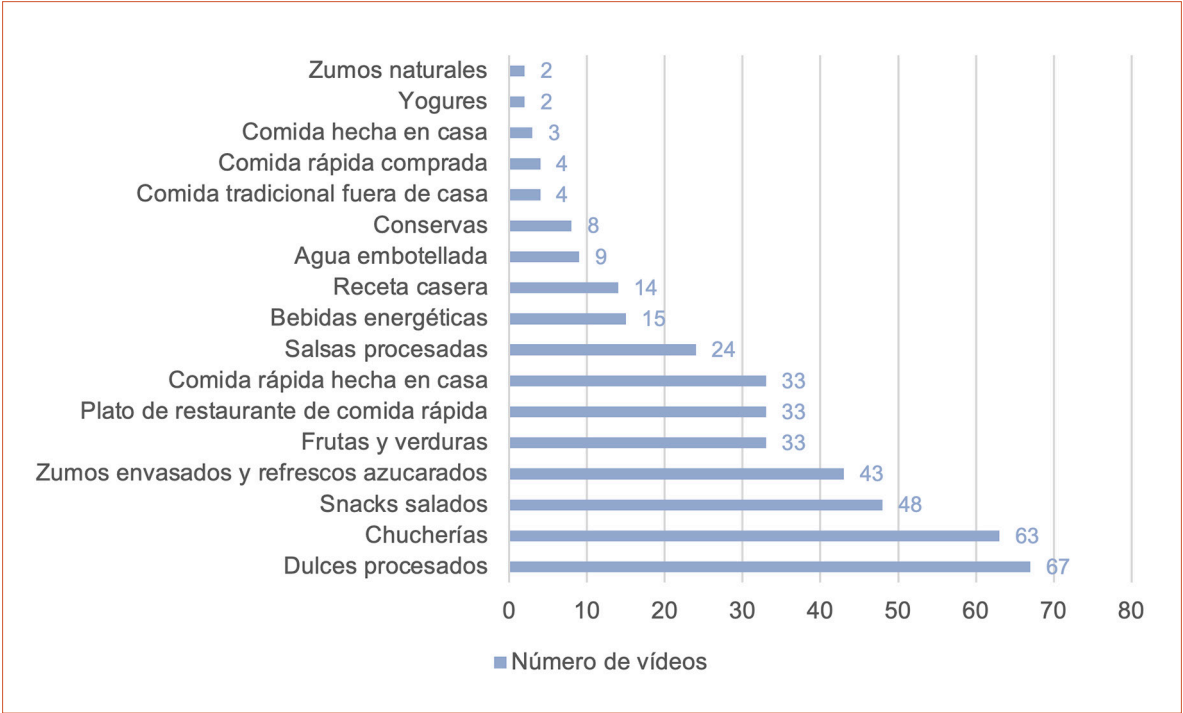
4.1. Representación alimentaria, marcas y contextos de consumo

En el conjunto de 113 vídeos analizados, la representación alimentaria se organiza en torno a un núcleo recurrente de comida rápida y distintas combinaciones de dulces procesados, chucherías y aperitivos salados, con presencia frecuente de zumos envasados y refrescos azucarados. Las categorías “saludables” aparecen de forma minoritaria y, a menudo, copresentes con opciones menos saludables. En sentido inverso, las ausencias o presencias residuales de agua embotellada, zumos naturales, conservas y comida tradicional evidencian aún más el sesgo hacia lo ultraprocesado.

Las alusiones a alimentos saludables, tal y como puede observarse en la Figura 1, son escasas y, cuando aparecen, suelen integrarse en dinámicas de contraste o humor, pero raramente con un valor positivo o aspiracional. En los canales familiares, las menciones a la comida sana aparecen subordinadas a la lógica del reto. El tono general oscila entre la neutralidad y la burla, mientras que los alimentos ultraprocesados se asocian de forma sistemática al placer. Este desequilibrio emocional en la representación alimentaria refuerza la naturalización de los productos altamente procesados y desplaza el discurso saludable a un segundo plano.

El top-3 de categorías por canal, en la Tabla 1, muestra para *Familink*, presencia de platos de restaurante de comida rápida, dulces procesados, zumos envasados y refrescos azucarados y chucherías. En el caso de *Vanesa Basanta*, el protagonismo lo toman los dulces procesados, y los snacks salados, seguidos de frutas y verduras y comida casera. En el canal *Familia Amiguindy*, tienen especial presencia los dulces procesados, chucherías y snacks salados. Finalmente, el mensaje de *Alejo Igoa* destaca por encima de otros grupos de alimentos las chucherías, los dulces procesados y los zumos envasados y refrescos azucarados. Se observa, por tanto, un claro sesgo hacia lo ultraprocesado y una presencia residual de alimentos saludables, que a menudo se presentan bajo las dinámicas de burla o retos ya mencionadas, en lugar de valores positivos.

Figura 1
Tipos de alimentos más representados



Fuente. Elaboración propia a partir del corpus analizado.

Tabla 1
Top-3 de tipos de alimentos por canal analizado

Canal	Categoría de Alimento	Frecuencia (Vídeos)	Porcentaje (%)
Familink	Comida rápida (restaurante)	13	48,15 %
	Dulces procesados	12	44,44 %
	Zumos y refrescos	11	40,74 %
	Chucherías	11	40,74 %
Vanesa Basanta	Dulces procesados	15	62,50 %
	Snacks salados	15	62,50 %
	Frutas y verduras / Comida casera	10	41,66 %
Familia Amiguindy	Dulces procesados	20	66,66 %
	Chucherías	16	53,33 %
	Snacks salados	13	43,33 %
Alejo Igoa	Chucherías	24	75,00 %
	Dulces procesados	20	62,50 %
	Zumos envasados y refrescos	16	50,00 %

Fuente. Elaboración propia a partir del corpus analizado.

En cuanto a la presencia de marcas con papel principal, 20 vídeos (17,9 %) no muestran ninguna marca; 31 (27,7 %) se centran en una marca; siete (6,3 %) se centran en dos; un vídeo (0,9 %) en tres; y en 53 (47,3 %) la visibilidad se reparte entre más de tres marcas. Este panorama sugiere que, aunque la aparición de marcas es habitual, rara vez se explicita como contenido comercial. De los 113 vídeos analizados, tan solo uno indica una colaboración pagada con las marcas que allí aparecen.

En términos de visibilidad, como puede verse en la Tabla 2, el top-10 de marcas suma un total de 155 apariciones, destacando Coca-Cola (28), McDonald's (23) y Oreo (22) como las más frecuentes. Aunque el repertorio total es muy amplio y fragmentado, con 229 marcas distintas registradas, la presencia de estas diez marcas de alcance global del sector de ultraprocesados y comida rápida evidencia una saturación publicitaria dominada por unos pocos actores principales y una tendencia hacia alimentos de escaso valor nutricional.

Tabla 2

Top-10 de marcas por número de apariciones frente al repertorio total de marcas de alimentación

Top-10 marcas	Número de apariciones
Coca-Cola	28
McDonald's	23
Oreo	22
Doritos	17
Pringles	16
KitKat	11
Fanta	10
Nutella	10
Burger King	9
Fini	9
Total apariciones top-10	155
Total de marcas registradas	229

Fuente. Elaboración propia a partir del corpus analizado.

En cuanto al contexto en el que se produce el consumo, el 67,25 % de los vídeos desarrollan el consumo de alimentos en casa y un 20,35 % en el exterior. Otros contextos son menos frecuentes, como las vacaciones (6,19 %), la escuela (1,78 %) y un pequeño conjunto de otras situaciones con escasa representación (4,25 %).

4.2. Estrategias discursivas, visuales y emocionales empleadas

Con respecto a la manera en la que los productos son integrados en los vídeos, en los 113 vídeos del corpus el alimento siempre es visible y en casi todos se consume en cámara (95,58 %), lo que convierte la comida en acción narrativa, no en simple atrezzo. Ahora bien, el modo de integrar las marcas varía: en el 61,95 % hay mención explícita, mientras que en el 38,08 % la exposición es implícita, pues

está presente, pero no verbalizada. Esta combinación refuerza la naturalización del consumo (por la ingesta en pantalla) y, a la vez, difumina la percepción publicitaria cuando no se nombra.

En el 84,07 % de los vídeos el alimento aparece vinculado a momentos familiares o de celebración, especialmente en los canales de corte doméstico como *Vanessa Basanta* y *Familia Amiguindy*, donde el consumo se integra en dinámicas de convivencia, humor o unión.

Por canales, se distinguen dos lógicas. *Familink* opera con una integración explícita intensa (mención en el 92,59 % de sus piezas y consumo en 100 %), maximizando el “doble impacto” visual + verbal. *Vanessa Basanta* y *Familia Amiguindy* muestran un patrón mixto: mención moderada (58,33 % y 56,67 %, respectivamente) pero consumo en el 100 %. *Alejo Igoa* recurre más a la exposición no verbalizada (56,25 %) y concentra los únicos casos sin consumo (15,62 %), lo que sugiere una integración más situacional de producto.

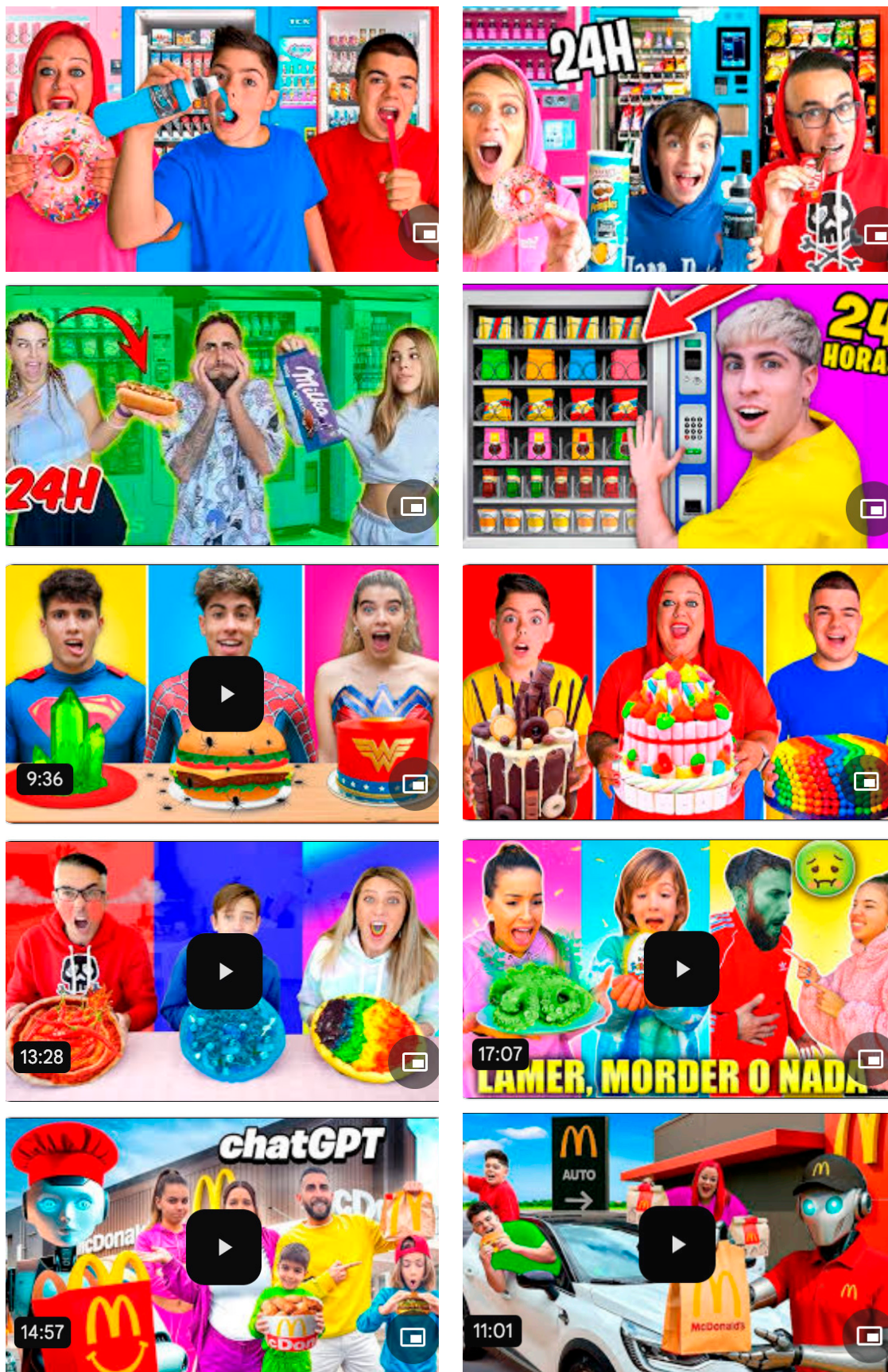
A nivel visual, el análisis de las miniaturas de los vídeos ofrece un indicio adicional sobre la naturaleza del contenido. Tal y como se muestra en los ejemplos incluidos en la Figura 2, la mayoría reproducen fórmulas visuales estandarizadas, como gestos de sorpresa o exageración, colores saturados, títulos en tipografía infantil y presencia de alimentos en tamaño desproporcionado. Estos recursos son repetidos en todos los canales analizados. Se observaron patrones visuales altamente recurrentes, especialmente el uso de miniaturas divididas en tercios, personajes con camisetas de colores intensos y expresiones de asombro. La comida adopta un rol escenográfico, asociada al entretenimiento más que a la nutrición, y las marcas, aun siendo visibles, carecen de protagonismo narrativo. *Familink* y *Familia Amiguindy* replican incluso esquemas idénticos de composición y color, mientras *Alejo Igoa* introduce variaciones juveniles en torno al humor o el disfraz.

La homogeneidad visual observada se prolonga en el plano narrativo, donde también se repiten fórmulas. Se detectan siete estrategias diferenciadas para vincular el producto a la narración, aunque no todas emergen con la misma intensidad, tal y como puede apreciarse en la Figura 3. La utilización de un juego en torno al producto es la técnica más repetida, apareciendo 96 de los 113 vídeos del corpus. En 59 se articula, además, un relato emocional. Esta dupla convierte al alimento en actividad y lo asocia a experiencias positivas. Otros recursos son más puntuales: *unboxings* y demostraciones, recompensas a alguno de los protagonistas por consumir el producto, utilización de lenguaje apelativo o el uso de personajes.

Como se detalla en la Tabla 3, la utilización de recursos narrativos es consistente entre los canales analizados, consolidándose los retos y el *storytelling* como las estrategias principales. *Vanessa Basanta* articula sus contenidos casi exclusivamente en torno a juegos y desafíos, con una presencia menor del relato y una ausencia notable de recursos comerciales directos como *unboxings* o jingles. Por el contrario, *Familink* destaca como el canal más gamificado, integrando con frecuencia incentivos o premios vinculados al consumo de productos. Por su parte, tanto *Familia Amiguindy* como *Alejo Igoa* presentan un equilibrio mayor entre el reto y el relato, siendo este último el perfil que más diversifica sus recursos mediante el uso de personajes, lenguaje apelativo y técnicas de *unboxing*.

Figura 2

Ejemplo de patrones visuales recurrentes en las miniaturas de los vídeos analizados



Fuente. Elaboración propia a partir de los canales de YouTube analizados.

Figura 3

Estrategias de incorporación del producto a la narración



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3

Utilización de recursos narrativos en los distintos canales analizados

Recurso / Estrategia	Vanessa Basanta	Familink	Familia Amiguindy	Alejo Igoa
Juegos y Retos	83,33%	96,29%	83,33%	78,12%
Storytelling (Relato)	33,33%	44,44%	63,33%	62,50%
Unboxings	-	22,22%	26,66%	25,00%
Uso de Personajes	-	-	-	28,12%
Lenguaje Apelativo	-	-	20,00%	21,87%
Incentivos/Premios	-	40,74%	-	-

Fuente. Elaboración propia a partir del corpus analizado.

Además, los vídeos fueron clasificados en cinco géneros que se mostraron permeables entre sí: entretenimiento, vídeo educativo, *vlog*, humor y retos. De este modo, con frecuencia los vídeos pudieron ser clasificados en más de una de estas categorías, no excluyentes. La tipología reto es la más frecuente, con 89 vídeos (78,76 %), seguida de entretenimiento con 82 (72,56 %), humor con 32 (28,32 %), *vlog* con 12 (10,62 %) y el enfoque educativo con 3 casos sobre el total (2,65 %). Por canales, *Familink* y *Familia Amiguindy* muestran mayor presencia del género reto en su repertorio (92,59 % y 83,33 %, respectivamente), mientras que *Vanessa Basanta* reparte su perfil entre entretenimiento (70,83 %) y reto (62,50 %), con humor como apoyo (33,33 %). *Alejo Igoa* presenta la mezcla más variada: entretenimiento (81,25 %) y reto (75,00 %) conviven con el mayor uso de humor (56,25 %) y *vlog* (28,13 %).

En lo relativo al tono del lenguaje empleado, los datos son muy similares en todos los canales. Se detecta un uso generalizado de un lenguaje cercano, sencillo y emocionalmente estimulante. El lenguaje simple o infantilizado está presente en el 93,81 % de los vídeos, mientras que el lenguaje informal o coloquial alcanza un 95,58 %, lo que confirma una comunicación diseñada para resultar accesible.

Entre los recursos de intensificación, destacan las expresiones hiperbólicas, que aparecen en más de la mitad de los vídeos (54,87 %) y refuerzan la entusiasta presentación del producto. El lenguaje imperativo y las palabras asociadas a felicidad o éxito personal son menos frecuentes (8,85 % y 7,08 %, respectivamente), pero su presencia es significativa al vincular el consumo con deseo, pertenencia y recompensa. Sí es importante destacar que prácticamente la totalidad de los vídeos utilizan un lenguaje de tipo exhortativo, pero no vinculado al consumo del producto, sino al propio canal, potenciando su crecimiento en la red social.

Se aprecia un patrón homogéneo en el uso de lenguaje simple e informal, aunque con matices en la intensidad emocional. *Familink* presenta el mayor grado de formulación hiperbólica (88,89 %) y es también el que más apela a la felicidad o al éxito personal (18,52 %). *Vanesa Basanta* y *Alejo Igoa* alcanzan niveles muy altos en lenguaje simple e informal (100 %), pero moderan la exaltación (54,17 % y 40,63 %) y apenas utilizan fórmulas imperativas vinculadas con el consumo del producto o asociadas al éxito. Familia *Amiguindy*, por su parte, mantiene un tono igualmente accesible, aunque con un estilo más templado y descriptivo, en el que la exageración (40 %) y la apelación al éxito (6,67 %) aparecen de manera más ocasional.

Con respecto a la interacción con la audiencia, el examen de las métricas refuerza el alcance masivo y el componente emocional. Las visualizaciones oscilan entre los tres y 70 millones por vídeo. En el caso del canal con más seguidores, *Alejo Igoa*, se supera además el millón de *likes* en varias de sus publicaciones. En los canales familiares (*Familink* y Familia *Amiguindy*), las cifras se sitúan entre tres y seis millones de visualizaciones, con un promedio de entre 100.000 y 250.000 *likes* y entre 3.000 y 7.000 comentarios por vídeo. En todos los casos, la respuesta de la audiencia es positiva, sin presencia significativa de crítica.

Desde el punto de vista cualitativo, los comentarios reproducen un patrón discursivo homogéneo, marcado por expresiones de afecto, nostalgia y pertenencia: “Ustedes son los mejores” (*Vanesa Basanta*, 2021), “Pino cuando os veo me alegráis [sic] el día:)” (*Familink*, 2025), “Sois la mejor familia” (Familia *Amiguindy*, 2025). Este léxico emocional se repite en diferentes canales, consolidando el comentario como herramienta para mostrar fidelidad simbólica: el *like* o el “listo” funcionan como fórmulas de adhesión más que como evaluaciones del contenido.

Una parte significativa de las interacciones muestra cómo el discurso afectivo se desplaza hacia la propia experiencia alimentaria del espectador. Los usuarios reproducen expresiones de gusto, antojo o deseo: “qué hambre me da”, “me encanta la pizza de pepperoni” (Familia *Amiguindy*, 2025); amplifican el entusiasmo de los protagonistas: “se me antoja” (*Vanesa Basanta*, 2021); o proyectan vínculos identitarios a través de la comida: “Soy MEXICANO [sic] dale *like* si eres mexicano” (*Vanesa Basanta*, 2025).

4.3. Adherencia al Código PAOS e intencionalidad comercial

La evaluación del contenido se centró en determinar el grado de adherencia o cumplimiento del Código PAOS. Se analizaron ocho variables clave que exploran si el mensaje podría inducir a error sobre beneficios nutricionales, si emplea lenguaje persuasivo inadecuado o si asocia el producto con éxito y popularidad. Además, se consideró la posible utilización de figuras idolatradas, el tono y apelación emocional empleados, y la claridad de la intencionalidad comercial, concluyendo con una valoración sobre su adecuación general al público infantil según los criterios del Código PAOS (AESAN, 2012).

En la mayor parte de los vídeos el producto está vinculado a una experiencia emocional (81,42 %). Apelar a las emociones es una constante en los cuatro canales analizados, siendo *Familink* el canal que más utiliza una vinculación emocional con el producto a la hora de presentarlo (96,30 %). *Alejo Igoa*, por su parte, es el canal que menos utiliza este tipo de estrategia, con un 65,63 % del corpus analizado.

La presentación del producto como recompensa aparece en el 14,16 % de los casos, con mayor frecuencia en *Vanessa Basanta* (25 %) y Familia *Amiguindy* (16,67 %), lo que refuerza la idea del alimento como incentivo. En un número más reducido de vídeos, la comida se asocia con pertenencia grupal o aceptación social (7,96 %), aunque este recurso es relevante en *Alejo Igoa* (25 %), donde los productos se integran en interacciones juveniles marcadas por el humor y la amistad. Finalmente, las alusiones al deseo son escasas (4,42 %) y aparecen sobre todo en Familia *Amiguindy* (13,33 %).

Tanto en el conjunto total de vídeos como por canal, los productos son presentados de forma que, en ocasiones, podrían favorecer interpretaciones erróneas sobre beneficios nutricionales no sustentadas en información objetiva, al introducir valoraciones explícitas de gusto y preferencia. Esto se produce en el 47,79 % de los casos, mientras que por canal se perciben diferencias en este sentido, desde el 25,00 % de *Alejo Igoa*, al 70,37 % de los vídeos de *Familink*, estando *Vanessa Basanta* y Familia *Amiguindy* más alineados con los valores generales (45,83 % y 53,33 %, respectivamente).

Al evaluar el empleo de lenguaje persuasivo en relación con la comida, los resultados son muy similares: el análisis completo del corpus arroja un 48,67 % de vídeos con un uso de un lenguaje orientado a la persuasión del público infantil que, por canal, se resume en un 29,17 % *Vanessa Basanta*, un 74,07 % *Familink*, un 46,67 % Familia *Amiguindy* y un 43,75 % *Alejo Igoa*.

Junto con este grado de identificación errónea de las propiedades nutricionales y este empleo de un lenguaje persuasivo vinculado a la comida, se detecta una asociación del producto con éxito, popularidad, felicidad o recompensa en el 84,07 % de los casos. En este caso los resultados se muestran mucho más consistentes entre canales, moviéndose entre el 70 % de Familia *Amiguindy* y el 91,67 % de *Vanessa Basanta*.

La totalidad de los vídeos analizados está protagonizados por figuras altamente reconocibles y admiradas por su audiencia, una característica inherente a los canales seleccionados. Así, operan como modelos aspiracionales y líderes de influencia, lo que confiere al mensaje una dimensión afectiva y prescriptiva que se ve reforzada por las estrategias anteriormente mencionadas.

En cuanto a la claridad de la intencionalidad comercial, los resultados apuntan a una comunicación ambigua. En el 53,10 % de los casos el mensaje resulta poco claro, y en otro 28,32 % presenta elementos que pueden inducir confusión sobre su finalidad promocional. Solo en el 18,58 % de los vídeos la intención comercial se muestra de manera explícita. Por canales, *Vanesa Basanta* concentra el mayor número de mensajes poco claros (79,17 %), mientras que *Familink*, *Familia Amiguindy* y *Alejo Igoa* presentan grados similares de ambigüedad moderada (en torno al 40 %). La presencia de mensajes claros y comprensibles para menores es minoritaria, aunque algo más frecuente en *Familia Amiguindy* (37,5 %) y *Alejo Igoa* (33,3 %). Los resultados están en línea con la idea de una promoción implícita y escasamente señalizada, donde la naturaleza publicitaria del contenido queda diluida entre dinámicas de juego, entretenimiento y vínculo emocional.

Tal y como ha sido señalado anteriormente, de los 113 vídeos analizados, tan solo uno indica una colaboración pagada con las marcas que allí aparecen y, aunque la aparición de marcas es habitual, rara vez se explicita como contenido comercial. Sin embargo, estos datos deben ser analizados junto con el análisis de métricas externas obtenidas de la herramienta Social Blade (2025) sintetizadas en la Tabla 4: los canales analizados presentan una actividad sostenida y un alcance considerable. *Alejo Igoa* supera los 93 millones de suscriptores y los 28.000 millones de visualizaciones acumuladas, mientras que *Familink* (3 M), *Vanesa Basanta* (2,9 M) y *Familia Amiguindy* (945 K) se sitúan en rangos medios, aunque con niveles de *engagement* igualmente elevados.

Las estimaciones de ingresos (entre 151.000 y 2,4 millones de dólares mensuales en el caso de *Alejo Igoa*, y entre 700 y 14.000 dólares en los canales familiares) permiten inferir que el éxito económico de estos formatos no depende tanto de acuerdos publicitarios directos como de la monetización por tráfico, visualizaciones y fidelidad algorítmica.

Tabla 4
Métricas comparativas de los canales analizados

Canal	Suscriptores	Visualizaciones	Nº de vídeos	Ingresos mensuales estimados (USD)	Ingresos anuales estimados (USD)
Alejo Igoa	93,1 M	28.321.485.991	1.255	151.000 – 2,4 M	2,3 M – 37 M
Familink	3,02 M	868.114.127	896	702 – 11.000	6.100 – 97.000
Familia Amiguindy	0,945 M	383.402.289	526	879 – 14.000	16.000 – 248.000
Vanesa Basanta	2,97 M	1.160.528.515	665	414 – 6.600	6.800 – 109.000

Fuente. Las métricas de suscriptores y visualizaciones acumuladas se obtuvieron mediante la plataforma Social Blade a partir de los perfiles analizados. Los datos fueron consultados el 10 de octubre de 2025.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados evidencian una normalización del consumo de productos ultraprocesados en los canales infantiles de YouTube. Estos alimentos, de bajo valor nutricional, aparecen integrados en dinámicas familiares y lúdicas que los presentan como parte natural de la vida cotidiana. Desde la teoría social cognitiva (Bandura, 2001), esta exposición actúa como aprendizaje vicario: durante la infancia se imitan modelos admirados y se asume el consumo de estos productos como práctica

habitual. Esta tendencia contradice los principios del Código PAOS, que instan a fomentar hábitos equilibrados y a evitar la trivialización de productos poco saludables (AESAN, 2012). Aunque el código no regula contenidos orgánicos, sí ofrece un marco ético que permite valorar críticamente estas representaciones y pone de relieve las limitaciones de la autorregulación digital (López Bolás et al., 2022a; López-Martínez et al., 2024).

Otro hallazgo relevante es la ambigüedad en la identificación publicitaria. En la mayoría de los vídeos, las marcas se integran sin señalización comercial, difuminando la frontera entre entretenimiento y promoción. Los menores, sin herramientas cognitivas suficientes, procesan los mensajes sin reconocer su carácter persuasivo (Boerman & van Reijmersdal, 2020). Este efecto se amplifica por los vínculos parasociales: los youtubers son percibidos como figuras de confianza, lo que refuerza la credibilidad del mensaje (Feijoo & Sádaba, 2022). Aunque el Código PAOS prohíbe aprovechar la admiración infantil hacia personajes populares (AESAN, 2012), los *kidsfluencers* operan en ese terreno híbrido entre amistad y figura mediática, donde la afinidad emocional actúa como aval testimonial.

En términos persuasivos, los vídeos analizados recurren a apelaciones emocionales que asocian el consumo con felicidad, diversión o pertenencia. Los alimentos actúan como símbolos de unión familiar o recompensa, reproduciendo esquemas que refuerzan actitudes positivas hacia productos poco saludables. Desde la óptica normativa, esta práctica vulnera los artículos del Código PAOS (AESAN, 2012) que prohíben vincular el consumo con aceptación social o éxito. Aunque tales ideas no se expresen de forma literal, el subtexto narrativo sugiere que el placer y la amistad se alcanzan a través de la comida procesada, trasladando el atractivo emocional del producto a la experiencia afectiva del espectador.

La reproducción de tendencias virales amplifica esta dinámica. Los retos que circulan por redes se integran en los canales infantiles como juegos inocentes, pero funcionan como promoción no declarada. Los creadores se convierten en agentes amplificadores de mensajes de marca sin que medie contrato publicitario. Los resultados confirman las ideas de Bandura (2001) sobre este proceso de imitación en cadena, documentado también en investigaciones recientes que muestran cómo los *kidsfluencers* reproducen fórmulas participativas y lúdicas que intensifican la exposición comercial (Boerman & van Reijmersdal, 2020; Fernández-Gómez et al., 2022; López Bolás et al., 2022a; Neira-Placer & Visiers, 2024). Aunque no haya un anunciante directo, el efecto publicitario se produce igualmente, lo que revela un vacío en el alcance del Código PAOS (AESAN, 2012), concebido solo para comunicaciones comerciales explícitas.

La narrativa lúdica potencia la credibilidad del mensaje. El juego y el humor desactivan la atención crítica y favorecen un procesamiento emocional del contenido. Como muestran Coates et al. (2019), la exposición a un *influencer* promoviendo un aperitivo poco saludable incrementa el consumo, lo que demuestra que la forma narrativa y la identificación con el creador neutralizan la eficacia de las etiquetas de “publicidad”. En consecuencia, la transparencia formal no basta si el contexto comunicativo refuerza la afinidad con el producto.

Los resultados confirman que el marco del Código PAOS resulta insuficiente para las formas híbridas de comunicación digital. Aunque los canales infantiles no inciten explícitamente a la compra, la insistencia temática, el tono exaltado y la reiteración de marcas pueden derivar en lo que Buijzen y

Valkenburg (2008) denominaron *pester power*, es decir, la presión del menor sobre sus padres para obtener lo que ve en pantalla. Además, el uso de colores saturados, gestos exagerados o personajes de ficción explota la ingenuidad infantil, en contradicción con los artículos del código que prohíben aprovechar su falta de experiencia o credulidad.

Por todo ello, los hallazgos apuntan a que la autorregulación enfrenta serias limitaciones en el ecosistema digital. La difusión de contenidos creados por familias o menores escapa al control de los organismos reguladores y amplía la exposición a mensajes contrarios a los objetivos de salud pública. La frontera entre entretenimiento, autopromoción y publicidad se ha vuelto difusa, y el modelo de negocio basado en visualizaciones incentiva la repetición de formatos persuasivos sin transparencia comercial.

Ante esta realidad, la alfabetización mediática se consolida como complemento indispensable al marco regulatorio (Feijoo & Sádaba, 2022; Tur-Viñes et al., 2018). Los menores necesitan herramientas para identificar estrategias de persuasión y distinguir el contenido lúdico del publicitario, mientras que familias y docentes deben actuar como mediadores críticos. Paralelamente, las plataformas tienen la responsabilidad de aplicar criterios de transparencia equivalentes a los de los medios tradicionales y de garantizar entornos seguros en los canales infantiles.

De este modo, el estudio no solo alcanza los objetivos de exploración, análisis y evaluación propuestos, sino que también aporta evidencias relevantes al debate académico sobre la responsabilidad comunicativa en entornos digitales y sobre la necesidad de reforzar la alfabetización mediática y publicitaria en edades tempranas. La investigación evidencia que la representación alimentaria en YouTube infantil contribuye a la construcción de significados que normalizan el consumo de ultraprocesados y diluyen la frontera entre ocio y publicidad. De ello se derivan implicaciones con respecto al desarrollo futuro de la comunicación dirigida a la infancia, entre las que se encuentran actualizar los marcos normativos, reforzar la autorregulación, exigir mecanismos de control más estrictos en las plataformas e impulsar políticas educativas que promuevan una recepción crítica.

Conviene reconocer también algunas limitaciones del estudio y posibles líneas de continuidad. El análisis se ha centrado en un corpus acotado de canales y vídeos, seleccionados en un periodo determinado, lo que limita la posibilidad de generalizar los resultados a todo el ecosistema de YouTube infantil. Además, la naturaleza cambiante de los formatos digitales y de las estrategias de integración de productos dificulta captar la evolución constante de estas prácticas comunicativas. De cara a futuras investigaciones, resultaría pertinente ampliar el corpus, incorporar herramientas de análisis automatizado que permitan abordar muestras más extensas y comparar los resultados con los de otras plataformas de consumo emergente, como TikTok o Twitch. Asimismo, se abre una línea prometedora en torno al estudio de la recepción, orientada a comprender cómo los niños y niñas interpretan estos mensajes, qué nivel de conciencia tienen sobre su carácter persuasivo y qué papel desempeñan las mediaciones familiares y educativas en la formación de una actitud crítica ante la comunicación alimentaria digital.

6. Financiación y apoyos

Este estudio no ha recibido apoyo o financiación.

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autora 1 y 2.
- Curación de datos: Autora 1 y 2.
- Análisis formal: Autora 1 y 2.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autora 1 y 2.
- Metodología: Autora 1 y 2.
- Administración del proyecto: Autora 1 y 2.
- Recursos: Autora 1 y 2.
- Software: Autora 1 y 2.
- Supervisión: Autora 1 y 2.
- Visualización: Autora 1 y 2.
- Redacción: Autora 1 y 2.

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

La autoría declara haber realizado un uso puntual de herramientas de inteligencia artificial generativa como apoyo en la revisión lingüística del manuscrito. El contenido, análisis e interpretación de los resultados han sido elaborados y verificados íntegramente por las autoras.

Semblanza de las autoras

Ana A. Lozano González es Doctora en Procesos, Teoría y Práctica de la Comunicación por la Universidad de Sevilla, donde también obtuvo másteres en Guion y Narrativa Audiovisual y en Profesorado de Educación Secundaria. Su labor investigadora aborda temas como las relaciones públicas, la publicidad y la inteligencia artificial. Participa en proyectos de innovación docente y colabora como evaluadora en revistas y congresos. Miembro de los grupos IROCAMM y GEIC, cuenta con siete años de experiencia docente en los Grados de Comunicación y Comunicación Digital.

Fátima Rodríguez García es Doctora en Comunicación por las universidades de Cádiz, Málaga, Sevilla y Huelva, y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla. Su investigación se centra en la publicidad, la comunicación estratégica y corporativa, y la innovación docente en el ámbito universitario. Ha desarrollado también trabajos sobre comunicación del vino con denominación de origen desde una perspectiva discursiva y persuasiva. Con veinte años de experiencia docente, es profesora en los Grados en Comunicación, Comunicación Digital y Diseño Gráfico y Creatividad Digital.

Referencias

- Alejo Igoa. (s.f.). *Alejo Igoa* [Canal de YouTube]. YouTube. <https://www.youtube.com/@AlejoIgoa>
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN). (2012). *Código PAOS: Código de correulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Alruwaily, A., Mangold, C., Greene, T., Arshonsky, J., Cassidy, O., Pomeranz, J. L., & Bragg, M. A. (2020). Child Social Media Influencers and Unhealthy Food Product Placement. *Pediatrics*, 146(5), e20194057. <https://doi.org/10.1542/peds.2019-4057>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Boerman, S. C., & van Reijmersdal, E. A. (2020). Disclosing Influencer Marketing on YouTube to Children: The Moderating Role of Para-Social Relationship. *Frontiers in Psychology*, (10), 10:3042. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03042>
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2008). Observing Purchase-Related Parent-Child Communication in Retail Environments: A Developmental and Socialization Perspective. *Human Communication Research*, 34(1), 50–69. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00313.x>
- Castelló-Martínez, A., & Tur-Viñes, V. (2021). Una combinación de alto riesgo: obesidad, marcas de alimentación, menores y retos en YouTube. *Gaceta Sanitaria*, 35(4), 352–354. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.06.018>
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Social Media Influencer Marketing and Children's Food Intake: A Randomized Trial. *Pediatrics*, 143(4), e20182554. <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>
- De Jans, S., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2018). How an Advertising Disclosure Alerts Young Adolescents to Sponsored Vlogs: The Moderating Role of a Peer-Based Advertising Literacy Intervention through an Informational Vlog. *Journal of Advertising*, 47(4), 309–325. <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1539363>
- De Jans, S., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2019). Advertising targeting young children: an overview of 10 years of research (2006–2016). *International Journal of Advertising*, 38(2), 173–206. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1411056>
- Familia Amiguindy. (s.f.). *Familia Amiguindy* [Canal de YouTube]. YouTube. <https://www.youtube.com/@familiaamiguindy>
- Familink. (s.f.). *Familink* [Canal de YouTube]. YouTube. <https://www.youtube.com/@Familink>
- Feijoo, B., & Sádaba, C. (2022). When mobile advertising is interesting: Interaction of minors with ads and influencers' sponsored content on social media. *Communication & Society*, 35(3), 15–31. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.15-31>
- Fernández-Gómez, E., Vázquez, J. F., & Fernández, B. F. (2022). Los niños como creadores de contenido en YouTube e Instagram: Análisis de las narrativas empleadas, la presencia de padres y marcas comerciales. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1762>
- Garmendia, M., Casado del Río, M. Á., Jiménez Iglesias, E., & Garitaonandia Garnacho, C. (2018). Oportunidades, riesgos, daño y habilidades digitales de los menores españoles. En E. Jiménez Iglesias, M. S. Garmendia Larrañaga y M. Á. Casado del Río (Coords.), *Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada* (pp. 31–54). Gedisa.

- Gasol Foundation (2023). Publicidad, alimentación y derechos de la infancia en España. Gasol Foundation.
<http://bit.ly/4faX9RZ>
- Hudders, L., De Pauw, P., Cauberghe, V., Panic, K., Zarouali, B., & Rozendaal, E. (2017). Shedding New Light on How Advertising Literacy Can Affect Children's Processing of Embedded Advertising Formats: A Future Research Agenda. *Journal of Advertising*, 46(2), 333–349. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1269303>
- López-Martínez, A., Sádaba, C., & Feijoo, B. (2024). Exposición de los adolescentes al marketing de influencers sobre alimentación y cuidado corporal. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (57), 1–14. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e863>
- López Bolás, A., Feijoo Fernández, B., & Fernández-Gómez, E. (2022a). Publicidad de alimentos ultraprocesados en youtubers preescolares durante la COVID-19: Estudio de caso. *Fonseca, Journal of Communication*, (24), 7–18. <https://doi.org/10.14201/fjc.28296>
- López Bolás, A., Neira Placer, P., Visiers Elizaincin, A., & Feijoo Fernández, B. (2022b). Incitación al consumo de juguetes a través de youtubers infantiles. Estudio de caso. *index.Comunicación*, 12(2), 251–275. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Incita>
- Neira-Placer, P., & Visiers, A. (2023). Los valores asociados a juguetes en los contenidos de canales YouTube: Estudio de caso. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (57), 1–19. <http://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e858>
- Núñez-Cansado, M., López-López, A., & Somarriba-Arechavala, N. (2021). Publicidad encubierta en los kidsfluencers. Una propuesta metodológica aplicada al estudio de caso de los diez youtubers menores con más seguidores de España. *Profesional de la Información*, 30(2), e300219. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.19>
- Social Blade. (2025). *YouTube channel statistics*. Recuperado el 10 de octubre de 2025, de <https://socialblade.com>
- Tur-Viñes, V., Núñez-Gómez, P., & González-Río, M. J. (2018). Menores influyentes en YouTube. Un espacio para la responsabilidad. *Revista Latina De Comunicación Social*, (73), 1211–1230. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1303>
- Vanessa Basanta. (s.f.). *Vanessa Basanta* [Canal de YouTube]. YouTube. <https://www.youtube.com/@VanessaBasanta>
- Zozaya Durazo, L. D., Feijoo Fernández, B., & Sádaba Chalezquer, C. (2022). Análisis de la capacidad de menores en España para reconocer los contenidos comerciales publicados por influencers. *Revista de Comunicación*, 21(2), 307–319. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A15>

Introducing Audio-Elicitation: Audio-Based Methodological Approach to Podcasting Research

La audio-elicitación: enfoque metodológico basado en el audio para la investigación sobre pódcast

David García-Marín

Universidad Rey Juan Carlos | Calle Camino del Molino, 5, 28942 Fuenlabrada (Madrid) | España

 0000-0002-4575-1911 | david.garciam@urjc.es

Recepción 21/10/2025 · Aceptación 22/07/2026 · Publicación 15/10/2026

Abstract

The aim of this paper is to present the technique of audio-elicitation as a qualitative methodological strategy in research into podcasting. Several social science scholars have characterized visual and creative methods (drawing, mapping, collages, or sand sculpting) in order to enrich interview-based research processes involving key informants. Our proposal reconfigures such dynamics employing audio as the language through which participants express themselves creatively. A meta-sonorous research experience with young Spanish journalists is described, seeking to analyze in depth their perception of the podcast as a medium, its expressive and creative possibilities, and the specific practices associated with its production. These aspects emerged from the individual production of a podcast with a freely chosen format and theme, produced by the young journalists who took part in the research. Listening to their podcasts together with the researcher served to guide the interviews with these key informants. The audio-elicitation interviews helped bring less obvious aspects to light and deepen the analysis of the interviewed subjects' perceptions concerning several dimensions: a tendency towards conversational podcasts, the prevalence of radio-style structures, the excessive focus on the latest current events and the superficiality of transmedia development. This study makes a pioneering contribution to the analysis of the podcast as a research tool within the growing field of Scholarly Podcasting Studies.

Keywords: podcast, scholarly podcast, qualitative research, audio-elicitation, in-depth interviews.

Resumen

El objetivo de este artículo es presentar la técnica de audio-elicitación como una estrategia metodológica cualitativa en la investigación sobre el fenómeno del pódcast. Diversos autores han caracterizado los métodos visuales y creativos (como el dibujo, la cartografía, los collages o la escultura en arena) con el fin de enriquecer los procesos de investigación basados en entrevistas con informantes clave. Nuestra propuesta reconfigura dichas dinámicas mediante el uso del audio como lenguaje de expresión creativa de los sujetos investigados. Se describe una experiencia de investigación metasonora con jóvenes periodistas españoles, orientada a analizar en profundidad su percepción del pódcast como medio, sus posibilidades expresivas y creativas, así como las prácticas específicas asociadas a su producción. Estos aspectos emergieron a partir de la elaboración individual de un pódcast de formato y temática libre por parte de los

Cómo citar: García-Marín, D. (2026). Introducing Audio-Elicitation: Audio-Based Methodological Approach to Podcasting Research. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 169-185. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.09>



periodistas participantes. La escucha conjunta de los podcast con el investigador sirvió como guía para las entrevistas con estos informantes clave. Las entrevistas basadas en audio-elicitación contribuyeron a revelar aspectos menos evidentes y a profundizar en las percepciones de los sujetos entrevistados en torno a diversas dimensiones: la mayor relevancia y visibilidad de los podcast conversacionales, la prevalencia de estructuras propias de la radio, el enfoque excesivo en la actualidad informativa y la superficialidad de los desarrollos transmedia. Este trabajo representa una contribución pionera en el análisis del podcast como herramienta de investigación dentro del campo emergente del podcast académico.

Palabras clave: *podcast, podcast académico, investigación cualitativa, audio-elicitación, entrevistas en profundidad.*

1. Introduction

The study of podcasting has experienced significant growth in recent years, both in professional and academic fields. In recent years, this medium has been analyzed as a new form of communication, expression and information characterized by its immersive and interactive possibilities (Dowling & Miller, 2019), authenticity (DeMair, 2017), intimacy (Swiatek, 2018), personalization (Lindgren, 2016), intertextuality (Barrios-O'Neill, 2018), and even for its transmedia nature (Euritt, 2022). Initially understood as a publishing format, the podcast is not exclusively an object of study in communication research (García-Marín et al., 2023). Podcasts can be, amongst other things, educational tools, used for the promotion of artistic activity or for the dissemination of important health information. In this sense, podcasting is currently a form of production relevant to several scientific fields. However, discussions about this medium as an instrument for research are quite infrequent. The use of podcasts for research purposes “is not in parity with its rampant cultural impact” (Lundström & Lundström, 2021, p. 290).

Despite this, certain authors have explored the potential of the podcast for academic purposes. Particularly relevant in this area is work analyzing the strengths of the medium as a way of communicating science. Podcasts can function as a “unique tool for engagement” (Brumley et al., 2017, p. 170) that enables researchers to spread their findings in a freer and more attractive way than the traditional forms of disseminating scientific knowledge. Podcasts facilitate connections among members of the scientific community who share the same area or object of study (Kwok, 2019). Along the same lines, MacKenzie (2019) emphasizes that the use of podcasts allows one to connect with other academics, with the consequent benefits that this entails for the dissemination of science.

By presenting scientific results in the form of a podcast, a larger audience can access, learn about, and understand science (Giannetti, 2018; Middleton, 2016). Different audiences can be reached than those of papers published in niche scientific journals, whose language may be difficult for the general public to understand (DeMarco, 2022). In other words, podcasts can be used to make the academic environment more accessible. In fact, recently, diverse academic works have analyzed this use of podcasting not only for the dissemination of research results (Cook, 2023), but also for intellectual discussion and exploration (Beckstead et al., 2024), helping to establish a subfield that may be termed Scholarly Podcasting.

Although this academic use of podcasting is important, this paper focuses instead on the possibilities of podcasting as a research tool in itself. Although such approaches are rare, scholars such as

Jorgensen and Lindgren (2022) have explored the use of podcasts as a research tool to document and communicate their research. These authors used semi-structured interviews “as qualitative data for analysis through a theoretical framework, and as audio-recorded podcast interviews to be edited into the podcasts” (Jorgensen & Lindgren, 2022, p. 54). The difference is that, in our methodological proposal, the podcasts are created by the interviewees themselves, not by the researcher.

Taking this into account, this paper proposes utilizing this medium—the podcast— and, specifically, the audios produced by the subjects being studied to inquire about their perceptions and representations of a given phenomenon in qualitative research designs. It is common for academic research to approach these objectives by means of in-depth interviews in which a set of questions is established *a priori* or, at least, a series of topics is identified in advance that must be discussed during the course of the conversation between the researcher and the subject interviewed. The proposal described in this paper is intended to go beyond this classic approach to carrying out this type of interview, to delve into more open and creative models that place the interviewee’s perspective more centrally of the process.

The proposal entails utilizing audio productions in the form of podcasts produced by the subjects as the catalysts of the conversation with researchers after shared, reflective listening. Several social science scholars have characterized the visual and participatory methods (drawing, mapping, collage, modeling, and sculpting) as means of enriching interview-based research processes utilizing key informants (Gauntlett, 2007; Mannay, 2017). Our proposal reconfigures such dynamics using audio as the language of creative expression of the participants in a model which we term audio-elicitation. In this respect, the design of this research has a meta-sonorous character, since it examines an audio-based medium from an audio-based research approach (obviously, this method can be applied to any other subject or field of study), which is a novelty in the field of qualitative research.

To use audio-elicitation to analyze perceptions of the podcast, its expressive and creative possibilities, and the specific practices associated with its production, a research experience with young Spanish journalists is described. These aspects emerged from the individual production of a podcast with a freely chosen format and theme by the journalists participating in the research. Listening to their podcasts together with the researcher served to guide the interviews with these key informants.

As previously mentioned, the objective of the study was to find out the perceptions of a group of young Spanish journalists about the podcast and how they conceptualize it as a medium. The study addresses the following questions: To what degree do they perceive the podcast as a medium that is culturally and semiotically independent from radio? What are the formats and genres that young Spanish journalists associate with podcasts? To what extent do they understand the creative and journalistic possibilities of the medium? In other words, the aim is to discover the perceptions of these media professionals about the informative possibilities of the podcast based on its semiotic potential to tell non-fiction stories, in order to take advantage of the strengths of the podcast both as a narrative and conversational medium.

2. Theoretical framework

2.1. Photo-elicitation and creative methods

As stated above, numerous researchers in the social sciences have experimented with and theorized about the possibilities of the commonly termed photo-elicitation, consisting of the use of visual elements to elicit relevant discourses and meanings in qualitative interviews. This approach aims to overcome the dominant textual bias of social science research, based on the erroneous belief that this field of knowledge is composed of disciplines exclusively based on the written word (Mead, 1995) where there is no room for other languages such as visual ones, except for peripheral and support purposes (Mannay, 2017). On the contrary, in photo-elicitation the visual is positioned as “an immediate and authentic form that verbal accounts are unable to fully encompass” (Spencer, 2011, p. 32).

Before looking in depth at the concept of photo-elicitation, it may be necessary to differentiate it from a similar method: photovoice. Specifically, photovoice is envisioned as a group activity for community purposes that has three objectives: (1) to enable people to record and reflect on the strengths and concerns of the community, (2) to promote critical dialogue and awareness of important issues through focus groups about the content of photographs, and (3) to reach out to community policy makers and administrators. However, photo-elicitation is more commonly used in situations where the protagonist is a single individual. In this method, through image analysis, reflection on the content of the images is encouraged as it deals with the interviewees’ own interests.

Specialized literature in the field of photo-elicitation usually sets Collier’s experiment (1957) as the starting point for the development of such methods. This researcher incorporated photography into interviews and compared the results with those obtained in other interviews conducted without the use of images (Rayón Rumayor et al., 2021). In Harper’s words (2002, p. 13), this method is based “on the simple idea of inserting a photograph into a research interview”. Wright (2016, p. 154) defines it as “the deliberate exploitation of the viewer’s response to a photograph”. In short, it can be described as the utilization of images to elicit a response from people as part of a structured research method.

The integration of images in qualitative interviews can be carried out by employing different approaches, such as: (1) materials found, (2) material produced by the researcher, and (3) material created by the research subjects. Found images position social scientists as “material collectors” (Mannay, 2017, p. 19) and refer to the study of visual elements already existing in the environment where the subject being interviewed is located. In this case, research activity focuses exclusively on analysis and interpretation, avoiding and forgetting any creative dimension. Image production initiated by the researcher “places social scientists as creators of images” (Mannay, 2017, p. 20) that are introduced into conversations with the subjects being analyzed. However, when images result from the creative and productive work of the subjects themselves, the research focus acquires a participatory and collaborative connotation *with*, and not *about*, the participants and their communities. “Participatory productions, therefore, position the social scientist as the facilitator of participation” (Mannay, 2017, p. 21). We situate our research approach on this third participatory and creative route, which can be placed within the commonly termed practice-as-research methods, where the research process “is generally understood to place more emphasis on the artifact as the site for generating new knowledge” (Jorgensen & Lindgren, 2022, p. 51).

Two essential aspects substantiate the usefulness of photo-elicitation from creative perspectives. The first argues that images evoke deeper elements in human consciousness than words do; therefore, photo-elicitation can help elicit feelings and memories and generate more nuanced information through a significant and meaningful conversation between interviewed subjects and the interviewer (Harper, 2002). Thus, photo-elicitation (and, consequently, audio-elicitation) enables “the expansion of awareness of phenomena, delving deeper into their qualities, creating space for shared experiences and relating it to other forms of knowledge, through critical and intersubjective dialogue” (Rayón Rumayor et al., 2021, p. 43). Along the same lines, visual elements have historically been used as an instrument to give voice to marginalized and politically oppressed communities by means of weaving, photography, and painting (Wahl, 2014).

The second pillar of this method is based on the *auteur* theory, which is grounded on the premise that the most relevant aspect of an image is what its creator intended to communicate (Rose, 2001). Therefore, our approach is based on the audio output of the subjects being researched “to centralize the creation of meaning and the participants’ interpretations” (Mannay, 2017, p. 16). In this way, audio and narratives are treated as part of a conversation in which interpretation must be incorporated into the contextualized process of the interview.

2.2. Taxonomy of podcasts

The terms podcast and podcasting have been used to describe several interrelated phenomena, including a technological distribution mechanism, an audio format, a mode of production and consumption, and an emerging medium with specific cultural and sonic conventions (García-Marín et al., 2023). In its most basic sense, a podcast can be defined as an episodic digital audio format distributed online and generally available for on-demand consumption. However, podcasting cannot be understood exclusively as a file format or distribution technology. Its seriality, asynchronous availability, modes of address, listening practices, production cultures, and evolving genre conventions have also led scholars to conceptualize it as a distinct audio medium (García-Marín, 2019).

In this article, the term podcast refers primarily to the individual audio production or format created by the participants, whereas podcasting refers to the broader medium, practice, and cultural field in which such productions are created, distributed, and consumed. This distinction allows the analysis to recognize the podcast’s formal and technological dimensions without overlooking the cultural and semiotic characteristics that may distinguish podcasting from radio.

The podcast as a medium has evolved considerably in recent years as it has been adopted in journalism. In this vein, the journalistic podcast is renewing the expressive possibilities of audio-based reporting by using the journalist’s self-reflexivity and the adoption of techniques from contemporary fiction (Gutiérrez et al., 2019). In addition, it is giving rise to new formats, such as the deep-dive news daily podcast. In fact, two journalistic podcasts such as *Serial* (narrative nonfiction) and *The Daily* (deep-dive news daily) are key to understanding the evolution of the podcast in the last decade (McHugh, 2022).

Given that one of the central issues explored in the interviews concerns the types of podcasts with which participants are most familiar, it is appropriate to establish a taxonomy of podcasting based on the scholarly literature. Podcast production encompasses a heterogeneous set of forms that may

be organized into three broad genres: conversational podcasts, narrative non-fiction podcasts, and fiction podcasts (Pedrero-Esteban et al., 2023).

Conversational podcasts are structured primarily around spoken interaction or direct verbal address. Their principal subgenres include interviews, talk shows or panel discussions, monologues, and magazine-style programs. Although these formats may incorporate journalistic information, their organizing principle is conversation, commentary, or discussion rather than the construction of a sustained narrative.

Narrative non-fiction podcasts organize factual material through storytelling techniques and may include reports, documentaries, investigative series, daily news podcasts, historical narratives, and true-crime productions. These formats typically rely on a combination of narration, field recordings, interviews, archival audio, music, and sound design. Interviews may form part of a narrative non-fiction podcast, but their presence does not necessarily make the production conversational if the interview material is subordinated to a broader narrative structure.

Fiction podcasts, by contrast, construct imaginary worlds and stories through scripted dialogue, narration, dramatic performance, music, and sound effects. This category encompasses audio drama, serialized fiction, anthology series, and other forms of scripted sonic storytelling.

These categories are not mutually exclusive. Hybridization is a recurrent feature of podcasting, and individual productions may combine conversational interaction with documentary narration, reporting, or fictional techniques (García-Marín & Aparici, 2018). Nevertheless, a clear taxonomy is useful for identifying the dominant formal logic of each production. In the present study, this classification provides the conceptual basis for interpreting the participants' preferences that will be analyzed in the Results section.

3. Objectives and method

The main objective of this research is to present and analyze a practical experience of using the audio-elicitation methodology in order to show its potential for the conduct of qualitative interviews. The practical example is based on a specific study of young journalists' perceptions and attitudes towards podcasting, as well as its expressive and creative possibilities, and the specific practices associated with its production. The analysis of these perceptions and attitudes constitutes the secondary objective of the work. It should be understood that, in order to assess the impact of the studied method, it is essential to present the results obtained through its application; hence, both objectives must be established simultaneously. For this reason, the findings related to both aims are presented concurrently in section 4.

Accordingly, the study addresses the following research questions:

- RQ1. What additional or more nuanced forms of qualitative knowledge can audio-elicitation generate in comparison with conventional preliminary interviews?
- RQ2. How do the participants conceptualize the relationship between podcasting and radio in cultural, semiotic, and production terms?

- RQ3. Which podcast genres and formats do the participants associate with journalistic podcasting?
- RQ4. To what extent do the participants recognize and employ the narrative, creative, journalistic, and transmedia possibilities of podcasting?

As noted above, the creative audio-elicitation method is based on the principles of photo-elicitation but uses audio as the medium that catalyzes the perceptions and opinions to be analyzed. By listening to and analyzing the audio (in this case, the production of podcasts by the interviewed subjects), reflection is encouraged, enabling access to participants' thoughts, beliefs, and perspectives about the medium itself (the podcast). Unlike traditional interview techniques, the conversation between the researcher and the participant is not based on a pre-established set of questions but arises from shared listening by the researcher and participant to the podcast that the subject has produced. Thus, the aim is to examine why participants used certain formats, resources, sounds, strategies, and themes that shed light on their perception of the podcast as a medium, its expressive and creative possibilities, and the specific practices associated with its production.

The creative audio-elicitation methodology employed in this research involved the following steps:

1. A purposive sample of 20 young Spanish journalists (between 23 and 27 years old) was selected. It should be noted that the participants were young journalists who were also enrolled in the UNED-EFE Master's Degree in Transmedia Journalism. Accordingly, throughout this article, they are referred to interchangeably as students and young journalists. These journalists were enrolled in a specific (brief) course on podcasting in the aforementioned Master's Degree program. It is relevant to focus the study on journalists because, from the journalistic field, the medium can be approached from multiple thematic perspectives and formats, both narrative and conversational. On the other hand, it should be borne in mind that the sample is relatively small because the research is of an exploratory and qualitative nature, with the aim of interpreting and gaining an in-depth understanding of participants' perceptions of podcasting. The objective here is not to extrapolate the results of the research to all young Spanish journalists, but rather to draw up a map of the meanings that the medium has for members of this group. Studying the social representations that these young journalists have about the podcast for several reasons. Firstly, they are the first generation to have been born and raised with the social web, in an eminently digital context, so they have different consumption patterns compared to other generations (Turner, 2015) and are more likely to listen to podcasts. On the other hand, they are the first generation of journalists to access the newsrooms in a media ecosystem where the podcast is a fully established medium, at least in the Spanish context. Finally, this generation of journalists will have to lead the development of podcast journalism in the coming decades, so their vision of the medium is relevant.
2. Before proceeding with the interviews by means of audio-elicitation, a set of conventional interviews were initially conducted with the young journalists participating in the study to explore the object of study. It was useful to conduct these conventional exploratory interviews as "control interviews" in order to compare the richness and depth of the results obtained by the elicitation interviews with the information acquired from these more traditional interviews. In this way, the degree of improvement in the quality of the data obtained through creative audio-elicitation could be determined.
3. Once the traditional interviews were conducted and analyzed, the journalists were asked to design a transmedia journalism podcast project and to record the first episode. Participants

were free to choose the podcast's topic and format. The transmedia podcast project had to be submitted in writing. The review of these projects, which also had a creative dimension, served to study the vision of these young people about the possible narrative extension of their podcasts (transmedia podcast), that is the creation of a narrative universe with different stories published on various platforms and in several media languages from a core content in the form of a podcast (Contreras et al., 2022).

4. Audio-elicitation interviews. The researcher reviewed all the written projects and engaged in shared, reflective listening to the podcasts with each participant individually and held a conversation with them that was recorded and transcribed to facilitate analysis. No fixed set of questions was used, but the conversation arose naturally from listening to the podcasts, although the objectives of the interviews had previously been established based on the discourse generated in the conventional interviews. In short, the conventional interviews served to establish the points to be clarified in the interviews through audio-elicitation, but questions were not established beforehand but emerged from the shared listening of each interviewee's sound production. The objective of this phase was to elicit the interviewees' perspectives, not to provide feedback or suggestions on how to improve the productions presented. These aspects were addressed later, outside the limits of the research described here. The elicitation phase had a double purpose: (1) to explore in depth the aspects that generated most doubts or that were less clear in the conventional interviews in order to facilitate their interpretation, and (2) to analyze the putting into practice of the most noteworthy social representations (which emerged in the traditional interviews) that a certain collective (in this case, young Spanish journalists) has regarding a given phenomenon (podcasting).
5. The transcripts were analyzed using grounded theory, which is common in the analysis of in-depth qualitative interviews. Grounded theory is one of the most popular qualitative methodologies used in the social sciences (Case & Light, 2011). It has a flexible nature and uses strict procedures for data analysis (Mohajan & Mohajan, 2023) in order to discover and conceptualize hidden perceptions and behaviors. Basically, grounded theory involves different actions: (1) collecting data from the discourse or actions of the subjects under investigation, (2) coding these discourses or actions into distinct categories that make it possible to (3) identify common patterns from the analysis of the data in order to (4) test the validity of an existing theory or produce a new one.

4. Results

Once the projects on journalistic podcasting had been presented and analyzed, the researcher proceeded to listen to the submitted episodes together with each of the young journalists participating in the study (individually). Analysis of the projects and conversations with these journalists revealed aspects that made it possible to refine and interpret in greater depth the information obtained in the preliminary interviews. These aspects were the following: (1) a strong tendency towards conversational podcasts, (2) prevalence of structures typical of radio shows, (3) excessive association with breaking news and (4) superficiality of the transmedia developments of podcasts proposed. These aspects are discussed in more detail below.

4.1. Trend towards conversational podcasts

Seventeen of the 20 projects analyzed had a conversational format, either by means of interviews or talk shows. There is therefore an evident disregard for the narrative possibilities of journalistic podcasts to address in-depth stories by making the most of the opportunities offered by audio-based investigative podcasting. Such disregard is striking because one of the perceived advantages of podcasting identified in the preliminary interviews was the chance it offers to look more deeply into stories, something which makes the adoption of the medium of particular interest for the field of journalism where professionals can make the most of their talent and journalistic experience, since these productions are more complex and resource-demanding than conversational formats (Pedrero-Esteban et al., 2023).

However, there were several cases where the weight of conversational genres was lower: (1) hybrid models where podcasts combine reporting with interviews and (2) programs close to a daily news format.

The first case (hybridization between reporting and conversational genres) is represented by the proposal of one of the interviewees who outlined a podcast on the Slow Life movement. On listening to the first episode and being asked about this hybrid model, the young journalist said:

Due to the diversity of topics, the format of each chapter can be expected to vary, some—such as life in a monastery or urban recovery—can be better dealt with by in-depth reports, where the host lives the experiences and directly interviews the protagonists, accompanied by on-site audio resources. Other chapters (the 15-minute city or the 4-day working week) are more suited to debates, talk shows and interviews, both with experts and with politicians, if there are any who want to take part, as well as the inclusion of vox pop to find out citizens' points of view. The narrator's presence, therefore, would depend on the situation, in some shows their intervention would be more direct, in others they would stay in the background. (Interviewee 8)

The second case (daily news format) consists of a podcast associated with the Spanish news agency EFE about the latest events in Peru. It would, therefore, be a daily slot linked to EFE's Peruvian delegation specifically focused on information from this country. The podcast would be based on interviews with EFE journalists specialized in one of the monographic topics of each episode, which is precisely the usual model for daily news podcasts (Leoz-Aizpuru & Pedrero-Esteban, 2022; Martínez-Costa Pérez & Lus Gárate, 2019). When asked about the format and its objectives, the interviewee affirmed:

This podcast has an informative base and format, but without forgetting the objective: promotion of the EFE brand. Thus, there will be a narrator who leads the podcast, which will be full of explanations and anecdotes from the journalists who covered Peruvian news during those months, and explanations from experts. (Interviewee 13)

Despite the general tendency towards conversational models, the interviews using audio-elicitation allowed us to observe nuances regarding the shows organized as classic talk shows and interviews. These two cases show different (and more complex) ways of utilizing these conversation-based genres that did not surface in the preliminary interviews.

4.2. Radio-style structures

One of the outstanding aspects of the first phase interviews was the view of the podcast as a different way of making radio shows, a kind of digital evolution of radio, instead of being a medium with its own identity, one independent of radio. This aspect was quite evident in the structures proposed for the shows. Practically all of them followed a model closely linked to the conventional radio style, beginning with an opening theme tune, the host's welcome and summary of the content, a synopsis of news related to the day's topic, and the core of the show, usually consisting of an interview or talk show. The proposed podcasts therefore display a relatively unimaginative approach to composition. This stance contrasts with the perception of the podcast as a medium with greater freedom of production, an opinion expressed in the preliminary interviews.

The division of podcasts into sections is also recurrent, which constitutes an evident remediation not only of radio but of other previous media such as the written press. However, the clearest connection between the podcasts presented and a radio style is to be found in the strong emphasis on current news, as we will see below.

4.3. Focus on the immediate present (live news)

The journalists interviewed affirmed (in the preliminary interviews) that one of podcasting's strong points lies in the freedom and versatility of its consumption and its nature as an on-demand medium. It is therefore striking that the subjects participating in the research proposed projects with so much focus on the breaking news agenda that would seem to contravene the asynchronous nature of the medium (Berry, 2022). Such a format hinders versatility of consumption because it forces the listener to consume it within a short period of time following the program's publication, since it deals with information that can swiftly become obsolete. The audio-elicitation interviews show, therefore, a lack of consistency between the discourse set out in the initial interviews, the proposed podcasts, and the accounts of those productions that emerged during the elicitation interviews. The provision of information in real time and the force of live broadcast are aspects linked to the radio that are not essential (or perhaps even desirable) elements of a podcast, which is why the adoption of this informative approach based on breaking news is surprising: "But just as radio is celebrated for synchronicity, podcasting revels in its asynchronicity" (Nyre, 2008, p. 47).

In our study, one of the featured podcasts (titled *Home Sweet Home*) looks at the problem young people face in accessing housing. Its objective is to provide resources that help young people to become independent, as well as heightening their awareness of the precarious labor and social situation facing the country's youth. This podcast begins with a news section made up of a series of very brief headlines about the current state of young people's access to housing. After listening to the start of the show, the young journalist was asked why this item, so closely linked to the news cycle, had been chosen. He was asked to take into account that the nature of the podcast as a medium tends to be less time-sensitive, and that surely when the episode is listened to, the news will have moved on. Despite these suggestions, the interviewee considered it appropriate to continue with his approach without considering that the issues discussed in the podcast would quickly lose their validity:

True, but my approach to the section followed the reasoning that we could post the episode a day after recording it. That way, we could analyze the novelties and topics of the debate on housing. I consider this point important because, this way, we can offer a better prepared product, address more contrasting ideas and, above all, provide a greater plurality of approaches. The idea would be to let current events advance and see what debates are taking place from episode to episode. (Interviewee 12)

Another research participant expressed a similar response. Her proposal was a news podcast on the European Union with the objective of producing a weekly summary of the most important events, to allow the audience to learn first-hand about the policies, events and issues that will have an impact on their lives. The show begins with a 10-minute section where the biggest news stories are reported in a more laid-back tone and a touch of humor, distinct from a traditional radio news bulletin. When we spoke to her about the chances that this content would soon become stale, the journalist argued that the key to the program was to present the section in a laid-back and fresh style, which would supposedly distance the space from a radio style so as to attract a wider audience:

It is true that the first section is related to the weekly news agenda, but it won't stick to a traditional radio bulletin format, precisely because of the lack of topicality that prevents it from doing so and because the show's character strives to move away from a serious format aspiring to a laid-back tone that is attractive to a larger audience. (Interviewee 5)

Consistent with this view, a vision emerges that connects laid-back language with the identity of the journalistic podcast, as opposed to the greater seriousness perceived in radio news. This is another aspect that was not present in the traditional interviews and that only appeared in the audio-elicitation phase.

4.4. Superficiality of transmedia development

As mentioned above, the project that participants were asked to propose included a transmedia extension of the podcast in order to disseminate their story on different platforms with complementary stories and, at the same time, encourage listeners' participation in the program. This creative research method revealed the research participants' limited view of transmedia strategies. In general, their transmedia proposals had little depth and were almost exclusively limited to the use of social networks and digital platforms. The subjects interviewed overlooked the possibility of extending the podcast narrative to offline environments, an aspect that only emerged when they were questioned in the interviews through elicitation.

More innovative thinking emerged in this phase of the research to reinforce the transmedia character of the podcasts, always following the same strategy: the creation of live shows and/or events. Through the interviews in this second phase, this perception of live face-to-face events emerged as the main complement to the podcast and its ramifications in digital social media. From their perspective, such face-to-face activities strengthen relationships between podcasters and their fan communities, reduce the distance created by recorded content, move beyond a one-way communication model, and foster meaningful interaction and participation in the programs. The following examples illustrate this pattern.

The transmedia development of the previously mentioned podcast on the Slow Life movement only proposed disseminating the story on social media, a web page, and a newsletter. When the author of the proposal was asked to develop a transmedia strategy, her first option was to turn to live events:

Through meetings, presentations, workshops, or even live shows, the podcast would greatly benefit if different fans (or other podcasts) could come together in person, meet each other, meet the host, and share their knowledge of different topics. In this way, the podcast gets to offer original content, communication is no longer a one-way street because everyone could participate in different ways, a twinning occurs that prevents individualism, and the program offers physical, tangible results. (Interviewee 8)

The podcast *Shall we go on an Erasmus?* presented by one of the participants in the research aimed to offer the personal experiences of young people who had received an Erasmus grant, with the objective of guiding students considering applying for this financial aid. It specifically aimed to publicize the different opportunities offered by the Erasmus program beyond conventional university exchanges, including internships, doctoral studies, and short- and long-term volunteer work, which are not usually well known among students. Furthermore, it would inform the audience about the bureaucratic procedures associated with both the Erasmus program and the host country. Its transmedia development, which was also limited to digital networks and platforms, was expanded in the same way after it was analyzed with the researcher during the elicitation phase:

First, I would conduct face-to-face meetings with listeners. It'd be a way to break the digital barrier and achieve a closer relationship with the audience of the podcast, as well as allowing them to take a first step towards their Erasmus experience. (Interviewee 4)

The same dynamic occurred in the case of *Roots*, a podcast proposed to make society aware of the consequences of climate change. On this occasion, the interviewee chose to promote the transmedia design of the podcast by holding information sessions in civic centers:

Informative talks in educational or social centers in collaboration with foundations or NGOs could be incorporated into the project. It would be a good way to raise awareness among citizens, including younger people. (Interviewee 17)

These three examples demonstrate the effectiveness of this strategy for conducting qualitative interviews, not only to explore the interviewees' perceptions of transmedia narrative in greater detail but also to identify the centrality of live shows and live events when they are asked to develop the narrative extensions of the proposed podcasts.

Table 1 summarizes the principal analytical dimensions identified through the comparison of the preliminary interviews, the participant-generated podcast projects, and the audio-elicitation interviews.

Table 1

Analytical dimensions of the study

Analytical dimension	Explanation	Contribution of audio-elicitation
Preference for conversational formats	Participants predominantly associated podcasting with conversational genres and displayed limited familiarity with narrative non-fiction forms	Shared listening revealed distinctions between conventional interviews, panel discussions, hybrid reporting formats, and daily news structures
Persistence of radio-style structures	Production choices revealed a stronger radio-centric conception of podcasting than was evident in the preliminary interviews	Participants were invited to reflect on why they had adopted structures associated with conventional radio
Orientation towards immediate news	Participants acknowledged podcasting's asynchronous nature but often reproduced production logics associated with live or scheduled radio	Audio-elicitation made it possible to examine the tension between on-demand consumption and the use of time-sensitive information
Discrepancies between discourse and practice	Differences were observed between stated perceptions and observable creative and production decisions.	Comparison of preliminary interviews, creative artifacts, and elicitation interviews made these discrepancies analytically visible
Limited transmedia development	Initially, the participants proposed very limited transmedia developments for their podcasts.	The method prompted participants to articulate broader conceptions of transmedia expansion that had not emerged in the written projects

Source. Author's own elaboration.

5. Discussion and conclusions

The distinctive methodological value of audio-elicitation lies not merely in the inclusion of sound within the interview process, but in the use of participant-generated audio as both a cultural artifact and a reflexive stimulus. Unlike conventional interviews, in which participants describe their practices and perceptions retrospectively, audio-elicitation allows researchers to examine the relationship between participants' stated understandings and their actual creative decisions. Choices concerning format, narrative structure, voice, sound design, temporality, genre, and platform expansion become empirically observable and can subsequently be discussed through shared listening. The method therefore facilitates the identification of tacit assumptions, contradictions, and forms of practical knowledge that may remain inaccessible through verbal questioning alone.

Analysis of the audio-based projects and conversations with the journalists revealed aspects that allowed us to clarify and interpret in greater depth the information obtained in the preliminary interviews. The audio-elicitation made it clear that the young journalists participating in the study see a relationship between podcasts and conversational formats, which are the most frequent in podcasts produced by digital media in Spain (Martínez-Costa et al., 2022). However, certain nuances were established within this trend. Some journalists proposed more complex hybridizations between reports and interviews, while others were effectively proposing conversational models for developing formats close to the daily news format, although they did not explicitly mention this format, which leads us to conclude that they lack broad familiarity with it. In any case, audio-elicitation served to provide a layer of complexity within this general trend towards conversational models.

At the same time, this tendency towards these types of formats contrasts with one of the trends detected in Spain, which indicates that non-fiction narrative formats are the majority in professional podcasting in this country (Pedrero-Esteban et al., 2023). This category includes daily news programs, true crime podcasts and, above all, investigative documentaries.

The elicitation phase also made it possible to confirm and explain in greater detail some elements that emerged from the traditional interviews, where the interviewees defined the podcast as a digital evolution of radio instead of considering it as an independent medium with its own cultural and semiotic characteristics. This aspect came to light quite clearly in the production of the podcasts, which maintained an evident radio-style narrative structure.

Contradictions were also detected through the audio-elicitation interviews regarding the discourse used in the traditional interviews. The vision of podcasts as something tied to traditional, especially conversational, radio genres, contrasts with the general vision of podcasting as a medium with greater creative freedom. These contradictions were also apparent in the audio-elicitation phase when it was observed that the participating subjects linked the podcast with the latest news, overlooking the asynchronous nature of the medium, which is yet another example of that radio-centric vision of podcasts that ignores the medium's cultural and audio characteristics (Berry, 2022) that make podcasts "qualitatively and conceptually different from radio" (Spinelli & Dann, 2019, p. 7).

Audio-elicitation also helped interpret tangential aspects that, although not central to the research, remain relevant. This is the case of the conception of transmedia universes as excessively tied to the digital world. An extremely narrow vision of the transmedia concept is apparent here, linked exclusively to digital platforms. Numerous studies such as those by Pearson (2022), McClellan (2022) and Liedke (2022) document the existence of transmedia designs before the advent of digital media, demonstrating the possibility of building this type of story without turning to the virtual environment.

Moreover, our research provides evidence that, through the audio-elicitation process, the interviewed subjects can reflect on the phenomenon under study and become aware of the conceptual limitations they have (in our case, related to aspects of their profession). The subsequent incorporation of live shows into their transmedia projects is an example of this type of self-correction inspired by conversations with the researcher.

Finally, it should be noted that the research was conducted on a purposive sample composed of journalists enrolled in a master's degree program in transmedia journalism. Undoubtedly, future research could broaden the scope of the results of this work by analyzing in depth the perceptions that other media professionals (and other players belonging to the digital audio industry) have about podcasting.

6. Funding and support

This work is supported by the Mario Kaplún Educommunication Chair "Today is Tomorrow", corresponding to the International Centre for Advanced Studies in Communication for Latin America (CIESPAL).

7. Statement on the use of Artificial Intelligence

The author declares that no AI tools or systems were used in any phase of the research, writing, or preparation of this manuscript.

8. Profile of the author

David García-Marín. Senior Lecturer in the Department of Journalism and Corporate Communication at Universidad Rey Juan Carlos (URJC). He is the author of some hundred publications focused on podcasting and digital audio, disinformation, fact-checking, and artificial intelligence applied to communication and journalism. A member of the Research Ethics Committee at Universidad Rey Juan Carlos. He has been part of the Expert Group of the Spanish National Security Department (reporting to the Prime Minister's Office) since 2023, conducting studies on disinformation campaigns in the field of national security.

References

- Barrios-O'Neill, D. (2018). Wild listening: Ecology of a science podcast. In D. Llinares, N. Fox, & R. Berry (Eds.), *Podcasting: New aural cultures and digital media* (pp. 147–172). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_8
- Beckstead, L., Cook, I. M., & McGregor, H. (2024). Podcast or perish: Peer review and knowledge creation for the 21st century. Bloomsbury.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio.” *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7–22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1
- Berry, R. (2022). What is a podcast? Mapping the technical, cultural, and sonic boundaries between radio and podcasting. In M. Lindgren & J. Loviglio (Eds.), *The Routledge companion to radio and podcast studies* (pp. 399–407). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003002185-46>
- Brumley, C., Gilson, C., Mollett, A., & Williams, S. (2017). Communicating your research with social media: A practical guide to using blogs, podcasts, data visualisations and video. Sage.
- Case, J. M., & Light, G. (2011). Emerging methodologies in engineering education research. *Journal of Engineering Education*, 100(1), 186–210. <https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2011.tb00008.x>
- Collier, J., Jr. (1957). Photography in anthropology: A report on two experiments. *American Anthropologist*, 59(5), 843–859. <https://doi.org/10.1525/aa.1957.59.5.02a00100>
- Contreras, L. M., García-Marín, D., & Ardini, C. G. (2022). Anatomía del transpodcaster: Un nuevo perfil de productor en el podcast independiente. *Austral Comunicación*, 11(2), 1–31. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con>
- Cook, I. M. (2023). Scholarly podcasting: Why, what, how? Routledge.
- DeMair, J. (2017). Sounds authentic: The acoustic construction of Serial's storyworld. In E. McCracken (Ed.), *The Serial podcast and storytelling in the digital age* (pp. 24–38). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315210704-3>
- DeMarco, C. (2022). Hear here! The case for podcasting in research. *Journal of Research Administration*, 53(1), 30–61. <https://bit.ly/43cFa7d>

- Dowling, D. O., & Miller, K. J. (2019). Immersive audio storytelling: Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry. *Journal of Radio & Audio Media*, 26(1), 167–184. <https://doi.org/10.1080/19376529.2018.1509218>
- Euritt, A. M. (2022). Podcasting's transmedia liveness. In M. Lindgren & J. Loviglio (Eds.), *The Routledge companion to radio and podcast studies* (pp. 267–274). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003002185-31>
- García-Marín, D. (2019). La radio en pijama: Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 181–196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>
- García-Marín, D., & Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora: Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El Profesional de la Información*, 27(5), 1071–1081. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>
- García-Marín, D., Terol-Bolinches, R., & Oliveira, M. (2023). Estudios sobre pódcast: Evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAAP). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 11–30. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.01>
- Gauntlett, D. (2007). *Creative explorations: New approaches to identities and audiences*. Routledge.
- Giannetti, F. (2018). A Twitter case study for assessing digital sound. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 69(5), 687–699. <https://doi.org/10.1002/asi.23990>
- Gutiérrez, M., Sellas, T., & Esteban, J. A. (2019). Periodismo radiofónico en el entorno online: El podcast narrativo. In L. M. Pedrero Esteban & J. M. García Lastra (Eds.), *La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 131–150). Tirant lo Blanch.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13–26. <https://doi.org/10.1080/14725860220137345>
- Jorgensen, B., & Lindgren, M. (2022). “Pause and reflect”: Practice-as-research methods in radio and podcast studies. In M. Lindgren & J. Loviglio (Eds.), *The Routledge companion to radio and podcast studies* (pp. 50–58). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003002185-7>
- Kwok, R. (2019). How to make your podcast stand out in a crowded market. *Nature*, 565(7737), 387. <https://doi.org/10.1038/d41586-019-00128-7>
- Leoz-Aizpuru, A., & Pedrero-Esteban, L. M. (2022). Audio storytelling innovation in a digital age: The case of daily news podcasts in Spain. *Information*, 13(4), Article 204. <https://doi.org/10.3390/info13040204>
- Liedke, H. L. (2022). Transmedial experience in nineteenth-century live theater broadcasting. In C. Meyer & M. Pietrzak-Franger (Eds.), *Transmedia practices in the long nineteenth century* (pp. 62–78). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003222941-5>
- Lindgren, M. (2016). Personal narrative journalism and podcasting. *Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14(1), 23–41. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.23_1
- Lundström, M., & Lundström, T. P. (2021). Podcast ethnography. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(3), 289–299. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1778221>
- MacKenzie, L. E. (2019). Science podcasts: Analysis of global production and output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science*, 6(1), Article 180932. <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>
- Mannay, D. (2017). *Métodos visuales, narrativos y creativos en investigación cualitativa*. Narcea.
- Martínez-Costa Pérez, M. P., & Lus Gárate, E. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. *Miguel Hernández Communication Journal*, (10), 317–334. <https://doi.org/10.21134/mhcv.10i0.314>

- Martínez-Costa, M.-P., Amoedo-Casais, A., & Moreno-Moreno, E. (2022). The value of podcasts to journalism: Analysis of digital native media brands' offerings, production and publishing in Spain. *Profesional de la Información*, 31(5), e310503. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.03>
- McClellan, A. (2022). Creating transmedia fan engagement in Victorian periodicals: The case of Sherlock Holmes. In C. Meyer & M. Pietrzak-Franger (Eds.), *Transmedia practices in the long nineteenth century* (pp. 305–340). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003222941-13>
- McHugh, S. (2022). *The power of podcasting: Telling stories through sound*. Columbia University Press.
- Mead, M. (1995). Visual anthropology in a discipline of words. In P. Hockings (Ed.), *Principles of visual anthropology* (pp. 3–10). Mouton de Gruyter.
- Middleton, A. (2016). Reconsidering the role of recorded audio as a rich, flexible and engaging learning space. *Research in Learning Technology*, (24), Article 28035. <https://doi.org/10.3402/rlt.v24.28035>
- Mohajan, D., & Mohajan, H. (2023). Families of grounded theory: A theoretical structure for novel researchers. *Studies in Social Science & Humanities*, 2(3), 56–65. <https://doi.org/10.56397/SSSH.2023.03.08>
- Nyre, L. (2008). *Sound media: From live journalism to music recording*. Routledge.
- Pearson, R. (2022). “To just seal the name of a character”: Arthur Conan Doyle, Sherlock Holmes, and the conditions of transmedia expansion. In C. Meyer & M. Pietrzak-Franger (Eds.), *Transmedia practices in the long nineteenth century* (pp. 274–303). Routledge.
- Pedrero-Esteban, L. M., Martínez-Otón, L., Castillo-Lozano, E., & Martín-Nieto, R. (2023). Cómo suenan los podcasts en España: Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2022. Fundación Antonio de Nebrija.
- Rayón Rumayor, L., Romera Iruela, M. J., de las Heras Cuenca, A. M., Torrego González, A., & García-Vera, A. B. (2021). Foto-elicitación e indagación narrativa visual en estudio de casos y grupos de discusión. *New Trends in Qualitative Research*, (5), 41–56. <https://doi.org/10.36367/ntqr.5.2021.41-56>
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. Sage.
- Spencer, S. (2011). *Visual research methods in the social sciences: Awakening visions*. Routledge.
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury.
- Swiatek, L. (2018). The podcast as an intimate bridging medium. In D. Llinares, N. Fox, & R. Berry (Eds.), *Podcasting: New aural cultures and digital media* (pp. 173–187). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_9
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Wahl, H. (2014). Negotiating representation in Israel and Palestine. *Visual Studies*, 29(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2014.862988>
- Wright, T. (2016). *The photography handbook*. Routledge.

Telemadrid como eje de confrontación política: análisis del discurso en la Asamblea de Madrid

Telemadrid as a center of political confrontation: discourse analysis in the Assembly of Madrid

Claudia López Frías

Universidad Complutense de Madrid | Avda. Complutense, s/n, Ciudad Universitaria, 28040 Madrid | España

 0000-0001-8812-8890 | claudia.lopez@ucm.es

Recepción 27/3/2026 · Aceptación 6/7/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

El presente estudio analiza la presencia y el tratamiento discursivo de Radio Televisión Madrid (Telemadrid) en los debates parlamentarios de la Asamblea de Madrid. A partir de una metodología de análisis de contenido que combina el análisis descriptivo de frecuencias con una aproximación cualitativa, orientada a la identificación de marcos discursivos, se analizan todas las menciones realizadas a Telemadrid en los plenos celebrados entre septiembre de 2024 y junio de 2025, pertenecientes a la XIII legislatura. El objetivo principal de la investigación es identificar la frecuencia, el tono y las principales líneas argumentativas empleadas por los distintos grupos parlamentarios al abordar el debate sobre la radiotelevisión pública madrileña, una vez transcurrido un periodo significativo desde las reformas legislativas que modificaron su modelo de gobernanza y reactivaron el debate político en torno al medio. Los resultados permiten observar cómo Telemadrid se configura como un eje recurrente de confrontación política dentro del debate parlamentario madrileño. Asimismo, las referencias a Telemadrid funcionan como un recurso tanto para legitimar como para cuestionar los medios públicos, especialmente a través de los discursos vinculados al control político, la independencia editorial, la financiación y la comparación con Radiotelevisión Española (RTVE). El estudio contribuye al análisis de las relaciones entre medios públicos, polarización política y discursos parlamentarios en el contexto autonómico español.

Palabras clave: televisión pública, Telemadrid, Asamblea de Madrid, comunicación política, televisión regional.

Abstract

This study analyzes the presence and discursive treatment of Radio Televisión Madrid (Telemadrid) in the parliamentary debates of the Assembly of Madrid. Using a content analysis methodology that combines descriptive frequency analysis with a qualitative approach aimed at identifying discursive frameworks, all mentions of Telemadrid in the plenary sessions held between September 2024 and June 2025, during the 13th legislature, are analyzed. The main objective of the research is to identify the frequency, tone, and main lines of argument employed by the different parliamentary groups when addressing Madrid's public broadcaster after a significant period has elapsed since the legislative reforms that modified its governance model and reactivated the political debate surrounding the broadcaster. The findings show that Telemadrid has become a recurring focus of political confrontation within the Madrid parliamentary debate in the Assembly of Madrid. References to the broadcaster are used both to legitimize and to challenge public

Cómo citar: López Frías, C. (2026). Telemadrid como eje de confrontación política: análisis del discurso en la Asamblea de Madrid. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 186-208. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.10>



service media, particularly through discourses concerning to political control, editorial independence, public funding, institutional governance, and comparisons with Spanish public broadcaster RadioTelevisión Española (RTVE). This study contributes to the analysis of the relationship among public media, political polarization, and parliamentary discourse in the contemporary Spain's regional context, through the analysis of the Telemadrid case.

Keywords: public television, Telemadrid, Madrid Assembly, political communication, regional television.

1. Introducción

Las televisiones autonómicas y, en concreto, Radio Televisión Madrid (Telemadrid) han sido objeto de debate recurrente en el espacio público y académico durante las últimas décadas (Fernández-Alonso & Fernández-Viso, 2012). Las principales críticas dirigidas a estos entes suelen estar relacionadas con su grado de independencia respecto al poder político, así como con cuestiones relativas a su financiación, programación o sus niveles de audiencia (Arriaza Ibarra, 2016; Benítez Iglesias et al., 2016; Olmo López & Navarro Moreno, 2015). En el caso de Telemadrid, estas tensiones han configurado un marco de discusión sobre su función como medio público de proximidad y su papel dentro del sistema mediático español.

En 2021, tras las elecciones autonómicas, el nuevo Gobierno de la Comunidad presidido por Isabel Díaz Ayuso impulsó como primera iniciativa de la legislatura una reforma de la Ley 8/2015 que modificó el procedimiento de designación del director general de Radio Televisión Madrid (Lozano López, 2022). La reforma fue aprobada por el procedimiento de lectura única, lo que limitó el debate parlamentario y la presentación de enmiendas por parte del resto de los grupos políticos. Esta decisión dio lugar a distintas acciones legales, entre ellas la que presentó el Partido Socialista ante el Tribunal Constitucional (Brunet, 2022), cuya resolución no ha sido publicada en el momento de realización de este estudio. La reforma generó asimismo un rechazo por parte de organizaciones profesionales, como la Federación Española de Sindicatos de Periodistas (FeSP) y el Comité Ejecutivo de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), que manifestaron públicamente su oposición a la iniciativa (Real Rodríguez & Príncipe Hermoso, 2021), así como por parte de los propios trabajadores del ente público (Salvemos Telemadrid, 2021).

En el año 2023 se aprobó la última de las contrarreformas, la Ley 16/2023 llamada “Ley Ómnibus dos”, sobre la “simplificación y mejora de la eficacia de las instituciones y organismos de la Comunidad de Madrid”. Esta nueva ley continuó con la misma tendencia del Gobierno hasta ese momento: “Si las leyes aprobadas en 2021 y 2022 que modificaron la Ley 8/2015 ya suponen una clara regresión respecto a la búsqueda del consenso político para los nombramientos y funciones de los órganos de gobernanza de Telemadrid, esta «Ley Ómnibus dos» ratifica de manera taxativa la tendencia del Gobierno de la Comunidad de Madrid hacia el máximo control político sobre la radiotelevisión pública madrileña” (Lozano López et al., 2025, p. 807). Entre las modificaciones más relevantes se encuentra el cambio en el sistema de nombramiento del director general, que dejó de depender de la Asamblea de Madrid para pasar a ser competencia de la Junta General de Accionistas de Telemadrid. Esta centralización del poder de decisión fue interpretada como un potencial riesgo para la autonomía institucional y calificada como inconstitucional por los propios letrados de la cámara (Marín, 2023). Posteriormente, la norma fue admitida a trámite como recurso de inconstitucionalidad tras la iniciativa de más de cincuenta senadores del Grupo Socialista (Boletín Oficial del Estado, 2024).

Pese a este contexto de conflictividad política y normativa, los datos de audiencia de Telemadrid no reflejan de forma directa estas tensiones. En enero de 2025, la cadena registró un incremento de su cuota de pantalla hasta alcanzar un 5,4 % de cuota de pantalla (Europa Press, 2025), con una media del 5,1 % durante la temporada comprendida entre septiembre de 2024 y junio de 2025, según Barlovento Comunicación (2025), lo que la situó como la octava cadena más vista en esa temporada. Estas cifras se mantienen, no obstante, por debajo de las registradas por otras televisiones públicas autonómicas como TV3 o Aragón TV, que en 2024 alcanzaron cuotas de pantalla de 13,7 % y 11,6 %, respectivamente (GECA, 2025).

La literatura académica ha abordado de forma extensa el papel que deben desempeñar las televisiones públicas de proximidad en los sistemas democráticos contemporáneos, especialmente en relación con su función de servicio público, su estructura de gobernanza y su capacidad para garantizar el pluralismo informativo.

Desde una perspectiva normativa y estructural, autores como Bustamante (2016) han defendido la necesidad de una radiotelevisión pública descentralizada que refuerce la cohesión territorial y la diversidad cultural, subrayando el valor estratégico de los medios de proximidad en contextos de fragmentación mediática. En una línea complementaria, Albornoz y Cañedo (2015) han puesto de relieve la tensión entre la reivindicación de la diversidad y las denuncias recurrentes de instrumentalización política en las televisiones autonómicas, señalando este conflicto como uno de los ejes centrales del debate académico en España.

Otros trabajos se han centrado en los marcos regulatorios y los modelos de financiación, destacando las dificultades para garantizar su sostenibilidad económica sin comprometer su independencia editorial (Campos Freire, 2015). En el caso concreto de Radio Televisión Madrid, diversos estudios han analizado los procesos de reforma y contrarreforma legislativa como factores determinantes en la configuración de su modelo de gobernanza y en la percepción pública de su credibilidad institucional (Lozano López, 2022; Lozano López et al., 2025). Estas investigaciones advierten de una progresiva erosión de los mecanismos de consenso político y autorregulación.

Pese a la amplitud de estos enfoques, la mayoría de los estudios existentes se han centrado en el análisis normativo, institucional o mediático de las televisiones autonómicas, prestando una atención limitada al discurso político producido en los espacios parlamentarios. En este sentido, el presente artículo se sitúa en un plano complementario al centrarse específicamente en el análisis sistemático de las menciones a Telemadrid producidas en el seno de la Asamblea de Madrid, entendida como un espacio privilegiado de confrontación discursiva y de construcción simbólica del papel de la radiotelevisión pública autonómica. El periodo analizado, que incluye la primera mitad del año 2025, resulta especialmente relevante al permitir observar los efectos discursivos de los cambios legislativos una vez transcurrido tiempo suficiente desde su implementación.

Desde la perspectiva de la comunicación política, los actores políticos dependen en gran medida de su presencia en los medios de comunicación para construir su imagen pública, difundir sus propuestas y legitimar su acción de gobierno (Fernández-Holgado et al., 2022). Al mismo tiempo, en un contexto de progresivo descenso del consumo de televisión tradicional —con Antena 3 como la cadena más vista en 2024, con un 12,6 % de cuota de pantalla, según Barlovento Comunicación (2025)—, la ciudadanía demanda medios de proximidad que ofrezcan una información fiable y cercana. En este

contexto, Telemadrid ha ocupado una posición relevante dentro del debate político y mediático madrileño.

Tras haber sido objeto de una prolongada campaña de desprestigio agravada con el expediente de regulación de empleo de 2012 (Marzal Felici & Casero Ripollés, 2021), había logrado recuperar parcialmente su reputación entre la ciudadanía madrileña, asociándose a una mayor percepción de independencia política (Marzal Felici & Casero Ripollés, 2021). Sin embargo, las sucesivas reformas regulatorias y los cambios en su modelo de gobernanza han reactivado un debate político e institucional en torno a Telemadrid, especialmente en cuestiones relacionadas con la independencia editorial, la gestión y el control político del medio público.

Estos debates se insertan, además, en un contexto europeo marcado por una creciente preocupación por el pluralismo mediático y la autonomía de los medios públicos. Como señalan Bardoel y Lowe (2007), los medios de servicio público deben ser universalmente accesibles y relevantes para la ciudadanía, pero también independientes de presiones políticas y comerciales. La evolución del ecosistema audiovisual ha impulsado una transición desde el tradicional PSB (Public Service Broadcasting) hacia PSM (Public Service Media), adaptado a un entorno caracterizado por la digitalización, la fragmentación de audiencias y la competencia de las plataformas digitales (Bardoel & Lowe, 2007). En este contexto, la legitimidad de los medios públicos depende cada vez más de su capacidad para garantizar pluralismo y servicio democrático. La entrada en vigor de la Ley Europea de Libertad de Medios (EMFA, por sus siglas en inglés) reconfigura el panorama audiovisual de la Unión Europea al imponer salvaguardas vinculantes a la injerencia política y a la opacidad financiera (European Union, 2024). Para los operadores nacionales, la EMFA actúa como un escudo normativo que exige transparencia en los nombramientos directivos y estabilidad presupuestaria para salvaguardar la independencia editorial frente a las diferentes legislaturas políticas (Albanesi, 2024). No obstante, la efectividad de estas medidas depende en gran parte de la voluntad política de los Estados para adherirse a prácticas mediáticas y periodísticas transparentes y responsables a pesar de la fortaleza de la legislación (Mutu, 2025).

En el ámbito parlamentario español, diversos estudios han analizado el discurso político desarrollado en los debates institucionales. Por ejemplo, Fuentes Rodríguez (2011, 2012) destaca por su análisis de las preguntas orales en el Congreso de los Diputados, estableciendo una clasificación aplicable a los plenos regionales. Asimismo, Ortega Garrido (2024) analizó el discurso político de las preguntas al Gobierno en la Asamblea de Madrid, en concreto de Isabel Díaz Ayuso y la líder de la oposición en esos momentos, Mónica García.

En la actualidad, el discurso político sobre Telemadrid se articula de forma predominante a través de las intervenciones realizadas en los plenos de la Asamblea de Madrid, especialmente mediante las preguntas dirigidas al Gobierno regional. Aunque existen otros mecanismos parlamentarios —como interpelaciones, propuestas de comisión o informes—, estos suelen tener una menor visibilidad pública y una difusión más limitada en el ecosistema mediático. Por ello, los plenos parlamentarios se convierten en un espacio privilegiado para analizar cómo se construye, confronta y negocia políticamente el significado y la función de la radiotelevisión pública autonómica.

En este contexto, el estudio analiza las menciones a Telemadrid realizadas durante los plenos parlamentarios de la Asamblea de Madrid con el objetivo de identificar tanto la intensidad de las referencias como el tono y los marcos discursivos empleados por los distintos grupos políticos.

A partir de estos objetivos, el estudio plantea las siguientes preguntas de investigación:

- P1: ¿Cómo es representada discursivamente Telemadrid en los debates parlamentarios de la Asamblea de Madrid?
- P2: ¿Qué marcos argumentativos emplean los distintos grupos parlamentarios para abordar Telemadrid?

2. Metodología

Para responder a las preguntas de investigación planteadas, la presente investigación adopta una metodología que combina el análisis descriptivo de frecuencias con una aproximación cualitativa orientada a la identificación e interpretación de marcos discursivos en los debates parlamentarios de la Asamblea de Madrid. Baker (2006) señala que la combinación entre análisis cuantitativo de frecuencias y aproximaciones cualitativas permite identificar patrones discursivos recurrentes.

La unidad de análisis se definió como cada intervención parlamentaria que incluyera al menos una referencia explícita a Telemadrid o a la radiotelevisión pública madrileña.

La muestra documental abarca el periodo comprendido entre el inicio del curso político en septiembre de 2024 y el cierre del periodo ordinario de sesiones en junio de 2025, correspondiente a la XIII legislatura. Concretamente se han analizado los plenos celebrados los días 12, 13 y 19 de septiembre de 2024 (correspondiendo los dos primeros al Debate del Estado de la Región); 3, 10, 17 y 24 de octubre; 7, 14 y 21 de noviembre; y 5, 12, 19 y 20 de diciembre, estos últimos correspondientes al debate presupuestario. Dado que el mes de enero es inhábil en la Asamblea de Madrid, el análisis de 2025 incluye los plenos celebrados los días 6, 13 y 20 de febrero; 6, 13 y 20 de marzo; 3, 10 y 24 de abril; 8, 14 y 22 de mayo; y 5, 12 y 19 de junio. En total, el corpus analizado está compuesto por 27 sesiones plenarias. El Debate sobre el Estado de la Región (12 y 13 de septiembre de 2024) y el Debate Presupuestario (19 y 20 de diciembre de 2024) fueron considerados como una única sesión parlamentaria debido a su continuidad temática.

La selección de los plenos como objeto de análisis responde a su elevada visibilidad pública y a su capacidad para generar agenda mediática, dado que estas sesiones son habitualmente replicadas tanto por los medios de comunicación tradicionales como por las redes sociales. Por este motivo, se han excluido otras formas de actividad parlamentaria, como interpelaciones, comisiones o comparecencias. Como señala Sánchez García (2010), el debate parlamentario constituye un género discursivo caracterizado por una elevada carga argumentativa y persuasiva en el que las intervenciones buscan influir tanto en los adversarios políticos como en la opinión pública.

Por cada mención identificada, se analizó el contenido del mensaje, el contexto en que se producía y el tono discursivo adoptado por el interviniente. Las variables consideradas incluyeron el grupo parlamentario responsable y la fecha del pleno en el que esta tuvo lugar.

Con el objetivo de garantizar la coherencia en el proceso de clasificación, se elaboró un libro de códigos (tabla 1) con definiciones operativas para cada una de las categorías analíticas empleadas en el estudio:

Tabla 1

Libro de códigos

Etiqueta	Categoría	Definición operativa	Exclusión
Crítico: gestión	Discurso crítico hacia Telemadrid en relación con su gestión y su grado de control político.	Referencias que cuestionan la independencia editorial, denuncian el control gubernamental o la utilización partidista de Telemadrid.	Excluye críticas financieras o de audiencia sin mención política
Crítico: programación, financiación y audiencia	Discurso crítico centrado en la programación, la financiación o los índices de audiencia de Telemadrid.	Menciones negativas relativas a los contenidos emitidos, el gasto público, los bajos datos de audiencia o la baja eficiencia económica.	Si la crítica financiera se vincula directamente a una consecuencia del cambio de Ley se codifica como "Discurso crítico respecto al cambio de Ley"
Crítico: cambio de Ley	Discurso crítico respecto al cambio de Ley de Telemadrid.	Referencias de oposición, protesta o valoración negativa al marco legislativo o a reformas normativas vinculadas a la corporación.	Requiere la mención explícita a las leyes o reformas.
Neutro	Discurso neutro.	Referencias descriptivas o informativas sin valoración explícita.	No hay juicios de valor.
Favorable: gestión	Discurso favorable.	Intervenciones que valoran positivamente la gestión, función pública o modelo de Telemadrid.	Cualquier valoración positiva entra en esta categoría excepto si hay comparaciones con RTVE.
Favorable: comparativa RTVE	Comparativa positiva de Telemadrid con Radiotelevisión Española (RTVE)	Comparaciones utilizadas para legitimar el modelo de gestión autonómico frente a RTVE. Estas menciones dejan en mejor posición el modelo de gestión autonómico al estatal	La comparación debe favorecer a Telemadrid.
Crítico: comparativa RTVE	Comparativa de Telemadrid con RTVE en términos negativos	Comparaciones utilizadas para cuestionar o deslegitimar el modelo autonómico en comparación con el estatal.	La comparación debe perjudicar a Telemadrid.

Fuente. *Elaboración propia.*

Aunque la codificación fue realizada por una única investigadora, se establecieron previamente criterios operativos de clasificación, revisados de manera iterativa durante el proceso de análisis con el objetivo de garantizar la consistencia interna del proceso analítico. Al ser un único codificador, la fase de entrenamiento se planteó como un proceso de validación del libro de códigos, seleccionándose una muestra aleatoria (un 11,1 % del corpus total, correspondiente a 3 plenos) y se probaron las categorías, asegurando que las definiciones operacionales eran exhaustivas y unívocas. En aquellos casos en los que una intervención incorporaba más de un elemento discursivo se priorizó el eje argumentativo predominante en la referencia a Telemadrid, ya que cada mención sólo puede ser codificada en una de las categorías de la lista. De esta forma, las dudas ante unidades de análisis ambiguas se resolvieron aplicando las reglas de exclusión mutua y predominio argumental establecidas en el libro de códigos. Para garantizar la fiabilidad del proceso, se evaluó la consistencia de la codificación mediante un método de *retest*: una vez finalizada la codificación se volvió a codificar una muestra ciega del 14,08 % (10 menciones del total de 71 analizadas) transcurridas tres semanas. Se obtuvo una coincidencia del 100 %, lo que demuestra una alta consistencia en la aplicación del libro de códigos.

La recopilación del material empírico se realizó a partir de los diarios de sesiones de la Asamblea de Madrid. Para la correcta contextualización de las intervenciones y la identificación precisa del tono discursivo, se ha recurrido asimismo a la mediateca de la propia Asamblea, lo que ha permitido contrastar el contenido textual con el registro audiovisual de los debates.

Dado el carácter predominantemente cualitativo e interpretativo del estudio, el análisis se orientó a la identificación de marcos discursivos y tendencias argumentativas, complementándose con recuentos descriptivos de frecuencia.

3. Resultados

Los dos primeros plenos analizados, correspondientes al Debate sobre la Orientación Política General del Gobierno de la Comunidad de Madrid (12 y 13 de septiembre de 2024) incluyen una única referencia a Telemadrid, realizada por el entonces portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, Juan Lobato Gandarias. Esta intervención emplea a Telemadrid como ejemplo dentro de una crítica más amplia sobre gasto institucional y el uso de recursos públicos por parte del Gobierno regional:

Tengan un poquito de posición, un poquito de posición de Estado y de la Unión Europea, que en política exterior es esencial tenerla. Ha hecho algunas alusiones también con una demagogia y un populismo... Esto de los cientos de asesores que tiene el Gobierno de España, que los pagan las familias pobres... ¡Pero bueno!, ¿y los cientos de asesores que tiene usted, oiga, y Telemadrid, y los gastos en los medios de comunicación, eso quién lo paga, los Reyes Magos? (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 12 y 13 de septiembre, Núm. 282, p. 12871)

En los cuatro plenos posteriores (19 de septiembre, 3, 10 y 17 de octubre de 2024) no se encontró ninguna mención a Telemadrid.

En el siguiente pleno, 24 de octubre de 2024, se concentra un aumento significativo del debate sobre el medio, con 14 menciones. En esta sesión, la mayoría de las referencias presentan un tono crítico y proceden principalmente de los grupos Más Madrid y Socialista. Las principales críticas se centran en la supuesta falta de independencia editorial y en la utilización partidista de la cadena pública. Desde Más Madrid, Pablo Padilla Estrada definió Telemadrid como “una especie de laboratorio donde crear y testar los bulos” y cuestionó los criterios de selección de los medios invitados a las tertulias. En una línea similar, Beatriz Borrás Vergel (Más Madrid) acusó al Gobierno regional de mantener “secuestrada” la cadena pública y de utilizarla como medio de confrontación política. El PSOE igualmente vinculó Telemadrid con dinámicas de control político y deterioro institucional. Santiago Rivero Cruz afirmó que el Gobierno madrileño había “hundido” Telemadrid a la vez que estaban criticando la gestión de RTVE. La intervención de Tatiana Jiménez Liébana señaló que la Ley de 2023 “transformaba sustancialmente el régimen jurídico” de organismos como Telemadrid. Por su parte, el Partido Popular respondió a las acusaciones mediante una estrategia discursiva basada en la comparación con Radiotelevisión Española. El consejero de Presidencia, Justicia y Administración Local Miguel Ángel García Martín, así como el diputado José Virgilio Menéndez defendieron la legitimidad de Telemadrid y trasladaron las acusaciones de control político al Gobierno central y a RTVE, utilizando esta comparación como mecanismo de legitimación de la gestión autonómica. Por último, Vox centró sus referencias en las modificaciones legislativas vinculadas a Telemadrid y en la supuesta pérdida de independencia derivada de los cambios normativos aprobados por el Gobierno regional.

En el siguiente pleno, el del 7 de noviembre de 2024, encontramos cuatro menciones a Telemadrid, nuevamente con predominio del tono crítico centrado en la programación, el control político y el uso de Telemadrid como instrumento de confrontación partidista. La primera mención procede de la diputada Marta Bernardo Llorente (PSOE): “El pasado lunes se consintió que en Telemadrid un tertuliano de poca monta insultara sin piedad al presidente del Gobierno. Muchos de ustedes dirán que es libertad de información; no, señorías, no es libertad de información, es incitación al odio” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 7 noviembre 2024, Núm. 337, p. 15412). En una línea similar Rafael Martínez Pérez (PSOE) vinculó irónicamente el tratamiento informativo de Telemadrid con la cobertura de noticias negativas sobre el Ejecutivo central. Por su parte, Vox centró su discurso en las modificaciones de los órganos de dirección de la corporación. Ana Velasco Vidal-Abarca (Vox) comparó la situación de Telemadrid con la de RTVE: “Ustedes han hecho lo mismo que Sánchez con Radiotelevisión Española, también han tomado al asalto los órganos de dirección de Telemadrid y con el mismo objetivo: controlar un medio que es un servicio público de y para todos los madrileños” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 7 noviembre 2024, Núm. 337, p. 15411). Por último, desde el PSOE se incorporaron referencias relacionadas con la financiación institucional y la transparencia publicitaria. Tatiana Jiménez Liébana cuestionó la falta de accesibilidad de determinados gastos vinculados a campañas institucionales y convenios con Telemadrid.

En el siguiente pleno, el 14 de noviembre, no hubo ninguna mención a Telemadrid. El pleno celebrado el 21 de noviembre de 2024 constituye uno de los puntos álgidos del periodo analizado, con un total de 19 menciones a Telemadrid. La mayor parte presentan un tono marcadamente confrontativo y giran en torno a cuestiones relacionadas con la independencia editorial, la gestión económica o la supuesta instrumentalización política del ente público.

El diputado Pablo Padilla Estrada (Más Madrid):

Pero vamos con Telemadrid, ¿quién dirige ahora mismo Telemadrid? Les voy a dar cuatro opciones a ver si aciertan: ¿un señor que aparece en los papeles de Bárcenas por llevarse 400.000 euros?, ¿un amigo íntimo de Zaplana que dijo que todo lo que hacía ese señor era legal?, ¿el responsable de un ERE salvaje que despidió a 829 trabajadores en Telemadrid contra todo derecho? o ¿uno de los responsables de la manipulación de los episodios más oscuros de Televisión Española? No se preocupen, pueden ser las cuatro, ¡Ayuso ha conseguido que sean las cuatro!

[...]

Miren, en 2019 el director de Telemadrid se elegía por un concurso de mérito y capacidad y una mayoría de dos tercios, pero Ayuso asaltó la televisión pública solo para enchufar a un caballero cuyo único mérito es obedecer las órdenes del Partido Popular. Todo el mundo sabe que, si José Antonio Sánchez hubiera tenido que competir con algún otro candidato en igualdad de condiciones, nunca hubiera llegado a dirigir Telemadrid, porque, además de un sectario y un casposo, es, sobre todo, un incompetente.

Miren, el artículo 23 de la Ley 8/2015 establece que un criterio para cesar al director de Telemadrid es que las cuentas no salgan, una desviación presupuestaria, que es exactamente lo que ocurre siempre con este señor. Y ahí es donde entra usted, ¿verdad, señor consejero? A acudir a su rescate. Miren, este es como un “yo te doy cremita, tú me das cremita”, pero formato PP de Madrid: tú transformas Telemadrid en “teleayuso” y yo, a cambio, inyecto todo el dinero público que haga falta. Y, si no, explique por qué el pasado 13 de noviembre aprobaron un incremento de 4 millones de euros en el presupuesto de Telemadrid. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 21 noviembre 2024, Núm. 360, pp. 16728-16729)

Se trata de una intervención en la que se cuestionan tanto el sistema de nombramiento de la dirección de Telemadrid como la gestión presupuestaria de la corporación. Frente a estas acusaciones, responde el consejero de Presidencia, Justicia y Administración Local Miguel Ángel García Martín (GPP) con tres menciones en las que defiende la legitimidad institucional y la dirección de Telemadrid y justifica el incremento presupuestario, apelando a necesidades derivadas de la actualización salarial de los empleados públicos.

Usted sí que tiene ese escaño lleno de caspa y no el director de Radio Televisión Madrid! y, en segundo lugar, lógicamente, esa adenda a la que hace usted referencia a modo de cremita -cremita no sé muy bien a qué se refiere, usted sabrá mucho de esas cosas- le digo que, por circunstancias no imprevistas, efectivamente ha habido que firmar una adenda con Telemadrid para recoger aquellas cuestiones que no estaban previstas en el presupuesto, como, por ejemplo, el incremento de las retribuciones de los empleados públicos, que es normativa básica estatal y que lógicamente hay que atender también a través del presupuesto de Telemadrid. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 21 noviembre 2024, Núm. 360, p. 16729)

El diputado Pablo Padilla Estrada (Más Madrid) responde mencionando también tres veces a Telemadrid:

Ustedes han convertido Telemadrid en la zona cero de la desinformación, en un acelerador de bulos que chapotea en el fango, y es difícil diferenciarlo de otros medios truchos que financian ustedes con dinero público. Yo les pediría que dejen de usar a Telemadrid como el diario personal de Ayuso, en el que dice quién le cae bien y quién le cae mal y que se lleva a todos sus viajes, que no sirven para nada, y empiecen a tratar a Telemadrid como se merece, como un servicio público esencial, de cercanía, plural y riguroso. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 21 noviembre 2024, Núm. 360, p. 16729)

En la dúplica el consejero menciona Telemadrid en cuatro ocasiones:

Televisión Española nos cuesta más de 1.200 millones de euros al año; es decir, 25 euros por contribuyente, frente a menos de 1 euro al mes que cuesta Telemadrid.

Usted ha cuestionado al director de Telemadrid, un director que, por cierto, ha sido elegido por los miembros del Consejo de Administración elegidos por esta Asamblea, que ha pasado por la Comisión de Control de Telemadrid y que la Junta de accionistas ha ratificado. Para asalto, el de Televisión Española, con esa presidenta, reconocida militante del Partido Socialista, o con ese decretazo para colar en el Consejo de Administración de Televisión Española a todos los socios y a todos los amigos de Pedro Sánchez.

[...]

Mientras tanto, nosotros, ¿qué haremos? Seguiremos dotando a Telemadrid de los recursos necesarios, bajo el principio de austeridad, para que siga haciendo una televisión de calidad, una televisión próxima, cercana, local, que está dando, por cierto, los mejores resultados: un 15 por ciento de incremento de la cuota de pantalla. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 21 noviembre 2024, Núm. 360, p. 16730)

Por último, en el pleno del día 21 de noviembre, Íñigo Henríquez de Luna Losada (Vox) menciona:

Pero eso cambió; cuando tuvieron mayoría absoluta, eso cambió, y trajeron rápidamente la segunda ley omnibus, la 16/2023, donde reformaron 18 leyes, y al más puro estilo Sánchez consumaron su asalto no solamente a la Cámara de Cuentas, sino también a Telemadrid y al Consejo de Transparencia. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 21 noviembre 2024, Núm. 360, p. 16767)

En esta sesión el discurso se articula a través de intervenciones reiteradas que cuestionan la figura del director general, la gestión presupuestaria y la audiencia del canal frente al Gobierno regional que enfatiza el coste comparativo de Telemadrid frente a RTVE, su modelo de gobernanza y los resultados de audiencia, configurando un marco discursivo de legitimación económica y funcional.

En los plenos ordinarios de diciembre de 2024 (5 y 12) no se registran menciones a Telemadrid. Sin embargo, durante el debate presupuestario de los días 19 y 20 se contabilizan tres referencias. En todas ellas Telemadrid aparece asociada a otros órganos de control institucional y a una pérdida de autonomía derivada de las reformas legislativas recientes. Las intervenciones del PSOE, Más Madrid y Vox coincidieron en asociar Telemadrid con otros organismos de control institucional, como la

Cámara de Cuentas o el Consejo de Transparencia. Desde el PSOE, Tatiana Jiménez Liébana sostuvo que estos organismos habían sido debilitados por las reformas legislativas y señaló que Telemadrid había sufrido una pérdida similar de autonomía institucional. Por su parte, Hugo Martínez Abarca (Más Madrid) vinculó el incremento presupuestario de Telemadrid con estrategias de propaganda institucional y con la utilización de recursos públicos para favorecer la comunicación política del Gobierno autonómico. En una línea similar, Vox interpretó las modificaciones legislativas aprobadas tras la mayoría absoluta del Partido Popular como un “asalto” a distintos órganos institucionales, entre ellos Telemadrid.

Tras el mes inhábil de enero, el pleno del 6 de febrero de 2025 marca la primera mención directa a Telemadrid por parte de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso. En esta sesión, el ente es mencionado un total de siete veces. La primera de ellas la realiza María del Mar Espinar Mesa Moles (Portavoz del Grupo Parlamentario Socialista), quien acusó al Gobierno regional de utilizar los canales institucionales con fines partidistas y afirmó irónicamente: “Si me va a sacar alguna vez en Telemadrid para poder avisar a mi madre”. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 6 febrero 2025, Núm. 403, p. 18693)

La respuesta de Isabel Díaz Ayuso incorporó una doble estrategia discursiva. Por un lado, rechazó cualquier utilización partidista de Telemadrid y denunció supuestas filtraciones vinculadas a otros medios públicos: “Ya verá cómo a su entorno desde Telemadrid no se les filtra ningún dato personal”. Por otro lado, contrapuso el modelo madrileño al de RTVE:

Nosotros no utilizamos tampoco Telemadrid como, por ejemplo, hacen ustedes con Radio Televisión Española, donde llaman sumidero a Madrid y nadie lo defiende, o con las productoras privadas intentan hacer..., con las productoras privadas utilizando lo público, competencia desleal a las cadenas con nuevos formatos de televisión o con el fútbol de manera desleal. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 6 febrero 2025, Núm. 403, p. 18694)

El resto de intervenciones mantuvieron un tono predominantemente crítico. Desde Más Madrid, Emilio Delgado Orgaz vinculó Telemadrid a otros organismos institucionales presuntamente “sometidos” por el Gobierno regional. Jorge Moruno Danzi cuestionó la falta de pluralismo en las entrevistas realizadas por Telemadrid. Desde el PSOE, Carlos Moreno Vinués acusó a Telemadrid de omitir noticias negativas relacionadas con la sanidad madrileña.

El 13 de febrero se menciona Telemadrid en una ocasión. La realiza Ismael Sirio López Martín (PP) en un tono favorable y vincula a la cadena con su función de servicio público, destacando su posible participación en campañas institucionales orientadas a la protección de menores y a la sensibilización sobre el uso de dispositivos digitales.

En los siguientes plenos, 20 de febrero y 6 de marzo de 2025, no se encontró ninguna referencia.

En el pleno del 13 de marzo, encontramos dos menciones a Telemadrid situándolo como eje de confrontación política. La portavoz del Grupo Parlamentario Más Madrid, Manuela Bergerot Uncal contrapuso RTVE a Telemadrid afirmando: “Presidenta, mire, deje de censurar y de esparcir bulos. Televisión Española no es Telemadrid ni Aló, presidenta” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 13 marzo 2025, Núm. 445, p. 20495). Por su parte, Tatiana Jiménez Liébana (PSOE) vinculó

Telemadrid con dinámicas de censura y propaganda institucional a propósito de la emisión del documental 7.291, llegando a referirse irónicamente a la plataforma PlayMad como una “plataforma de propaganda audiovisual” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 13 marzo 2025, Núm. 445, p. 20529).

En el pleno del 20 de marzo de 2025 se identificaron referencias a Telemadrid por parte del PSOE y Más Madrid, nuevamente enmarcadas en un discurso crítico sobre la independencia editorial y el tratamiento informativo en la cadena. La portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, María del Mar Espinar Mesa-Moles vinculó el funcionamiento de Telemadrid con prácticas de control político y acusó al Gobierno regional de actuar con un “despotismo bananero” en su gestión del ente público. Sin embargo, la mayoría de las intervenciones las realizó el diputado Pablo Padilla Estrada (Más Madrid), quien concentró doce referencias:

Desde que Ayuso gobierna la audiencia de Telemadrid no deja de bajar. Ustedes asaltaron Telemadrid, purgaron a la directiva, pusieron a un militante del Partido Popular a cargo y cada día menos gente ve Telemadrid. Ustedes han conseguido que Telemadrid sea la cuarta televisión pública autonómica menos vista de toda España; hay ocho que se ven más que Telemadrid. Ustedes gastaron 87 millones de euros en 2024 para conseguir la audiencia del 5,5 por ciento, son unos 15 millones de euros por punto de audiencia. ¿Usted cree que esto es servicio público? ¿Usted está satisfecho con lo que hace Telemadrid?

[...]

Hace justo una semana, Televisión Española tuvo que retransmitir un documental, 7.291, sobre los protocolos de la vergüenza, [...] Y lo emitió Televisión Española porque ustedes prohibieron que se retransmitiera en Telemadrid; nosotros se lo pedimos en público, en privado, recogimos miles de firmas, y ustedes dijeron que es que no había interés. ¡Pues un poco de interés sí que había, porque el 25 por ciento de los madrileños vieron ese documental!; de hecho, cinco veces más que la media de la audiencia de Telemadrid.

[...]

Ustedes se han convertido a Telemadrid en un club de fans de Ayuso en el que, si el novio de Ayuso va a declarar al juzgado, pues se van a una carretera de Arganda y Morata de Tajuña y nos enseñan cómo se desbroza esa carretera; ¿que el novio de Ayuso es imputado por corrupción y administración desleal en los negocios?, cerrojo informativo y aquí ni rastro de la noticia; ¿que miles de personas salen a la calle pidiendo sanidad pública, educación pública o que regulen los alquileres?, pues en Telemadrid ni pío. Y es que ustedes creen que Telemadrid es como la filial madrileña de la “fachosfera”; eso sí, como un canal ultra de YouTube dopado con dinero público, pero que cada vez ve menos gente, ¡es que ni siquiera lo ven ni los suyos! Porque en Telemadrid ahora mismo salo hay sitio para tres cosas: toros, muchos toros, ustedes gastan este año el doble que el año anterior para subvencionar y que un sector prehistórico y mantenido sobreviva a base de sus paguitas; en Telemadrid hay tertulianos de derechas, estómagos agradecidos, discursos de odio...

Y yo se lo digo sinceramente: parece que ustedes hacen la selección de los terrenos de Telemadrid con los con los restos del Ku Klux Klan. (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 20 marzo 2025, Núm. 456, pp. 20972 - 20973)

En los plenos celebrados en abril de 2025 se observa una menor frecuencia de menciones. El pleno del 3 de abril no incluye referencias, mientras que el del 10 de abril recoge tres menciones, todas ellas críticas y centradas en la acusación de manipulación informativa y en el papel de Telemadrid dentro del ecosistema mediático regional. María del Mar Espinar Mesa-Moles (PSOE) vinculó Telemadrid con lo que denominó “máquina del fango”, situando la cadena regional dentro de una estrategia mediática orientada a proteger al Gobierno regional. En una línea similar, Emilio Delgado Orgaz (Más Madrid) relacionó Telemadrid con otros organismos institucionales que, según su intervención, habrían sido objeto de control político por parte del ejecutivo autonómico. Por su parte, Horacio Díez Contreras (PSOE) criticó el tratamiento informativo de la cadena pública acusándola de omitir determinadas noticias relacionadas con la actualidad judicial y política de la Comunidad de Madrid. En concreto cuestionó que Telemadrid priorizara contenidos de carácter anecdótico (“reportaje de un limpiabotas en el barrio de Salamanca”) antes que la noticia de la comparecencia en el juzgado de Alberto González Amador, pareja de la presidenta de la Comunidad de Madrid Isabel Díaz Ayuso.

Finalmente, el 24 de abril se registra una única referencia a Telemadrid, realizada por Lorena Morales Porro (PSOE), quien describió a la cadena autonómica como un medio subordinado al Gobierno regional: “Ha tenido que ser en Telemadrid, su medio siervo y esclavo” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 24 abril 2025, Núm. 487, p. 22323).

Durante el mes de mayo las referencias a Telemadrid son escasas y puntuales, vinculadas al debate sobre financiación pública y programación, en concreto en relación con los derechos de transmisión de la tauromaquia. En el primer pleno, el 8 de mayo, no encontramos ninguna mención. En el del 14, hay una única mención, que realiza la portavoz del Grupo Parlamentario Más Madrid, Manuela Bergerot Uncal, quien vinculó el gasto destinado a retransmisiones taurinas en Telemadrid con una política de subvenciones orientada a favorecer determinados sectores afines al Gobierno regional.

De forma similar, en el pleno del 22 de mayo encontramos también una mención, del diputado Antonio Sánchez Domínguez (Más Madrid), quien criticó el presupuesto destinado a la emisión de contenidos taurinos en la cadena pública y lo comparó con la inversión autonómica en infraestructuras universitarias: “¡Ustedes gastan más presupuesto en conseguir que se emitan los toros en Telemadrid de lo que se gastaban ustedes hace dos años en la Complutense en infraestructuras!” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 22 mayo 2025, Núm. 521, p. 23737).

En el mes de junio se celebraron tres plenos. En el primero de ellos, el día 5 de junio, no encontramos ninguna referencia. El día 12 de junio encontramos una mención por parte de Fernando Fernández Lara (PSOE), quien acusó al Gobierno regional de “convertir a Telemadrid en el instrumento propaganda de su Gobierno” (Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid. 12 junio 2025, Núm. 543, p. 24617). La referencia se enmarca en un discurso más amplio sobre desinformación, confrontación política y utilización partidista de los medios públicos autonómicos.

Por último, antes del descanso estival, en el pleno celebrado el 19 de junio se mencionó una vez a Telemadrid, por parte de la diputada Carmen Mena Romero (PSOE). La referencia se produjo en el

contexto de una discusión sobre mecanismos de control parlamentario e incidió en la necesidad de reforzar la supervisión institucional sobre Radio Televisión Madrid y otros órganos dependientes de la Comunidad de Madrid.

4. Análisis

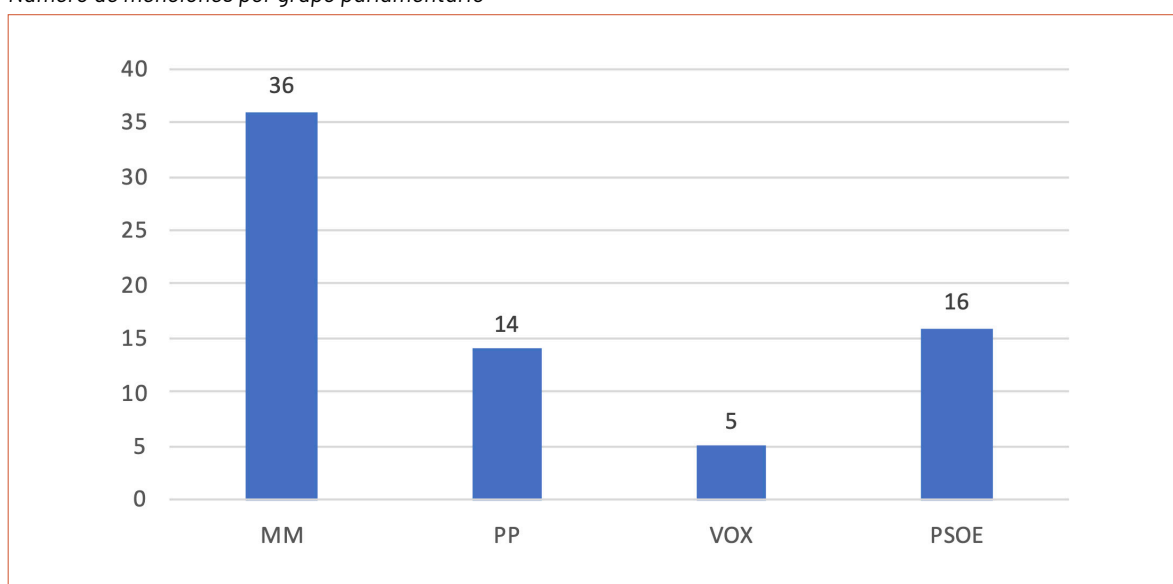
El análisis de los datos obtenidos en los 27 plenos parlamentarios celebrados entre septiembre de 2024 y junio de 2025 muestra una distribución desigual de las menciones a Telemadrid, tanto en términos de frecuencia como de intensidad discursiva. Las referencias al ente público se concentran especialmente en determinados momentos del calendario parlamentario, mientras que en otros plenos no se registra ninguna mención.

Tal como se observa en la Figura 1, correspondiente al número total de menciones por grupo parlamentario, la atención discursiva hacia el ente público no se reparte de forma homogénea entre los distintos actores políticos, sino que se concentra de manera significativa en determinados grupos y categorías discursivas.

En términos cuantitativos, el Grupo Parlamentario Más Madrid es el que realiza un mayor número de menciones a lo largo del periodo analizado, con un total de 36 referencias, lo que representa aproximadamente la mitad del total de menciones registradas (71). Le siguen el Grupo Parlamentario Socialista, con 16 menciones; el Grupo Popular, con 14; y, a mayor distancia, el Grupo Parlamentario Vox, con 5 menciones. Esta distribución (Figura 1) pone de manifiesto que el debate parlamentario sobre Telemadrid está impulsado fundamentalmente por la oposición y, de manera más intensa por Más Madrid.

Figura 1

Número de menciones por grupo parlamentario



Fuente. Elaboración propia.

El análisis del tono de las menciones (Figura 2) demuestra que la mayoría de las referencias a Telemadrid adoptan un carácter crítico. En concreto, 27 menciones se orientan a cuestionar el grado de control político o su falta de imparcialidad informativa, configurando esta categoría como el principal marco interpretativo desde el que se aborda Telemadrid en el discurso parlamentario. A ello se suman 24 menciones centradas en críticas a la programación, la financiación o los índices de audiencia, lo que evidencia una ampliación del foco crítico hacia aspectos de funcionamiento del medio.

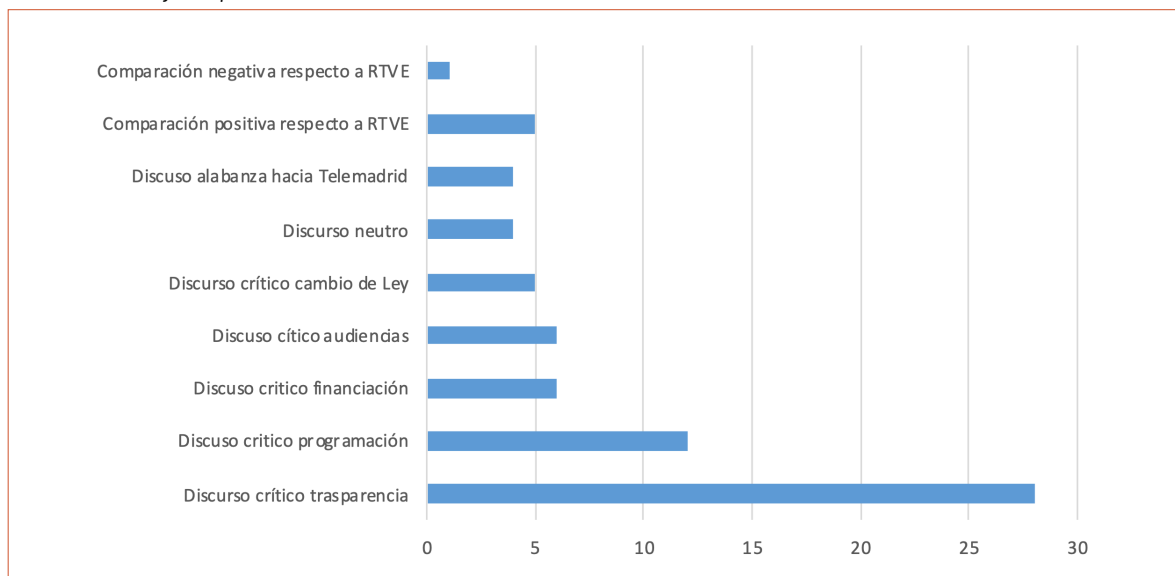
Si se desagregan estas críticas, se observa que las referencias a la programación concentran el mayor número de menciones dentro de esta categoría (13), seguidas por las relativas a la audiencia (6) y a la financiación (5). Esta jerarquía sugiere que el cuestionamiento de los contenidos emitidos y de su orientación editorial ocupa un lugar más relevante en el debate parlamentario que las cuestiones estrictamente económicas, aunque estas últimas también están presentes de forma recurrente.

Frente a este predominio del discurso crítico, las menciones de carácter favorable hacia Telemadrid son minoritarias. Las referencias positivas a la gestión del ente se limitan a 4 menciones, mientras que los discursos neutros —aquellos que exponen datos objetivos sin valoración explícita— también suman 4 casos.

Resulta significativo que el tercer bloque más numeroso esté constituido por las comparaciones positivas con Radiotelevisión Española (RTVE), con un total de 6 menciones, lo que indica que la legitimación del modelo autonómico no se articula tanto mediante la defensa directa de Telemadrid como a través de la contraposición con el ente público estatal. Por el contrario, la comparación negativa con RTVE aparece de forma marginal con una única mención.

Figura 2

Tono del mensaje respecto al número de menciones



Fuente. Elaboración propia.

El cruce de datos por grupo parlamentario y tipo de discurso, recogido en la Figura 3, permite profundizar en las estrategias discursivas diferenciadas de cada actor político. Más Madrid concentra la mayor parte de las críticas relativas al control político y la parcialidad de Telemadrid (17 menciones), seguidas por las críticas a la programación y la falta de pluralidad (9 menciones). Este patrón sugiere una estrategia discursiva coherente, orientada a construir una imagen de Telemadrid como un medio instrumentalizado por el Gobierno regional y alejado de los principios de servicio público.

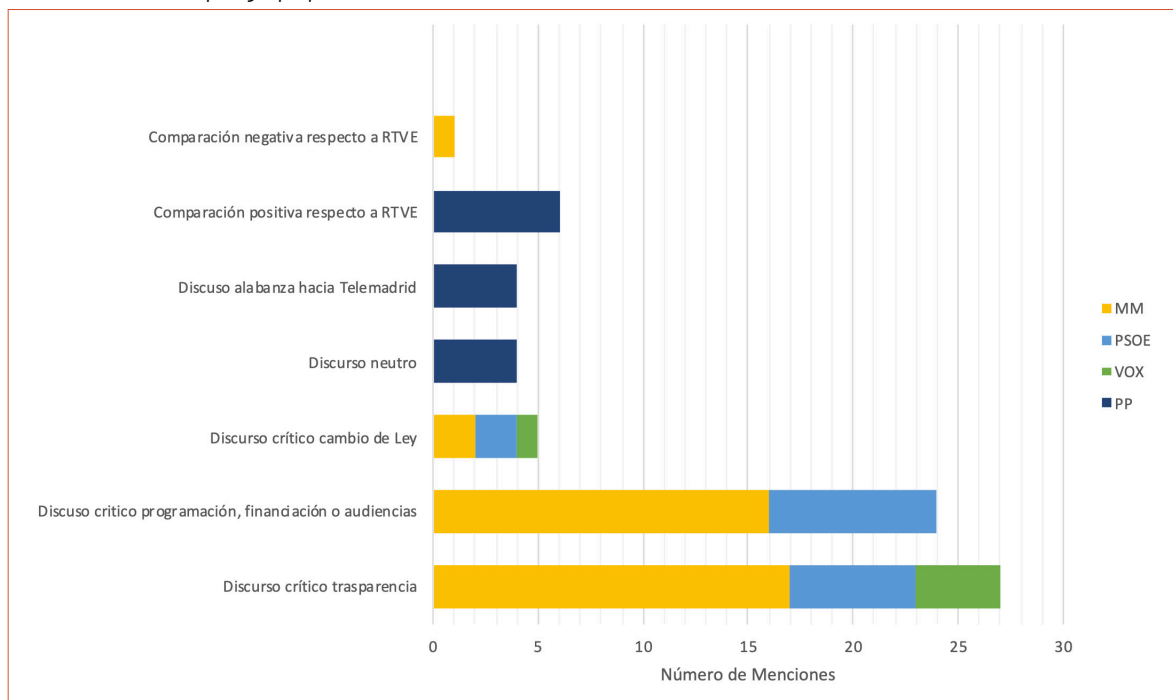
El Grupo Parlamentario Socialista presenta un perfil similar, centrando sus menciones principalmente en la crítica al control gubernamental del ente (6 menciones) y, en segundo término, en la programación (4 menciones). El Grupo Parlamentario Vox focaliza sus intervenciones casi exclusivamente en la cuestión del control político y la falta de transparencia (4 menciones), manteniendo un discurso crítico, pero menos diversificado temáticamente.

En contraste, el Grupo Parlamentario Popular presenta un patrón discursivo claramente diferenciado. Sus menciones se orientan mayoritariamente a la comparación positiva entre Telemadrid y RTVE (6 menciones), así como a la defensa de la gestión del ente (4) y a la exposición de datos objetivos (4). Este reparto indica que la estrategia del Grupo Popular no se basa en negar el debate, sino en reencuadrarlo, desplazando el foco de las acusaciones de control político hacia la comparación con la radiotelevisión pública estatal.

Por último, las menciones críticas a los cambios legislativos introducidos por la denominada “Ley Ómnibus dos” aparecen de forma transversal en todos los grupos de la oposición, con dos menciones tanto por parte de Más Madrid como del PSOE y una por parte de Vox. Aunque cuantitativamente no son mayoritarias, estas referencias adquieren un peso simbólico relevante al conectar el debate sobre Telemadrid con una crítica más amplia a la recentralización del control institucional y a la modificación de los equilibrios de gobernanza de la corporación.

Figura 3

Tono de la mención por grupo parlamentario



Fuente. Elaboración propia.

En conjunto, el análisis evidencia que Telemadrid funciona en el discurso parlamentario como objeto de controversia política. Las menciones al ente público se utilizan de manera sistemática para articular críticas al modelo de gobernanza, mientras que desde el grupo que sustenta al Ejecutivo se recurre a su defensa mediante comparaciones con Radiotelevisión Española y la exposición de datos de gestión y financiación. La televisión pública autonómica se configura como un eje recurrente del debate político madrileño, especialmente en contextos de alta visibilidad parlamentaria.

5. Discusión y conclusiones

La presente investigación se ha centrado en analizar la presencia y el tratamiento discursivo de Telemadrid en la Asamblea de Madrid, con el objetivo de identificar la narrativa parlamentaria en torno al ente público tras la aprobación de las reformas introducidas por la denominada “Ley Ómnibus dos”. Los resultados ponen de manifiesto una clara asimetría en la atención discursiva que los distintos grupos parlamentarios dedican a la televisión autonómica, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Esta desigualdad se refleja, en primer lugar, en el número de menciones, que oscila entre las 36 realizadas por el grupo con mayor presencia discursiva y las 5 del grupo con menor participación; en segundo lugar, también se refleja en los marcos interpretativos empleados para referirse a Telemadrid.

Desde una perspectiva teórica, estos hallazgos se inscriben en un contexto ampliamente documentado de interdependencia entre medios de comunicación y actores políticos. Como señala Ortega Garrido (2024), existe una relación de interdependencia entre los actores políticos y los

medios de comunicación, ya que los primeros necesitan de los segundos para difundir sus mensajes y estos recurren a la actividad política como fuente constante de contenidos. Sin embargo, esta relación adquiere características específicas cuando se trata de medios de titularidad pública, cuya legitimidad se sustenta en principios como la pluralidad, la independencia editorial y el servicio de interés general.

En este sentido, uno de los resultados más relevantes del estudio es el uso recurrente de la comparación entre Telemadrid y Radiotelevisión Española (RTVE) dentro del discurso parlamentario. Esta estrategia discursiva aparece de manera destacada, especialmente desde el grupo que sustenta al Gobierno regional, no tanto para defender de forma directa la gestión de la televisión autonómica, sino para relativizar o neutralizar las críticas mediante una comparación selectiva con el ente público estatal. Este recurso contribuye a la construcción de una lógica de doble rasero en la evaluación de los medios públicos, en la que la independencia o el control político se problematizan en función del nivel institucional al que pertenece cada medio, al tiempo que se legitima el modelo propio frente al ajeno.

Aunque era previsible que los grupos de la oposición articularan sus intervenciones principalmente en clave crítica, resulta significativo que las menciones explícitas a los cambios legislativos introducidos por la “Ley Ómnibus dos” sean menos frecuentes que las referencias a sus efectos prácticos. Las críticas se orientan mayoritariamente a las consecuencias percibidas de dichas reformas —especialmente el incremento del control gubernamental sobre Telemadrid y la pérdida de autonomía del ente— más que al contenido normativo de la ley en sí. Este desplazamiento del foco confirma la tesis planteada por Lozano López et al. (2025, p. 807), quienes sitúan estos procesos dentro de una dinámica de “neo-gubernamentalización” de los medios públicos de proximidad, en la que la gobernanza se reconfigura de forma progresiva sin necesidad de un cuestionamiento legislativo permanente en el debate parlamentario.

Asimismo, el análisis pone de relieve que Telemadrid se ha integrado plenamente en la lógica de la confrontación política en un contexto de creciente polarización. Lejos de detectarse un debate orientado a la mejora estructural del servicio público, la mayoría de las intervenciones utilizan la televisión autonómica como un elemento más en la disputa partidista. Este patrón se refuerza al observar la escasa presencia de discursos orientados a la valoración positiva de la gestión del ente —limitados a cuatro menciones— frente a la mayor frecuencia de comparaciones negativas dirigidas a RTVE. Esta desproporción sugiere que el objetivo principal de las referencias parlamentarias no es tanto la rendición de cuentas o la explicación de datos de gestión, sino la construcción de un relato político en el que el medio público se convierte en un instrumento para desacreditar al adversario.

En conjunto, la discusión de los resultados permite concluir que el debate parlamentario sobre Telemadrid se articula más como un espacio de disputa simbólica entre bloques políticos que como un foro orientado a consensuar modelos de gobernanza, independencia y calidad del servicio público audiovisual. Esta dinámica refuerza la percepción de que los medios públicos no solo informan sobre la política, sino que forman parte activa de la arena política, condicionando y siendo condicionados por las estrategias discursivas de los actores institucionales.

Desde una perspectiva más amplia, este trabajo contribuye a la literatura sobre comunicación política y medios públicos, al ofrecer un análisis empírico del papel que desempeña una televisión autonómica en el discurso institucional, un ámbito aún poco explorado en comparación con

los estudios centrados en medios nacionales. No obstante, el estudio presenta algunas limitaciones, entre ellas su focalización en los plenos parlamentarios, lo que deja fuera otras formas de actividad política con menor visibilidad mediática pero potencialmente relevantes para la construcción del discurso sobre Telemadrid.

Los resultados obtenidos abren diversas líneas de investigación futura en torno a la relación entre medios públicos y confrontación política en el ámbito autonómico español. Sería de interés desarrollar estudios comparados entre distintas radiotelevisiones públicas autonómicas con el objetivo de identificar similitudes y diferencias en los marcos discursivos de los grupos parlamentarios. También resultaría relevante abordar estudios que permitan analizar la evolución del tratamiento discursivo de Telemadrid en diferentes legislaturas o contextos políticos.

6. Financiación y apoyos

Este estudio no recibió financiación.

7. Declaración sobre el uso de inteligencia artificial

En este artículo no se utilizó inteligencia artificial para ningún aspecto.

Semblanza de la autora

Claudia López Frías es profesora ayudante doctora en la Universidad Complutense de Madrid, donde también realizó su doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sus líneas de investigación se han centrado en la televisión, medio al que también ha dedicado su experiencia profesional trabajando como realizadora de televisión en instituciones públicas durante más de diez años.

Referencias

- Albanesi, F. (2024, February 20). *Art. 5 EMFA and the Independence of public service media providers*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom. <https://cmpf.eui.eu/art-5-emfa-and-the-independence-of-public-service-media-providers/>
- Albornoz, L. A., & Cañedo, A. (2015). La reflexión académica sobre la televisión autonómica en España: entre la reivindicación de la diversidad y la denuncia por manipulación política. En J. J. Marzal Felici (Ed.), *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: nuevos escenarios tras el cierre de RTVV* (pp. 29–53). Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Arriaza Ibarra, K. (2016). Auge y caída de Telemadrid, el mejor ejemplo de politización y falta de transparencia en una televisión autonómica. En A. Azurmendi & I. Huarte (Eds.), *Retos de futuro de la televisión autonómica: estructura, financiación, contenido y audiencia* (pp. 186–204). Servicio de Publicaciones de Navarra. Actas XXX Congreso Internacional de Comunicación (CICOM), Universidad de Navarra. <https://congresocicom2015tvautonomicas.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/12/actas1.pdf>
- Baker, P. (2006). *Using corpora in discourse analysis*. Continuum.

- Bardoel, J., & Lowe, G. F. (2007). From public service broadcasting to public service media: The core challenge. In G. F. Lowe & J. Bardoel (Eds.), *From public service broadcasting to public service media* (pp. 9–26). Nordicom. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-10003>
- Barlovento Comunicación. (2025). *Balance de temporada 2024–2025*. <https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2025/06/Balance-Audiencias-TV-Temporada-24-25.pdf>
- Benítez Iglesias, A. J., Stepanian Taracido, E.M., & Sánchez Cid, M. (2016). Aprender a reconocer la manipulación en informativos de TV: El caso de Telemadrid, 2003–2012. En *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicracia y desarrollo social*. (pp. 1318–1339) Ediciones Egregius. <https://hdl.handle.net/10016/31000>
- Boletín Oficial del Estado. (2024, 27 de abril). *Recurso de inconstitucionalidad n.º 2113–2024, contra la Ley 16/2023, de 27 de diciembre, de medidas para la simplificación y mejora de la eficacia de instituciones y organismos de la Comunidad de Madrid* (BOE-A-2024-8475). <https://boe.es/boe/dias/2024/04/27/pdfs/BOE-A-2024-8475.pdf>
- Brunet, J. M. (2022, 28 de marzo). El Tribunal Constitucional pone la lupa sobre las leyes de lectura única de los gobiernos de Ayuso. *El País*. <https://elpais.com/espana/madrid/2022-03-28/el-tribunal-constitucional-pone-la-lupa-sobre-las-leyes-de-lectura-unica-de-los-gobiernos-de-ayuso.html>
- Bustamante, E. (2016). Por una nueva radiotelevisión descentralizada en España. En A. Azurmendi & I. Huarte (Eds.), *Retos de futuro de la televisión autonómica: estructura, financiación, contenido y audiencia* (pp. 8–22). Servicio de Publicaciones de Navarra. Actas XXX Congreso Internacional de Comunicación (CICOM), Universidad de Navarra. <https://congresocicom2015tvautonomicas.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/12/actas1.pdf>
- Campos Freire, F. (2015). Nuevos medios audiovisuales públicos para la era digital. En A.M. López Cepeda (Ed.), *Nuevos y viejos paradigmas de la Televisión Pública. Alternativas a su gobierno y (des)control* (pp. 9–15). Comunicación Social. <https://www.comunicacionsocial.es/media/comunicacionsocial/files/sample-107988.pdf>
- Europa Press. (2025, 3 de febrero). Telemadrid arranca 2025 con una media de 5,4 % de share, 0,5 décimas más que en diciembre. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/madrid/noticia-telemadrid-arranca-2025-media-54-share-05-decimas-mas-diciembre-20250203120339.html>
- European Union. (2024). *Regulation (EU) 2024/1083 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 establishing a common framework for media services in the internal market and amending Directive 2010/13/EU (European Media Freedom Act)*. <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj>
- Fernández-Alonso, I., & Fernández-Viso, A. (2012). Internal pluralism in the governance of public service broadcasters in Spain and the role of social groups and professionals. The case of RTVE. *Communication & Society*, 25(2), 203–230. <https://doi.org/10.15581/003.25.36167>
- Fernández-Holgado, J. F., Puentes-Rivera, I., & Fontenla-Pedreira, J. (2022). Relaciones Públicas, Comunicación Política y Narrativa Audiovisual. Estudio de caso del spot electoral del Partido Popular en las elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, (27), 45–60. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e253>
- Fuentes Rodríguez, C. (2011). Cortesía e imagen en las preguntas orales del Parlamento español. Cultura, lenguaje y representación. *Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I*, (9), 53–79. <https://doi.org/10.6035/CLR.2011.9.3>
- Fuentes Rodríguez, C. (2012). Las preguntas orales en el parlamento español. *Philologia Hispalensis*, 26(1–2), 129–150. <https://doi.org/10.12795/PH.2012.v26.i01.07>
- GECA. (2025). *Informe Anual de Audiencias 2025*. <https://webgeca.geca.es/balance-anual-de-audiencias-2025/>

- Lozano López, M. E. (2022). La contrarreforma legal de Radio Televisión Madrid. De la Ley 8/2015 a la Ley 1/2021. *adComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (23), 227-249. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6141>
- Lozano López, M. E., Ortiz de Guinea Ayala, Y., & Martín Sáez, J. L. (2025). La involución democrática en la gobernanza y autorregulación de Radio Televisión Madrid. La modificación legislativa de la “Ley Ómnibus dos” en el marco de la regulación europea. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(3), 801-811. <https://doi.org/10.5209/emp.101830>
- Marín, E. (2023, 13 de diciembre). Los letrados de la Asamblea de Madrid advierten de la inconstitucionalidad de la nueva Ley de Telemadrid. *El Periódico*. <https://tinyurl.com/2bw7y2cv>
- Marzal Felici, J., & Casero Ripollés, A. (2021). El análisis de las imágenes en la era de las *fake news*. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (22), 11-20. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.1>
- Mutu, A. (2025). Prevenir la captura de los medios en Europa: disposiciones de la EMFA sobre la propiedad de los medios y la publicidad estatal. *Cuadernos de Periodistas*, (49), 51-65. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/prevenir-la-captura-de-los-medios-en-europa-disposiciones-de-la-emfa-sobre-la-propiedad-de-los-medios-y-la-publicidad-estatal/>
- Olmo López, A., & Navarro Moreno, J. A. (2015). Audiencia y servicio público en las televisiones autonómicas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (29). <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2015.i29.01>
- Ortega Garrido, A. (2024). *Discurso político e ironía. El caso de la Asamblea de Madrid*. Editorial Verbum.
- Real Rodríguez, E., & Príncipe Hermoso, S. (2021). Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: Estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público. Objetivo 3. Comparativa autonómica. Caso Radio Televisión Madrid, S. A. (Telemadrid) [Informe]. https://ddd.uab.cat/pub/infpro/2021/251745/Comunidad-de-Madrid_TELEMADRID_DDD.pdf
- Sánchez García, F. J. (2010). Paralogismos y sofismas del discurso político español: La falacia política en un corpus de debates parlamentarios. *Anuario de Estudios Filológicos*, (33), 271-290. <http://hdl.handle.net/10662/728>
- Salvemos Telemadrid. (2021). *Comunicado del Comité de Empresa de @telemadrid y @ondamadrid: El @ppmadrid propone una reforma de la ley de Telemadrid innecesaria e interesada*. En defensa del #ServicioPublico #Independencia #pluralidad. [Publicación en X] <https://x.com/salvemostelega/status/1407330853181591556>

Diarios de sesiones

- Asamblea de Madrid (12 y 13 septiembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 282. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-282.pdf>
- Asamblea de Madrid (19 septiembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 292. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-292.pdf>
- Asamblea de Madrid (03 octubre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 301. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-301.pdf>
- Asamblea de Madrid (10 octubre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 311. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-311.pdf>
- Asamblea de Madrid (17 octubre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 322. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-322.pdf>

- Asamblea de Madrid (24 octubre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 328. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-328.pdf>
- Asamblea de Madrid (07 noviembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 337. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-337.pdf>
- Asamblea de Madrid (14 noviembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 347. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-347.pdf>
- Asamblea de Madrid (21 noviembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 360. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-360.pdf>
- Asamblea de Madrid (05 diciembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 373. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-373.pdf>
- Asamblea de Madrid (12 diciembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 380. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-380.pdf>
- Asamblea de Madrid (19 y 20 diciembre 2024). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 393. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-393.pdf>
- Asamblea de Madrid (06 febrero 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 403. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-403.pdf>
- Asamblea de Madrid (13 febrero 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 413. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-413.pdf>
- Asamblea de Madrid (20 febrero 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 425. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-425.pdf>
- Asamblea de Madrid (06 marzo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 436. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-436.pdf>
- Asamblea de Madrid (13 marzo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 445. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-445.pdf>
- Asamblea de Madrid (20 marzo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 456. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-456.pdf>
- Asamblea de Madrid (03 abril 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 465. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-465.pdf>
- Asamblea de Madrid (10 abril 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 476. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-476.pdf>
- Asamblea de Madrid (24 abril 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 487. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-487.pdf>
- Asamblea de Madrid (8 mayo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 500. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-500.pdf>
- Asamblea de Madrid (14 mayo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 509. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-509.pdf>
- Asamblea de Madrid (22 mayo 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 521. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-521.pdf>
- Asamblea de Madrid (05 junio 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 533. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-533.pdf>

Asamblea de Madrid (12 junio 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 543. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-543.pdf>

Asamblea de Madrid (19 junio 2025). Diario de sesiones de la Asamblea de Madrid. (XIII Legislatura) Número 555. <https://www.asambleamadrid.es/static/doc/publicaciones/XIII-DS-555.pdf>

¿Existe voto dual en Galicia? Análisis de las elecciones autonómicas gallegas de 2024

Is There Dual Voting in Galicia? Analysis of the 2024 Galician Regional Elections

Adrián Caballero-Escusol

Universitat Autònoma de Barcelona | Avinguda de l'Eix Central, 08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona | España

 0000-0003-1694-7808 | adrian.caballero@uab.cat

Javier Bustos Díaz

(Responsable de correspondencia)

Universidad de Málaga | Calle de León Tolstoi, s/n, Teatinos-Universidad, 29010 Málaga | España

 0000-0001-7932-7986 | j.bustos@uma.es

Recepción 23/3/2025 · Aceptación 15/7/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumen

El fenómeno del voto dual en España ha sido particularmente notable en autonomías con fuerte tradición nacionalista, como Cataluña, País Vasco y Galicia, desde la creación del Estado de las Autonomías en 1978. En Galicia, este proceso político comenzó con la aprobación del Estatuto de Autonomía en 1980. Mientras estudios previos se han centrado en Cataluña (Liñeira, 2011; Montero & Font, 1991; Riba, 2000), Riera (2013) sugiere que el voto dual podría estar presente en otras comunidades con similares configuraciones parlamentarias. Los resultados de las elecciones gallegas de 2024, donde el Bloque Nacionalista Galego (BNG) incrementó su representación de 19 a 25 escaños a costa del Partido Socialista (PSOE), que disminuyó de 14 a 9 escaños, indican un posible fenómeno de voto dual en Galicia. Por todo ello, el objetivo principal en este estudio es analizar si las últimas elecciones autonómicas celebradas en Galicia en 2024 son un ejemplo de voto dual. Las circunstancias excepcionales de la pandemia de COVID-19 en las elecciones de 2020 y la desaparición de En Marea también han sido factores importantes en el panorama político gallego. Los resultados permiten considerar este trabajo una aportación a la literatura sobre voto dual y abstención diferenciada, cuestionando que Cataluña sea la única comunidad histórica donde ocurren estos fenómenos.

Palabras clave: elecciones, Galicia, voto dual, partidos de ámbito estatal, partidos de ámbito no estatal.

Abstract

The phenomenon of dual voting in Spain has been particularly notable in autonomous regions with strong nationalist traditions, such as Catalonia, the Basque Country, and Galicia, since the creation of the State of Autonomies in 1978. In Galicia, this political process began with the approval of the Statute of Autonomy in 1980. While previous studies have focused on Catalonia (Liñeira, 2011; Montero & Font, 1991; Riba, 2000), Riera (2013) suggests that dual voting could be present in other communities with similar parliamentary configurations. The results of the Galician elections of 2024, where the Galician Nationalist Bloc (BNG) increased its representation from 19 to 25 seats at the expense of the

Cómo citar: Caballero-Escusol, A. y Bustos Díaz, J. (2026). ¿Existe voto dual en Galicia? Análisis de las elecciones autonómicas gallegas de 2024. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 209-223. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.11>



Socialist Party (PSOE), which decreased from 14 to 9 seats, indicate a possible phenomenon of dual voting in Galicia. Therefore, the main objective of this study is to analyze whether the recent regional elections held in Galicia in 2024 are an example of dual voting. The exceptional circumstances of the COVID-19 pandemic during the 2020 elections and the disappearance of En Marea have also been important factors in the Galician political landscape. The results position this study as a contribution to the literature on dual voting and differential abstention, challenging the assumption that Catalonia is the only historic autonomous community in which these phenomena occur.

Keywords: elections, Galicia, dual voting, state party, non-state party.

1. Introducción

El voto dual es un fenómeno que ha venido acompañando siempre la política española, sobre todo, en aquellas autonomías donde los partidos nacionalistas tienen una larga tradición (Lago, 2000). De forma sintética, se entiende por voto dual aquel sector de la población que vota de forma diferente en las elecciones legislativas y las autonómicas (Montero & Font, 1991). En esencia, esto surge a partir de la creación del Estado de las Autonomías en 1978, cuando ya se argumenta que existen algunas zonas de España, como Cataluña, País Vasco y Galicia, donde existe un carácter histórico (Vallés, 1983). No obstante, trabajos recientes muestran una tendencia hacia un voto dual en otras zonas de España tras el fin del bipartidismo (Ballesteros Navarro et al., 2024). En el caso concreto de Galicia, el proceso de constitución de un espacio político propio comenzó en 1980 con la aprobación del Estatuto de Autonomía (Lagares, 2024).

En la literatura académica, emergen toda una serie de estudios que argumentan el voto dual en Cataluña y las motivaciones que lo acompañan (Liñeira, 2011; Montero & Font, 1991; Riba, 2000). Sin embargo, y como sugieren Riera (2013) y Montero y Font (1991), se debe hacer extensivo al resto de comunidades que, por su composición parlamentaria, pueden crear un escenario similar. Es por ello que, tras los resultados de las elecciones autonómicas de Galicia del 18 de febrero de 2024, donde el Bloque Nacionalista Galego (BNG) incrementó su representación en detrimento del Partido Socialista, cabe plantearse si el fenómeno del voto dual también se da en esta comunidad autónoma y en qué grado. En concreto, el BNG pasó de 19 representantes en la Xunta de Galicia en los anteriores comicios a 25 en las últimas elecciones. Por su parte, el PSOE pasó de 14 escaños a 9.

Estudios previos, como el elaborado por Garmendia y Riera (2024), explican que la polarización política y la política de bloques han generado un aumento del voto dual en Galicia. En este sentido, el Centro de Investigaciones Sociológicas recoge, a través de sus encuestas, que desde el año 2000 los porcentajes de votantes de izquierdas y de derechas que aseguran que nunca votarían al PP o al PSOE crecen considerablemente. Más recientemente, los diferentes barómetros del propio Centro de Investigaciones Sociológicas confirman un incremento de la polarización en España. Por otro lado, se identifica un elemento clave a la hora de ejercer el voto dual: la política de bloques. En España, desde que Pedro Sánchez llegó a ser presidente del Gobierno mediante la moción de censura del año 2018, la política de partidos ha ido girando en torno a los bloques de la investidura y el bloque de derechas, conformado, en esencia, por el Partido Popular y Vox.

Finalmente, hay que considerar un hecho singular previo a estas elecciones, y es que las circunstancias que rodearon la convocatoria de las elecciones de 2020 y la campaña electoral fueron excepcionales.

Esto se debe a que se pospusieron debido a la pandemia de COVID-19, celebrándose casi cinco meses después de la fecha originalmente prevista. Sin embargo, lo más destacable de estas elecciones es, por un lado, el resurgimiento del BNG, que superó a los socialistas en 4,5 puntos porcentuales y en cinco escaños y, por otro lado, la desaparición de En Marea del Parlamento. Este hecho marca el fin de la aventura política de los disidentes del nacionalismo gallego, quienes en su enfoque pragmático olvidaron la importancia del eje identitario (Lagares, 2024). Por todo ello, el objetivo principal en este artículo es analizar si las últimas elecciones autonómicas celebradas en Galicia en 2024 son un ejemplo de voto dual.

2. Marco teórico

Existen diversas corrientes y estudios que intentan explicar el comportamiento del votante. Las tres más aceptadas son las aportadas por la escuela de Columbia, seguida del enfoque sociopsicológico de Michigan y, finalmente, el enfoque de la elección racional (Rivera & Jaráiz, 2016). No obstante, estas teorías se centran en explicar los motivos que llevan al votante a elegir un partido u otro, dependiendo de una serie de variables que van desde aspectos geográficos hasta su estatus económico.

Junto a esto, el modelo espacial de competición electoral¹ y el modelo de impacto de los temas de campaña,² si bien ofrecen diversas explicaciones sobre la forma de votar de la ciudadanía, no abordan algunas cuestiones necesarias para comprender factores como el voto dual o la abstención diferencial. A este respecto, Padró-Solanet y Colomer (1992) proponen un modelo combinado de ambos que permite obtener una visión amplia de cómo la ciudadanía ejerce el voto y, lo más relevante para este trabajo, permite comprender mejor el voto dual y la abstención diferencial. Ambos términos vienen a hacer referencia a la disociación que existe para algunos votantes a la hora de votar a nivel legislativo y a nivel autonómico (Riera, 2011). Por un lado, la abstención diferencial se^{3,4} entiende como aquel votante que ejerce su derecho al voto en los comicios generales, pero se abstiene en los autonómicos o viceversa, mientras que el voto dual se basa en votantes que cambian el partido al que votan en función del tipo de elección en la que participan (Riba, 2000).

De forma simplificada se pueden entender con el siguiente ejemplo: «existe un votante en Cataluña que en las elecciones autonómicas votaba tradicionalmente a CiU, pero que en las generales votaba al PSC» (Aguilar García, 2022, p. 40). Con base en la literatura académica existente, este fenómeno se ha dado, sobre todo, en Cataluña⁵ (Liñeira, 2011; Montero & Font, 1991; Riba, 2000; Roller & Van Houten, 2003), lo que ha desarrollado toda una serie de estudios vinculados a esta región, en detrimento de otras con similares características como son País Vasco, Galicia (Lago, 2000) o, incluso, Canarias (Melián, 2013).

1. En concreto, Padró-Solanet y Colomer (1992) recogen el modelo propuesto por Downs en su obra *An Economic Theory of Democracy* (1957, como se citó en Padró-Solanet y Colomer, 1992).

2. Por otra parte, Padró-Solanet y Colomer (1992) se centran en la propuesta desarrollada por Budge y Farlie en *Voting and Party Competition: A Theoretical Critique and Synthesis Applied to Surveys from Ten Democracies* (1977, como se citó en Padró-Solanet y Colomer, 1992).

3. El trabajo elaborado por Fernández y López (2009) apunta a que, en la actualidad, la principal variable para explicar la participación electoral en las elecciones al Parlamento de Cataluña, al margen de la edad, es el marco cultural de referencia. No obstante, si bien es interesante, se trata de un trabajo aplicado solo a Cataluña.

4. Vallès (2009) propone una revisión de este concepto, dado que, en un estudio comparado entre Madrid y Cataluña, emergen similitudes que explican la abstención diferencial más allá de la existencia o no de partidos nacionalistas.

5. Además del análisis del voto dual y la abstención diferencial en esta región, es interesante indicar que las elecciones autonómicas de 2006 ya se consideran el inicio de la desafección por la política (Lago et al., 2007). Es decir, antes del *Procés*. En la actualidad, según el trabajo publicado por Oller et al. (2023) en Cataluña ha disminuido la tensión vinculada a este hecho concreto.

De acuerdo con Lago (2000), existen dos argumentos para que las comunidades indicadas sean aquellas donde se pueda dar con mayor frecuencia los fenómenos descritos. En primer lugar, la conformación de una identidad regional es previa a la aparición del Estado de las Autonomías, lo que ha permitido desarrollar una identidad nacional/regional colectiva en la ciudadanía y, en segundo lugar, la trayectoria electoral ha demostrado que existe una forma distinta de votar en estas comunidades dependiendo del tipo de elección (Lago, 2000). Esta cuestión es la que da forma teórica al voto dual y lo aleja de otras posturas teóricas, como, por ejemplo, el swing voter, constituido por toda persona que haya votado a distintas formaciones políticas en las dos últimas elecciones y podría volver a cambiar su voto en las siguientes (Queralt, 2008).

En esta línea, Montero y Font (1991) explican que uno de los principales factores que da forma al voto dual es que el votante ya asume la distinción entre elecciones legislativas y autonómicas. Es evidente que la creación de las comunidades autónomas supone un elemento central en la configuración del sistema de partidos español (Pallarés & Keating, 2003). En este sentido, la estructura cambiante de los espacios electorales (diferentes partidos y temas) es lo que hace que el voto dual sea un fenómeno persistente (Liñeira, 2011). Junto a esto, los autores recopilan las variables que explican el porqué de este tipo de voto. Para Montero & Font (1991) se identifican cuatro factores clave: liderazgo, gestiones gubernamentales, ideología y nacionalismo.

Es decir, el peso histórico en la conformación de la identidad regional⁶ y la existencia de partidos regionales,⁷ con capacidad de canalizar los intereses de la región (Liñeira, 2011), es un elemento clave a la hora de que se genere el voto dual, hecho que se ha dado con mayor preponderancia en Cataluña, País Vasco y Galicia (Lago, 2000; Riera, 2011).

Siguiendo esta línea, Cabeza y Scantamburlo (2021), con relación a los comicios de 2019, y su comparativa nacional y autonómica, vienen a confirmar que la identidad nacional aumenta la probabilidad de votar de manera diferente en las elecciones nacionales y regionales, así como la valoración de la gestión del gobierno regional. En lo referente al liderazgo, se ha argumentado que la identidad y la ideología nacionales ejercen menos influencia independiente sobre la elección del voto que las evaluaciones de los candidatos (Riera, 2013).

Por último, con relación a los comicios generales y autonómicos ocurridos en 2023, Garmendia y Riera (2024) añaden otro elemento más que influye en el aumento del voto dual: la polarización. Explican los autores que, desde la recesión económica del año 2008 y la posterior creación de los llamados nuevos partidos, es más probable que los votantes voten por diferentes partidos en todos los ámbitos, pero solo si estos últimos pertenecen al mismo bloque ideológico. En línea con esta idea, Barceló (2024) apunta que, incluso en países polarizados, usar argumentos que inciten al odio aumenta la posibilidad de que los partidos nacionalistas obtengan un mayor rendimiento electoral.

6. Algunos trabajos plantean la necesidad de la «regionalización» de los partidos estatales, por ejemplo, el caso del PSC. Ello permite al ciudadano identificarse más con el partido y al partido más con la región, lo que lleva a tener una mayor presencia en el territorio (Roller y Van Houten, 2003).

7. Este aspecto es un factor vital. Según la literatura consultada, hasta 2010 el independentismo no era la voluntad política dominante en la sociedad catalana (Serra, 2024) y, como se puede apreciar en los párrafos previos, el voto dual existe desde la conformación de las comunidades autónomas.

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este artículo es analizar si las últimas elecciones autonómicas celebradas en Galicia en 2024 son un ejemplo de voto dual y comprobar hasta qué punto este tipo de comportamiento, definido extensamente en el apartado anterior, se ha manifestado también en Galicia, dado que en España se ha asociado sobre todo a las elecciones catalanas. La hipótesis principal del presente artículo es que la polarización política y la política de bloques han generado un aumento del voto dual en Galicia. Para llegar a unos resultados y conclusiones se ha implementado una metodología eminentemente cuantitativa y directa, recogiendo los datos tanto de participación electoral como de resultados en las elecciones autonómicas gallegas desde 1981, así como los resultados que se obtuvieron en Galicia en cada una de las convocatorias de elecciones generales al Congreso de los Diputados de España desde 1979. Los datos de los resultados electorales se han obtenido tanto de las fuentes oficiales, como el Ministerio del Interior, como de repositorios como [datos elecciones.com](https://datos.elecciones.com).

Entre otros cálculos, en la sección de resultados podremos observar una comparativa entre el voto en Galicia a los partidos de ámbito estatal (PAEs) y a los partidos de ámbito no estatal (PANEs). Entre los PANEs se han clasificado aquellos partidos que tienen un origen gallego y, aunque se presenten también a las elecciones generales en España, mantienen su origen gallego tanto en las formas como en las propuestas. En este sentido se han incluido partidos como el Bloque Nacionalista Galego (BNG) o Democracia Ourensana, pero también coaliciones puntuales como Unidade Galega (UG), que en 1979 se presentó con el Partido Socialista Galego (PSG) formando parte de la misma.

En este mismo sentido, Esquerda de Galicia (EdeG), partido activo entre 1998 y 2002, ha sido incluido también entre los PANEs, mientras que En Marea, la rama gallega de Podemos, ha sido clasificada como un partido de ámbito estatal por su relación estrecha con Podemos y el hecho de que la formación que entonces lideraba a nivel nacional Pablo Iglesias hizo campaña junto a los representantes y candidatos del PAE.

Por otro lado, en este artículo se analiza la transferencia de voto entre los diferentes partidos en las elecciones generales al Congreso de los Diputados celebradas el 23 de julio de 2023 y las últimas elecciones autonómicas en Galicia, que se celebraron el 18 de febrero de 2024. El objetivo de este análisis es comprender hasta qué punto ha habido una desviación del voto de unos partidos a otros —y sobre qué tipo de partidos— para establecer si se cumple una de las máximas del voto dual, el hecho simplificado de que el elector escoge una opción política en las elecciones generales o legislativas estatales pero apuesta por otra papeleta en las elecciones autonómicas, regionales y/o locales.

Para obtener los datos que nos han permitido realizar este último análisis se ha acudido al Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en concreto a su barómetro poselectoral para las elecciones autonómicas de Galicia, publicado en marzo de 2024.⁸

8. Disponible en https://www.cis.es/documents/d/cis/es3446vpMT_a

4. Resultados

En la presente sección, y tras haber sido explicada nuestra metodología de comparación entre las diferentes convocatorias electorales, ya sean estas autonómicas o generales, en Galicia desde 1979, nos disponemos a mostrar los resultados que dicha comparación ha deparado. Lo haremos a partir de diferentes tablas y gráficos preparados *ad hoc* para esta investigación y que permiten establecer los datos que permiten inferir la abstención diferencial y el voto dual que se podría esconder tras los resultados electorales de las elecciones autonómicas de Galicia del pasado 18 de febrero de 2024.

Empezando por una de las cuestiones más básicas, el diferencial de abstención entre las elecciones autonómicas y las elecciones generales en Galicia, la Tabla 1 nos muestra una diferencia en favor de las legislativas estatales. Esto sigue la tónica dominante en España desde la restauración de la democracia. Solo en contadas excepciones y en determinadas comunidades autónomas las elecciones autonómicas han sumado mayor porcentaje de voto que las elecciones generales inmediatamente previas o posteriores.

Tabla 1
Diferencia entre la participación en Galicia en unas elecciones generales y las elecciones autonómicas gallegas inmediatamente posteriores

Participación electoral				
Año generales	Año autonómicas	GALICIA		
		Part. Generales	Part. Autonómicas	Abstención diferencial
1979	1981	49,2 %	46,3 %	2,9
1982	1985	63,7 %	57,4 %	6,3
1989	1989	60,1 %	59,5 %	0,6
1993	1993	69,6 %	64,2 %	5,4
1996	1997	71,4 %	62,5 %	8,9
2000	2001	65,0 %	60,2 %	4,8
2004	2005	71,0 %	64,2 %	6,8
2008	2009	70,5 %	64,4 %	6,0
2011	2012	62,2 %	55,4 %	6,8
2016	2016	58,8 %	53,6 %	5,1
2019(Nov)	2020	55,9 %	49,0 %	6,9
2023	2024	61,4 %	67,3 %	-5,9

Fuente. Elaboración propia.

En todo momento, la diferencia es notable, de un mínimo de cinco puntos porcentuales, siendo seis puntos la cifra más habitual y destacando algunos casos más llamativos. Si bien la diferencia entre las generales de 1996 y las autonómicas gallegas de 1997 es la máxima (8,9 puntos porcentuales en favor de los comicios al Congreso de los Diputados), en las últimas elecciones autonómicas gallegas, celebradas

el 18 de febrero de 2024, se produce un fenómeno sin precedentes en la comunidad gallega: una abstención diferencial «negativa» o, lo que es lo mismo, el hecho de que en las gallegas de 2024 hubo más participación que en las elecciones generales previas, celebradas el 23 de julio de 2023. En concreto, casi seis puntos porcentuales más en favor de los comicios autonómicos (67,3 % contra 61,4 %).

Teniendo en cuenta que las elecciones de febrero de 2024 ya supusieron un hecho sin precedentes en Galicia respecto a la abstención diferencial, ¿se podrá dibujar algo similar en cuanto a un voto dual o, simplificando, con relación al voto a los partidos de ámbito estatal (PAEs) y a los partidos de ámbito no estatal (PANes)? En la práctica, el voto dual puede tener en cuenta la diferencia entre PANes y PAEs pero, sobre todo, debe identificar un patrón de voto diferente entre las elecciones generales y las elecciones autonómicas. Tal y como se ha aseverado en el repaso del marco teórico que acompaña este artículo, la literatura no nos ofrece muchas pruebas de un voto dual estudiado para las elecciones en Galicia, así que este punto, el de poder inferir sobre la existencia de dicho voto dual en la región será una de las principales aportaciones del presente artículo.

Así pues: ¿podemos inferir alguna afirmación en la comparativa de voto entre PAEs y PANes con relación al voto dual? La respuesta a esto la aporta la Figura 1, donde vemos cómo la diferencia entre PAEs y PANes se ha mantenido estable desde los años 80 con una tendencia que favorece el voto a los partidos de ámbito estatal en las elecciones generales a nivel español mientras se reducía ligeramente el voto a estos cuando se trata de elecciones al Parlamento gallego. El diferencial, no obstante, se ve recortado con claridad en las dos últimas convocatorias electorales autonómicas. Si hasta el año 2020 el diferencial entre PAEs y PANes caía de los 50 puntos solo en momentos puntuales (en convocatorias posteriores se recuperaba), las elecciones autonómicas de 2020 (49,7 puntos) y, sobre todo, las elecciones autonómicas de 2024 (32,2 puntos) dejan claro que se está produciendo una tendencia significativa para hablar de voto dual.

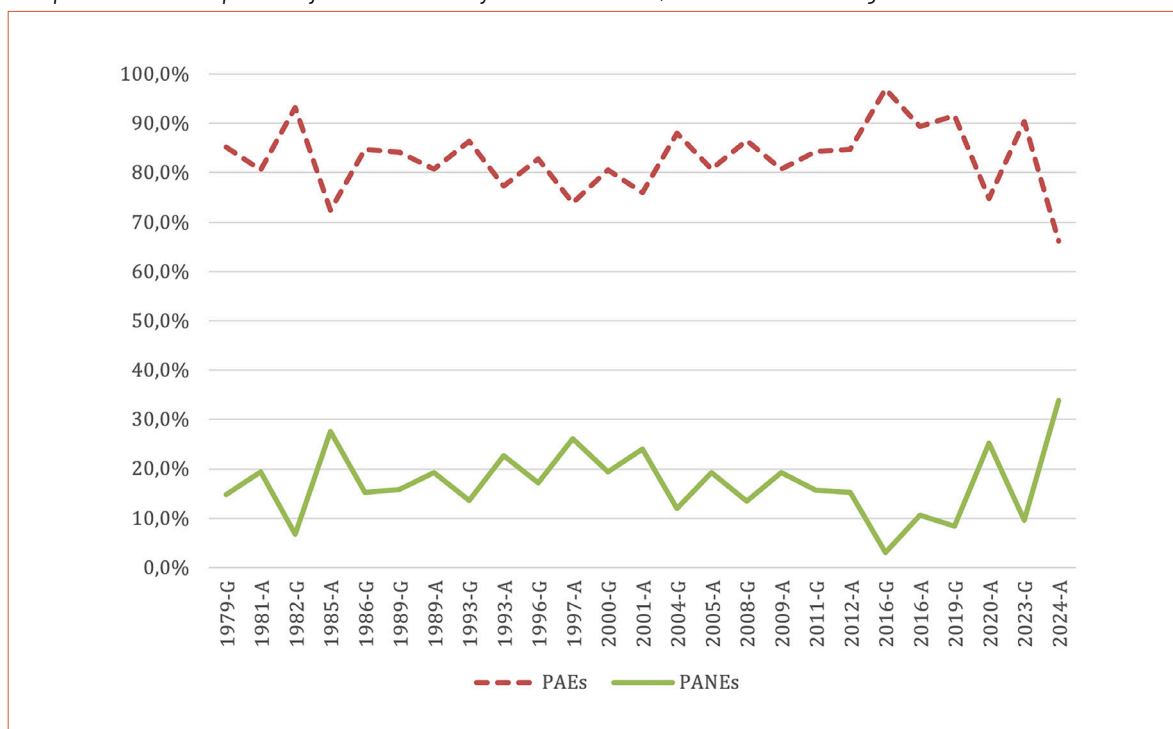
Esto es así en tanto el diferencial de 2020 de casi 50 puntos viene precedido por unas elecciones generales de 2019 donde el diferencial en Galicia fue de más de 80 puntos; por su parte, el diferencial más bajo de toda la serie histórica, el marcado en 2024 con los 32,2 puntos viene antecedido por un diferencial, en las elecciones generales de julio de 2023, también de más de 80 puntos. Significativamente, debemos también mencionar otra conclusión a la que nos hace llegar la mencionada Figura 1: la habitual y lógica relación inversa entre la tendencia de los PAEs y PANes y un caso que sobresale en los años 80, en concreto en las elecciones autonómicas de 1985, donde el diferencial marca 44,7. Dichas elecciones traerían consigo una de las legislaturas más singulares de la democracia en el Parlamento gallego: iniciada con un gobierno de mayoría simple de Alianza Popular que se interrumpió en septiembre de 1987 cuando Fernando González Laxe, del PSdeG, consiguió vencer en una moción de censura al hasta entonces presidente de la Xunta, Gerardo Fernández Albor (Fariñas, 2018).

Más allá de las particularidades de aquella legislatura y el paradigmático diferencial de 44,7 puntos porcentuales, los antes mencionados casos recientes de 2020 y 2024 dibujan la tendencia que quiere señalar y advertir el presente artículo. La principal explicación para tal voto dual la podemos encontrar en una transferencia de voto que se ha sostenido y que es diferenciada entre las elecciones generales y las elecciones autonómicas. Es decir: para poder explicar y certificar la existencia de un voto dual en Galicia en los últimos años, deberíamos encontrar, como mínimo, un PAE, un partido de ámbito estatal, que tiene un índice de voto que crece notablemente cuando se trata de elecciones generales

y que decrece cuando los comicios son al Parlamento gallego. A su vez, necesitamos la existencia de, como mínimo, un partido regionalista o nacionalista, un PANE, que se vea beneficiado por ello y que, en este sentido, presente un comportamiento electoral inverso al del PAE: esto es, crecimiento en las elecciones autonómicas y caída en las elecciones generales.

Figura 1

Comparación entre el porcentaje de voto a PAEs y PANEs en Galicia, tanto en elecciones generales como en autonómicas



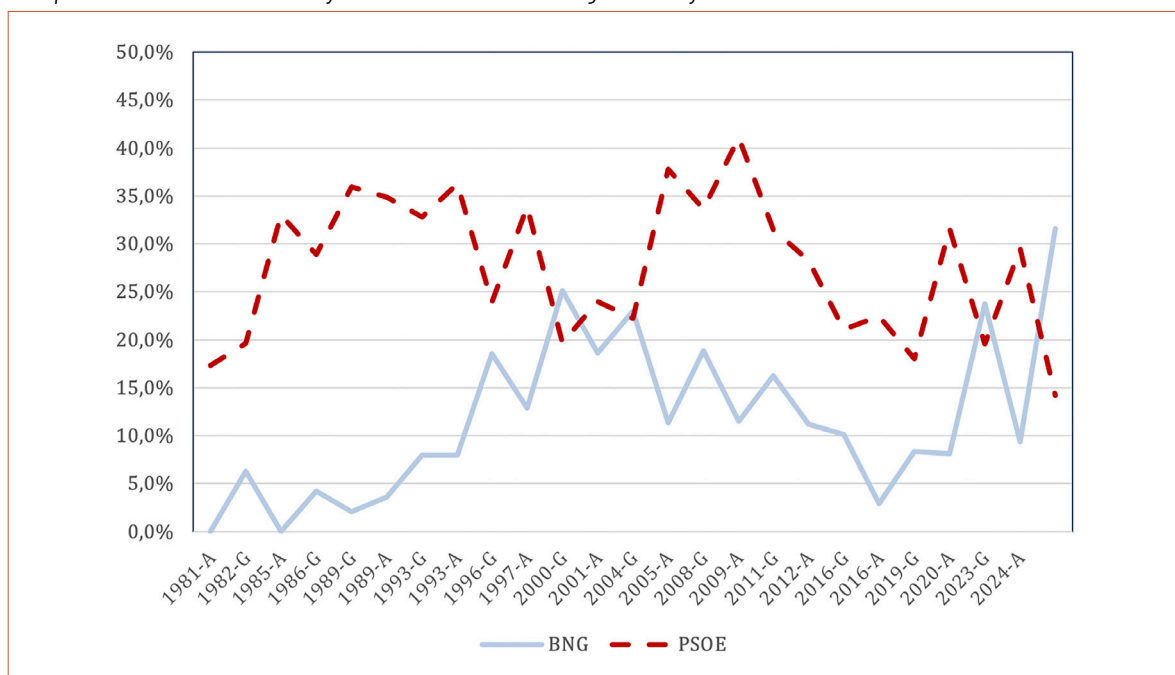
Fuente. Elaboración propia.

Si observamos la Figura 2 no nos costará darnos cuenta de que tales partidos existen en la realidad electoral y política gallega: se trata del PSdG, a efectos de este artículo considerado como PAE al ser la representación del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en Galicia, y el BNG, el Bloque Nacionalista Galego, considerado como PANE. Si bien es cierto que la figura, por sí sola, no aporta pruebas de una transferencia directa de voto entre el electorado del PSdG/PSOE y el BNG en relación con el tipo de convocatoria electoral, sí podemos observar una tendencia sostenida durante las últimas décadas: en las elecciones autonómicas se produce una caída en el porcentaje de voto del PSdG en paralelo a un incremento del voto del BNG.

En este sentido, en las autonómicas de 2020 se produce un *sorpasso* del BNG, esto es, el hecho de que el partido nacionalista superó en porcentaje de voto al PSdG, hecho que solo había pasado una vez con anterioridad (autonómicas de 1997) y que se acaba de consolidar con las autonómicas de 2024, en las que el BNG liderado por Ana Pontón concentró el 31,6 %, dejando al PSdG de Xosé Ramón López Besteiro en un 14,2 %, su peor resultado histórico.

Figura 2

Comparación del voto al PSdeG y a BNG en las elecciones generales y autonómicas celebradas en Galicia



Fuente. Elaboración propia.

Algunos datos de esas elecciones nos dan una idea de cómo las elecciones de 2024 pueden ser un punto de inflexión en la cuestión del voto dual y en la fuerza de un PANE, el BNG, por encima de su rival PAE. Entre otros logros, la noche electoral de las autonómicas gallegas de 2024, el BNG consiguió conquistar la ciudad de Vigo, la más poblada de toda Galicia y que gobierna a nivel municipal desde 2007 el mediático político del PSOE Abel Caballero (Paniagua et al., 2024).

Si hay algo que se pueda añadir a este dato y que refuerza nuestra teoría de la existencia del voto dual es que entre esas dos últimas elecciones autonómicas en las que el BNG quedó por delante del PSdG se produjo una convocatoria electoral a nivel estatal, la de julio de 2023, en la cual, en Galicia, el PSdG/PSOE quedó por encima del BNG: mientras los socialistas obtuvieron el 29,5 % de los votos, los nacionalistas se quedaron en el 9,4 %. Dicho de otra manera: en tan solo siete meses (los que transcurrieron entre las elecciones generales de julio de 2023 y las autonómicas de febrero de 2024) el BNG pasó de estar 20 puntos porcentuales por detrás del PSdG a quedar 17 puntos por delante; pasó de recoger el 9,4 % de los apoyos electorales a concentrar el 31,6 % de los votos.

Si nos quedamos con el resultado del BNG en las elecciones autonómicas de 2024, y con el objetivo de entender su ascenso en apoyos y, más concretamente, de dónde proceden, debemos analizar la Tabla 2, en la que se cruza el voto obtenido por cada partido en los comicios autonómicos de 2024 con el recuerdo de voto de las elecciones generales de unos meses antes. Lo usual en este tipo de tablas de cruce entre voto y recuerdo de voto es que un partido reciba el mayor porcentaje de votos de personas que ya habían votado al partido en las elecciones anteriores; en el caso del BNG de las autonómicas de 2024 esto no es así, con lo que es un resultado tan llamativo como digno de mención. En el caso de los nacionalistas, un 30 % de sus votantes habían optado también por la papeleta del BNG en las elecciones generales de 2023, pero el grueso del voto en febrero de 2024 procedía de votantes

socialistas: casi un 40 % de los que votaron la candidatura de Ana Pontón a la Xunta había apostado por el partido que lidera Pedro Sánchez a nivel nacional en las elecciones generales de 2023.

Tabla 2
Transferencia de voto de los gallegos y gallegas entre las elecciones generales de 2023 y las autonómicas de 2024

Transferencia de voto												
	Gallegas 2024											
Generales 2023	Partidos	PP	PSOE	SUMAR		BNG	VOX	PODEMOS		Dem. Ouren.	Otros	Abstención
	PP	81,6	1,4	0,8		2,6	23,1	-		37,1	-	16,3
	PSOE	4,1	90,4	22,3		39,5	-	15,8		21,2	9,3	17,9
	SUMAR	0,4	2,6	61,0		19,8	1,1	69,1		1,7	32,0	3,3
	BNG	1,0	0,4	8,1		30,8	0,5	9,7		7,9	15,7	1,7
	VOX	3,1	0,8	-		0,1	62,9	-		7,2	-	4,9
	PACMA	0,1	-	-		0,2	-	-		12,5	-	0,7
	Otros	-	-	2,6		0,7	-	5,5		1,3	8,8	1,1
	En blanco	1,8	0,1	2,8		0,5	-	-		1,3	14,4	0,8
	Nulo	0,4	-	-		0,5	-	-		3,7	-	1,8
	Abstención	5,0	2,4	1,5		2,9	12,4	-		6,1	19,8	42,9

Fuente. Elaboración propia.

Por otro lado, el BNG también se benefició de otras «deserciones» en la izquierda: casi el 20 % del voto del BNG de 2024 procedía de Sumar, así que uno de cada cinco votantes de los nacionalistas había votado unos meses antes la coalición que a nivel nacional lidera Yolanda Díaz. Muchos medios de comunicación españoles coincidieron en calificar el resultado de Sumar como un «fracaso», entre otras cosas, marcado por el desacuerdo entre esta formación y Podemos (véanse Carvajal, 2024; Chouza Candeira, 2024).

No obstante, esto no desmerece que sea el BNG y no otros rivales de Sumar en el espectro ideológico de la izquierda el que se acabase llevando buena parte del voto del partido de Yolanda Díaz y consiguiese consolidarse como «alternativa al Partido Popular», el ganador de las elecciones y, a la postre, quien acumula mayorías absolutas desde 2009 (Domínguez, 2024).

Así, lo que nos dice la tabla es que un PANE como el BNG consiguió en las últimas elecciones autonómicas un 31% del voto ayudándose, sobre todo, de votantes que en las elecciones generales prefieren confiar en partidos de ámbito estatal, como el PSOE o Sumar.

Tabla 3
Comparación de resultados por cada partido en las elecciones generales en 2023 (en Galicia) y las autonómicas gallegas de 2024

Resultados electorales			
Partidos	GALICIA		
	Generales '23	Gallegas '24	Diferencia
PP	43,07	47,78	4,71
PSOE	29,51	14,17	-15,34
SUMAR	10,82	1,92	-8,90
BNG	9,38	31,86	22,48
VOX	4,91	2,22	-2,69
PODEMOS	x	0,26	x
Democracia Ourensana	-	1,04	1,04
Otros	2,31	0,75	-1,56

Fuente. Elaboración propia.

Con todo, la Tabla 3, que compara los resultados de los diferentes partidos entre las elecciones generales de 2023 y las autonómicas de 2024, refleja cómo, precisamente, los dos PAEs que más voto aportan al BNG de una elección a la otra, PSOE y Sumar, son aquellos que más porcentaje de voto se dejan. Mientras los socialistas cayeron en más de 15 puntos porcentuales, la coalición Sumar, que afrontaba en Galicia sus primeras elecciones autonómicas bajo esas siglas, cayó cerca de 9 puntos. Como ya se ha señalado con anterioridad, el BNG fue el principal beneficiado de estas caídas, con una subida de 22,5 puntos porcentuales.

5. Discusión y conclusiones

El presente artículo tiene como principal objetivo estudiar las elecciones autonómicas en Galicia del pasado 18 de febrero de 2024 e inferir si estas podían ser un ejemplo de lo que la literatura denomina como voto dual con respecto al comportamiento electoral del votante. En este sentido, una abstención diferencial que, por primera vez desde 1981, favorece la participación en las elecciones autonómicas, y un voto inusualmente alto a los partidos de ámbito no estatal (PANEs) indican que sí, que las elecciones autonómicas de Galicia de 2024 vivieron los efectos del denominado voto dual, donde una parte importante de los votantes decidieron cambiar su voto, pasando de votar a un partido de ámbito estatal (PAE) a uno no estatal.

Siendo más concretos, los datos expuestos en este trabajo nos permiten señalar al Partido Socialista Obrero Español (PSOE), considerado «de ámbito estatal» aunque se presente en Galicia con la marca PSdeG (Partido Socialista de Galicia), como el gran «perdedor» de voto en las autonómicas respecto a las generales, mientras que el Bloque Nacionalista Galego (BNG) es el partido «de ámbito no estatal» que más ganó, pasando de un 9,4 % de votos en las elecciones generales de 2023 a un 31,9% en las elecciones autonómicas gallegas de 2024.

Uno de los primeros aspectos que destacan tras analizar los resultados obtenidos en el análisis del presente artículo es el hecho de observar cómo las elecciones gallegas celebradas el pasado 18 de febrero de 2024 pueden clasificarse como excepcionales o fuera de la norma en términos de abstención diferenciada y voto dual si las comparamos con el resto de los comicios autonómicos en Galicia, desde la celebración de las primeras tras la muerte del dictador Francisco Franco en 1981.

Siguiendo a Riba (2000), una abstención diferencial se produce cuando observamos diferencias entre el porcentaje de participación en unas elecciones autonómicas respecto a unas generales. Si bien el autor abre la puerta a que esta diferencia sea positiva o negativa, en realidad una abstención diferencial, si quiere apuntarse como característica de un voto dual, debería favorecer la participación en las elecciones autonómicas, cosa que, en el caso gallego, solo ha sucedido en las últimas elecciones, las de 2024.

Aunque, por su parte, Lago (2000) advierte que las comunidades autónomas históricas tienen una identidad regional diferenciada que puede facilitar la aparición de fenómenos electorales como el del voto dual, en Galicia esto solo se cumplía parcialmente, ya que dicha identidad regional sí que había facilitado la creación y relativo éxito de los llamados PANEs, los partidos de ámbito no estatal. En este sentido, se puede observar en la Figura 1 (en la sección anterior) cómo la proporción de voto a este tipo de partidos se ha mantenido, desde 1979, relativamente estable. Esta proporción es, como resulta lógico, algo mayor en las elecciones autonómicas y menor en las elecciones generales.

Esto ha sido así hasta los comicios de 2024, donde los PANEs, específicamente el Bloque Nacionalista Galego (BNG), concentraron más del 30 % del voto, cifra que nunca se había alcanzado en Galicia. Si bien es cierto que este caso no contradice a todos aquellos autores que señalan que el fenómeno del voto dual solo se ha vivido, para España, en Cataluña, podría estar reforzando teorías como la de Montero y Font (1991): ¿es posible que estemos ante un elector gallego que diferencia entre las elecciones generales y las autonómicas?

Lo que es evidente es que de las principales candidaturas a la Xunta de Galicia para esos comicios autonómicos de 2024, la candidata del BNG, Ana Pontón, era la única que repetía. Por lo tanto, podría considerarse como mejor posicionada para ser conocida entre los ciudadanos. Esto podría explicar, en parte, el éxito de Pontón y el BNG en las autonómicas ya que, como apunta Riera (2013), la evaluación que se hace de los candidatos es cada vez un aspecto más a tener en cuenta. A ello se suma el factor del voto útil, definido como el voto no al partido más próximo, sino al más próximo entre los que tienen posibilidades de victoria o de incidencia parlamentaria (Valdez Zepeda y Huerta Franco, 2011). Esto ayudaría a comprender aún mejor por qué el mismo BNG, aunque sin Pontón como líder, obtuvo menos del 10 % de voto en las elecciones generales de julio de 2023 en Galicia y, menos de siete meses después, superó el 30 % de los apoyos en las autonómicas.

En líneas generales, consideramos este artículo como una aportación a la literatura existente sobre el voto dual y la abstención diferenciada, desafiando, en parte, el hecho de que sea Cataluña la única comunidad autónoma con un peso nacional e histórico fuerte en la que se produzcan dichos fenómenos. Una limitación de la presente investigación es que habrá que esperar a próximas convocatorias electorales en Galicia para determinar si los resultados obtenidos son un hecho aislado o se consolida el voto dual, con unos PANEs (BNG, sobre todo) consolidando su porcentaje de apoyo. Aunque los datos de transferencia de voto nos pueden hacer pensar que uno de los factores que han influido en

este voto dual es el concepto ya definido de voto útil, también será tarea de futuros investigadores poder profundizar sobre otras causas, como la polarización política o incluso un posible incremento del sentimiento nacionalista en Galicia.

6. Financiación y apoyos

Esta investigación no ha sido financiada.

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1.
- Curación de datos: Autor 1.
- Análisis formal: Autor 1 y 2.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 2.
- Metodología: Autor 1.
- Administración del proyecto: Autor 2.
- Recursos: Autor 1.
- Software: Autor 1.
- Supervisión: Autor 1 y 2.
- Visualización: Autor 1.
- Redacción: Autor 1 y 2.

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se utilizó inteligencia artificial en ningún aspecto de su elaboración.

Semblanza de los/as autores/as

Adrián Caballero Escusol es doctor en Comunicación Política y, en la actualidad, profesor asociado en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Su carrera académica ha estado centrada en los estudios de los procesos electorales, el comportamiento electoral y la comunicación política. Por otro lado, su vida profesional se ha desarrollado entre el periodismo político, la divulgación y el análisis en medios de comunicación y la comunicación institucional y política.

Javier Bustos Díaz es doctor en Comunicación con Mención Internacional (2017) y doctor en Educación y Comunicación Social (2026), Máster en Investigación en Comunicación Periodística (2013) y Licenciado en Periodismo (2012). Está acreditado como Profesor Titular de Universidad por ANECA y cuenta con un Sexenio de Investigación reconocido por CNEAI-ANECA (2021). Su trayectoria académica se distingue por una sólida producción científica, con cerca de un centenar

de publicaciones, entre las que destacan artículos en revistas indexadas en Journal Citation Reports (JCR) y Scimago Journal & Country Rank (SJR).

Referencias

- Aguilar García, C. J. (2022). La heterogeneidad territorial del voto al PSOE-PSC en la España autonómica 2019-2021: La importancia de las variables sociales e ideológicas. *Política y Gobernanza. Revista de Investigaciones y Análisis Político*, (6), 19-56. <https://doi.org/10.30827/polygob.i6.27893>
- Ballesteros Navarro, A., Ortega Victoria, J., & Cegarra García, Á. T. (2024). Comportamiento electoral en el Campo de Cartagena: ¿Nuevas tendencias de voto dual tras el fin del bipartidismo? *Más Poder Local*, (58), 121-137. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.171>
- Barceló, J. (2024). The effect of anger appeals on the support for secessionist parties. *The Journal of Politics*, 86(1), 79-96. <https://doi.org/10.1086/726967>
- Cabeza, L., & Scantamburlo, M. (2021). Dual voting and second-order effects in the quasi-simultaneous 2019 Spanish regional and national elections. *Revista Española de Ciencia Política*, (55), 13-35. <https://doi.org/10.21308/recp.55.01>
- Carvajal, Á. (2024, 19 de febrero). Fracaso total de Yolanda Díaz en el primer examen de Sumar y Podemos se hunde por detrás del Pacma. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/elecciones/elecciones-galicia/2024/02/18/65d24cc0e9cf4a10198b4575.html>
- Chouza, P. (2024, 18 de febrero). Sumar fracasa en su estreno en unas autonómicas. *El País*. <https://elpais.com/espana/elecciones-galicia/2024-02-18/sumar-fracasa-en-su-estreno-en-unas-autonomicas.html>
- Domínguez, D. (2024, 19 de febrero). El BNG logra su récord electoral y se afianza como alternativa al PP. *El Periódico de España*. <https://www.epe.es/es/politica/20240218/bng-logra-record-elecciones-galicia-2024-98349666>
- Fariñas, T. (2018, 18 de abril). Gerardo Fernández Albor: La caída del presidente gallego que se reunía con el narco. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/television/series/2018-04-18/xerardo-fernandez-albor-presidente-xunta1985-farina-serie_1551718/
- Fernández i Marín, X., & López, J. (2009). Abstenció a Catalunya: Una qüestió de marc cognitiu. *Eines per a l'Esquerra Nacional*, (10), 23-38.
- Garmendia Madariaga, A., & Riera, P. (2024). The nationalisation of subnational elections in polarised Spain: The May 2023 regional and local elections. *South European Society and Politics*, 28(2), 231-257. <https://doi.org/10.1080/13608746.2023.2298556>
- Lagares Diez, N. (2024). La evolución del sistema de partidos de Galicia. *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine*, (Spécial 4), 85-102. <https://doi.org/10.4000/11uwb>
- Lago Peñas, I. (2000). Identidades duales y abstención diferencial en las comunidades autónomas: Los casos de Cataluña, Galicia y País Vasco. *Dereito*, 9(2), 83-103.
- Lago, I., Montero, J. R., & Torcal, M. (2007). The 2006 regional election in Catalonia: Exit, voice, and electoral market failures. *South European Society and Politics*, 12(2), 221-235. <https://doi.org/10.1080/13608740701306607>
- Liñeira, R. (2011). 'Less at stake' or a different game? Regional elections in Catalonia and Scotland. *Regional & Federal Studies*, 21(3), 283-303. <https://doi.org/10.1080/13597566.2011.578790>

- Melián Rodríguez, L. (2013). Voto dual y abstención diferencial en Canarias: Análisis del comportamiento electoral canario. *Revista de Derecho Electoral*, (15), 139-160.
- Montero, J. R., & Font, J. (1991). El voto dual en Cataluña: Lealtad y transferencia de votos en las elecciones autonómicas. *Revista de Estudios Políticos*, (73), 7-34.
- Oller, J. M., Satorra, A., & Tobeña, A. (2023). Hibernation of secession tensions in Catalonia: Attenuation trends on antagonistic alignments. *Genealogy*, 7(2), Article 36. <https://doi.org/10.3390/genealogy7020036>
- Padró-Solanet, A., & Colomer, J. M. (1992). Espacio político-ideológico y temas de campaña: El ejemplo de las elecciones autonómicas de Cataluña de 1992. *Revista de Estudios Políticos*, (78), 131-160.
- Pallarés, F., & Keating, M. (2003). Multi-level electoral competition: Regional elections and party systems in Spain. *European Urban and Regional Studies*, 10(3), 239-255. <https://doi.org/10.1177/09697764030103005>
- Paniagua, Á., Llera, L. C., & Martínez, A. (2024, 20 de febrero). El BNG gana por primera vez unas elecciones en Vigo a costa de un PSOE que se hunde. *La Voz de Galicia*. <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/vigo/vigo/2024/02/18/bng-gana-primera-vez-elecciones-vigo-costa-psoe-hunde/00031708293804064979909.htm>
- Queralt, D. (2008). *Determinantes del voto swing en España* (Estudio/Working Paper 2008/238). Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones. <https://www.march.es/es/coleccion/ediciones-march/ficha/determinantes-voto-swing-espana--53693>
- Riba, C. (2000). Voto dual y abstención diferencial: Un estudio sobre el comportamiento electoral en Cataluña. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (91), 59-88. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.91.59>
- Riera Sagrera, P. (2011). La abstención diferencial en el País Vasco y Cataluña. *Revista de Estudios Políticos*, (154), 139-173.
- Riera, P. (2013). Voting differently across electoral arenas: Empirical implications from a decentralized democracy. *International Political Science Review*, 34(5), 561-581. <https://doi.org/10.1177/0192512112467216>
- Rivera, J. M., & Jaráiz, E. (2016). Models of explanation and components of vote in the 2015 regional elections of Catalonia. *Revista Española de Ciencia Política*, (42), 13-43. <https://doi.org/10.21308/recp.42.01>
- Roller, E., & Van Houten, P. (2003). A national party in a regional party system: The PSC-PSOE in Catalonia. *Regional & Federal Studies*, 13(3), 1-22. <https://doi.org/10.1080/13597560308559432>
- Serra, M. (2024). The ERC: From a single-issue to a mainstream party? *Cogent Social Sciences*, 10(1), Article 2306699. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306699>
- Valdez Zepeda, A., & Huerta Franco, D. A. (2011). ¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. *Razón y Palabra*, (75), 1-33.
- Vallès, J. M. (1983). Sistemas electorales, Estado de las autonomías y comunidades autónomas. *Revista de Estudios Políticos*, (34), 107-132.
- Vallès, J. M. (2009). La abstención «diferencial»: Una nota sobre los casos de Cataluña y de la Comunidad Autónoma de Madrid. *Revista Española de Ciencia Política*, (21), 93-105.

Communication, heritage and development: Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Geoparks

Comunicación, patrimonio y desarrollo: Geoparques UNESCO Caçapava y Quarta Colônia

Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Federal University of Santa Maria | Roraima Avenue no. 1000, 97105-900, Santa Maria | Brazil

 0000-0003-4307-9401 | flavi@ufsm.br

Elisa Lubeck

(Responsable de correspondencia)

Federal University of Pampa | Rua Ver. Alberto Benevenuto, 3200, 97670-000, São Borja | Brazil

 0000-0002-9176-0050 | elisaterra@unipampa.edu.br

Mauricio Rebellato

Federal University of Santa Maria | Roraima Avenue no. 1000, 97105-900, Santa Maria | Brazil

 0000-0003-0244-1849 | mauricio-rebellato@hotmail.com

Recepción 26/03/2026 · Aceptación 29/07/2026 · Publicación 15/10/2026

Abstract

This article analyzes the relationship between communication, cultural heritage, and sustainable development in the Caçapava and Quarta Colônia Geoparks, located in Rio Grande do Sul (Brazil) and recognized by UNESCO as Global Geoparks. It is based on the premise that cultural heritage, in its tangible and intangible dimensions, represents a strategic element for building collective identities, strengthening the sense of belonging, and valuing territorial specificities. The study aims to contribute to the design of a Digital Cultural Heritage Interpretation Center that integrates communication, culture, memory, and social participation through accessible and collaborative digital resources. The proposal addresses the need to expand access to information, preserve and disseminate local cultural assets, strengthen the relationship between communities and territories, and foster sustainable development processes. Methodologically, the exploratory research adopts a qualitative approach based on literature review, document analysis, and case studies of both geoparks, examining their cultural practices, heritage management strategies, and communication dynamics. The results indicate that communication plays a central role as a mediator between heritage, communities, and visitors, facilitating knowledge circulation, social appropriation of memory, and citizen participation. The study concludes that digital interpretation centers can increase the visibility of cultural heritage, strengthen local identities, promote sustainable tourism, and encourage new forms of social engagement, demonstrating that the articulation between communication, culture, and identity is essential for sustainable territorial development.

Keywords: communication, development, cultural heritage, geoparks, territory.

Cómo citar: Ferreira Lisbôa Filho, F., Lubeck, E. y Rebellato, M. (2026). Communication, heritage and development: Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Geoparks. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 224-239. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.12>



Resumen

Este artículo analiza la relación entre comunicación, patrimonio cultural y desarrollo sostenible en los Geoparques Caçapava y Quarta Colônia, ubicados en Rio Grande do Sul (Brasil) y reconocidos por la UNESCO como Geoparques Mundiales. Parte de la premisa de que el patrimonio cultural, en sus dimensiones tangible e intangible, constituye un elemento estratégico para la construcción de identidades colectivas, el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la valorización de las singularidades territoriales. El estudio tiene como objetivo contribuir al diseño de un Centro de Interpretación Digital del Patrimonio Cultural que articule comunicación, cultura, memoria y participación social mediante recursos digitales accesibles y colaborativos. La propuesta responde a la necesidad de ampliar el acceso a la información, preservar y difundir los bienes culturales locales, fortalecer la relación entre comunidad y territorio e impulsar procesos de desarrollo sostenible. Metodológicamente, la investigación exploratoria adopta un enfoque cualitativo basado en revisión bibliográfica, análisis documental y estudio de caso de ambos geoparques, considerando sus prácticas culturales, estrategias de gestión patrimonial y dinámicas comunicativas. Los resultados evidencian que la comunicación actúa como mediadora entre patrimonio, comunidades y visitantes, favoreciendo la circulación del conocimiento, la apropiación social de la memoria y la participación ciudadana. Se concluye que los centros de interpretación digital pueden ampliar la visibilidad del patrimonio cultural, fortalecer las identidades locales, promover el turismo sostenible y consolidar nuevas formas de participación social, demostrando que la articulación entre comunicación, cultura e identidad es esencial para el desarrollo territorial sostenible.

Palabras clave: comunicación, desarrollo, patrimonio cultural, geoparques, territorio.

1. Introduction

According to the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), geoparks are defined territories that bring together sites of significant international geological importance and integrate historical, cultural, landscape, and scientific dimensions that characterize the uniqueness of each place. These territories play a strategic role in promoting sustainable development by integrating, within a single framework, environmental conservation, the valorization of cultural heritage, and the strengthening of community identities. At present, there are 241 UNESCO Global Geoparks in 51 countries (UNESCO, 2026b).

As emphasized by UNESCO (2026a), geoparks function as spaces where geological heritage intersects with other forms of heritage—natural, cultural, and intangible—while raising awareness among local communities and encouraging social engagement in preservation practices, territorial management, and environmental education. This interaction contributes to reducing environmental impacts, fostering a sense of belonging, and encouraging communities to value their history, memory, and symbolic connections to the territory.

Drawing on the work of Williams (1979, 2003), geoparks can be understood as spaces in which the recognition of cultural practices and collective memories strengthens processes of identity formation, allowing diverse communities to find, in heritage and its interpretation, symbolic resources to understand and project their own futures. This constitutes a communicational process that, as noted by Martín-Barbero (2009), shifts the focus from institutional mediations to cultural mediations, positioning the community as the protagonist of the narratives it constructs about itself. From this perspective, territory is no longer understood merely as a physical support, but rather as a network of social, political, and communicational relations through which meanings are produced.

In the context of the Federal University of Santa Maria (UFSM), an institution located in the state of Rio Grande do Sul in southern Brazil, the UNESCO Global Geoparks Quarta Colônia and Caçapava, both situated in the same region of the country and recognized in 2023, represent an articulated strategy for regional development. This strategy is aligned with the university's policies on extension, research, and innovation, strengthening the university-society relations through initiatives focused on sustainability, the valorization of heritage, and the reinforcement of territorial identities. Both territories lie within UFSM's institutional area of influence and embody the potential to foster initiatives aimed at community strengthening, locally based tourism, income generation, and environmental preservation. In this context, communication plays a central role in facilitating participatory processes, expanding access to qualified information, and strengthening democratic practices, particularly by ensuring that diverse social groups have a voice in the formulation and circulation of narratives about the territory.

This study is situated at the intersection of communication, identities, and cultural heritage, based on the premise that the consolidation of geoparks requires not only physical infrastructure and strategic planning but, above all, community engagement in communicative processes capable of fostering identification, recognition, and a sense of belonging. By integrating sustainable tourism, environmental preservation, education, and culture, geoparks constitute privileged environments for the construction of shared meanings and the strengthening of citizenship. They enable, for instance, the appreciation of local traditions, the recovery of collective memories, the preservation of cultural expressions, and the creation of new economic opportunities—dimensions that directly influence quality of life and the collective perception of the future.

The methodology adopted in this article reflects the initial exploratory stage of a broader research process focused on the relationships between communication, cultural heritage, identity, territory, and sustainable development in the Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Global Geoparks. The study adopts a qualitative approach and is characterized as exploratory, bibliographic, and documentary research. At this stage, the investigation is centered on constructing a preliminary territorial diagnosis and on identifying, organizing, and analyzing cultural heritage resources, communication materials, documentary records, and existing audiovisual and digital productions related to the two territories. The bibliographic research involved the review of academic literature addressing communication, culture, cultural heritage, territory, identity, sustainable development, geoparks, and heritage interpretation, providing the theoretical framework for the analyses developed throughout the article. Documentary research included the examination of institutional documents, territorial information, public databases, materials produced by previous research and extension projects, audiovisual records, digital maps, three-dimensional models, historical documents, and other resources associated with the natural and cultural heritage of the studied geoparks.

The exploratory diagnosis considered demographic, territorial, cultural, historical, environmental, geological, and heritage-related information in order to identify the principal characteristics, assets, and development potential of the two territories. The mapping process also involved the preliminary identification and organization of tangible and intangible heritage assets, geosites, cultural practices, community traditions, historical memories, audiovisual collections, and digital resources capable of supporting future heritage communication and interpretation initiatives.

The objective of this article is to analyze and discuss the initial results of this exploratory process, identifying the cultural, territorial, communicational, and documentary elements that contribute to understanding the heritage dynamics of the Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Global Geoparks. From this perspective, communication is examined as a process of mediation through which communities construct meanings, reinforce identities, preserve memories, and establish relationships with their territories.

The analysis presented here is therefore limited to the results obtained during this initial exploratory phase. The future development of a Digital Cultural Heritage Interpretation Center emerges as a possible subsequent stage of the broader research project. Accordingly, the Center is not treated as an implemented object of analysis, but rather as a future initiative whose conceptual foundations and contents may be informed by the territorial diagnosis and heritage mapping carried out in the present study. In this regard, the study seeks to broaden collective understanding of these territories, foster civic participation, and support sustainable development from the cultural, communicational, and historical perspectives that shape them. Expanding this perspective on geoparks also allows for a deeper understanding of the complexity of the cultural processes that constitute these territories, especially when recognizing that heritage—whether natural, cultural, or geological—is not merely a set of preserved elements but rather a living system of meanings that is continuously reinterpreted and renewed.

This understanding resonates with the discussions of Choay (2006), who highlights heritage as a “modern invention,” constructed through political, cultural, and epistemological interests that determine what deserves to be preserved. In geoparks, this dynamic becomes particularly evident through the articulation of geological, environmental, and cultural heritage within a shared interpretative horizon, bringing scientific knowledge into dialogue with traditional forms of knowledge. The valorization of community practices, local narratives, and collective memories reinforces the perspective defended by Varine (2009), according to which heritage acquires its full meaning only when it serves the development of the communities that experience, integrate, and reframe it.

From this perspective, heritage interpretation, as formulated by Tilden (1957/2008), plays a central role in mediating the relationship between the public, the territory, and local history. Rather than merely conveying information, it fosters affective and cognitive connections, engages individuals, and enables them to recognize themselves in the landscapes, objects, and cultural practices that shape the territory. This approach aligns with the mission of UNESCO geoparks, which promote cultural mediation as a means of fostering citizenship, belonging, and sustainability. Interpretation thus emerges as a communicational practice that structures relationships among communities, visitors, and institutions, strengthening heritage and environmental awareness.

The very notion of heritage is central to understanding how geoparks operate. In the Quarta Colônia and Caçapava geoparks, this process involves multiple social actors, including universities, municipal governments, cultural associations, community leaders, and non-governmental organizations, all of whom participate in decisions regarding what should be preserved, how preservation should occur, and for what purposes. These processes are marked by tensions and symbolic disputes which reveal, as Smith (2006) argues, that heritage “is an act,” a performative social practice that results from the collective action of interpreting and attributing meaning to the past.

In this context, communication emerges as a structuring dimension. As highlighted by Martín-Barbero (2009) and Orozco Gómez (2001), understanding cultural mediation means understanding the ways in which individuals produce meaning and recognize one another within the communicational environment. Communication practices in geoparks, therefore, extend beyond the dissemination of information or the promotion of tourism-related activities; they contribute to the formation of social bonds, the strengthening of identities, and the construction of shared narratives. By enabling diverse voices to actively participate in the discursive production of the territory, communication expands democratic horizons and reinforces community protagonism.

Within this framework, it is essential to consider the role of heritage education, understood as a continuous process of critical and participatory formation. As argued by Fonseca (2005), heritage education should promote the social appropriation of heritage, encouraging practices of preservation and recognition. Within geoparks, this educational dimension is expressed through school activities, university extension initiatives, community workshops, and, increasingly, digital resources that broaden access to knowledge about the territory. The creation of a Digital Cultural Heritage Interpretation Center is fully aligned with this movement, proposing an accessible, interactive, and participatory space dedicated to the valorization and dissemination of the tangible and intangible heritage of Quarta Colônia and Caçapava.

When conceived in a participatory manner, digital interpretation centers can contribute not only to expanding access to information but also to strengthening territorial identities and fostering broader public debates on sustainable development. This perspective recognizes heritage as a communicational device capable of articulating memory, identity, territory, and citizenship.

Thus, by strengthening community bonds, promoting democratic practices, and fostering a sense of belonging, communication plays a strategic role in consolidating geoparks as territories of integrated development. The articulation of heritage, culture, environment, tourism, and education reinforces the social role of geoparks and underscores their relevance for regional development. Accordingly, this study contributes to a deeper understanding of these dynamics and offers theoretical and methodological insights for the development of communicational and interpretative initiatives that promote cultural diversity, social participation, and sustainability.

2. Communication and the Proposal for an Interpretation Center

Communication contributes to positive social and cultural outcomes by enhancing management, transparency, governance, citizenship, and social development, as well as by supporting cultural policy-making and the preservation and dissemination of cultural heritage. It plays a key role in fostering social development and strengthening democratic practices. Furthermore, it helps address social inequalities and promote democratic principles such as diversity, tolerance, freedom of expression, and civic participation, while shaping identities and, in conjunction with culture, underpinning rights established in the Brazilian Constitution.

The perspective proposed by Sodré (2014) deepens this understanding by positioning communication as an ontological dimension of social life, responsible for constituting culture as a living process of meaning-making. For the author, communication is not limited to the circulation of information;

rather, it establishes and structures the symbolic universe within which individuals exist, interact, and recognize one another. As he argues, communication encompasses the conditions through which meanings are produced and thus functions as a formative element of the cultural practices that organize social life. This conception reinforces the central role of communication in identity formation and in the ways communities construct meanings about themselves, others, and the territories they inhabit.

Sodré (2014) further emphasizes that communicational processes operate not only at the discursive level but are also embedded in the material and symbolic practices that structure everyday life. Within this framework, culture is understood as the environment in which symbolic exchanges and collective experiences take place, shaped by a communicational system that connects individuals and guides ways of feeling, thinking, and acting. Such a perspective broadens the understanding of communication by integrating it with the affective, ethical, and political dimensions of social relations, thereby linking it directly to debates on cultural heritage and territorial belonging addressed in this study.

Furthermore, when reflecting on cultural mediation, Sodré (2014) highlights that contemporary media shape perceptions and influence the structuring of ways of life. He discusses mediatization as a force capable of reorganizing cultural practices and redefining social ties, affecting how communities construct narratives about themselves and the spaces they inhabit. From this perspective, territory is not only experienced but also mediated and performed through communication processes, positioning communication as a decisive factor in shaping the symbolic and affective landscapes that characterize local identities.

Applying this perspective to the contexts of the UNESCO Global Geoparks Caçapava and Quarta Colônia reinforces the understanding that sustainable development is closely linked to the communicative capacity to mobilize shared meanings and strengthen identity-based ties. Communication can thus be understood as a structuring dimension of territory—not merely as a tool for information dissemination, but as a field of social existence in which communities construct meanings, develop senses of belonging, and negotiate representations. By considering communication as constitutive of the social fabric, its potential to foster community empowerment, expand heritage awareness, and promote a democratic culture attentive to diversity and multiple voices becomes evident.

The interconnections between communication, culture, and democracy, when considered within the framework of sustainable development, mobilize values such as responsibility, solidarity, and hope, driven by a sense of belonging that permeates communities and territories. It is at this intersection that the present research is situated, grounded in the perspective of Cultural Studies, with emphasis on the contributions of Williams (1979, 2000, 2003), Hall (1997, 2016), and Latin American developments within this theoretical field. Within this approach, communication is understood as central to the construction of bonds between individuals and between individuals and the territories they inhabit, due to its capacity to weave symbolic connections, produce shared meanings, and reinscribe cultural elements often silenced or erased over time.

This study therefore problematizes the interrelations between “communication and culture,” particularly from the perspective of cultural heritage and identities, given their relevance, diversity, and social significance. Such an approach enables an understanding of intercultural and economic

dynamics that structure social life, as well as forms of territorial governance oriented toward sustainable development, since “for development to be sustainable, it must be economically viable, socially just, and environmentally sound” (Boff, 2012, p. 45). It is assumed that understanding, analyzing, and interpreting discourses and meanings emerging from communicational, cultural, and media expressions related to the territory is a key tool for reflecting on development and its demands, in alignment with the goal of promoting sustainable cities and communities, as outlined in the United Nations 2030 Agenda.

This proposal also engages with the political dimension of culture and its promotion by problematizing identities and cultural heritage, thereby fostering debates that can inform public and cultural policies aimed at democratizing access and expanding rights. It thus constitutes an approach that supports the strengthening of democratic values, such as the rule of law and the productive coexistence of differences (including gender, generation, sexual orientation, disability, race/ethnicity, class, and religion), contributing to the mitigation of social inequalities and the promotion of well-being. In this context, the dissemination of cultural heritage plays a strategic role in strengthening collective identity, valuing and preserving diversity, reinforcing a sense of belonging, and nurturing the social imaginary, thereby consolidating the subjective dimension of public policies. It is therefore assumed that cultural citizenship and empowerment, supported by education and culture, provide concrete conditions for addressing multiple forms of oppression.

We recognize that communication occupies a central role in cultural processes, as it is through communication that social norms and patterns circulate, are legitimized, and are perpetuated. Culture, understood as a set of socially shared patterns, depends on means of circulation to exist in the present; when such means are absent or suppressed, cultural practices tend to be silenced.

Williams (2011) highlighted the profound connection between media and the transmission of information in its broadest sense. According to him, media content carries meaning, and media texts express cultural meanings related to the entire communicational process, influencing production, circulation, reception, and interpretation. In this way, the communicational process plays a structuring role in the circulation and assimilation of institutionalized values, while also functioning as a vector of cultural change.

From this perspective, culture is perpetuated through communication, but is also shaped by cultural contexts. Communication mobilizes processes of learning and sociability, although it is important to acknowledge that individuals and social groups hold the power to control, select, and legitimize which patterns of behavior are communicated or silenced.

We further understand representation and culture as sites of ongoing contestation; once established, they require continuous negotiation, as resistance and dispute are inherent to social dynamics. By examining the relationship between representation and communication, it becomes evident that both influence and are influenced by processes of inclusion and exclusion that traverse identity groups. This underscores the importance of studies that articulate communication, culture, and heritage in ways that make visible the multiple identities shaping social organization, as proposed in the development of a Cultural Heritage Interpretation Center capable of representing such diversity.

It is important to clarify that an Interpretation Center is an institution dedicated to the dissemination of knowledge and information about the cultural and/or natural heritage of a given territory, enabling both residents and visitors to understand the meaning and significance of the heritage assets that define it. Unlike a museum, its primary focus is not on the storage, collection, or preservation of objects, but rather on the communication and interpretation of their symbolic and cultural value.

Interpretation Centers dedicated to cultural heritage constitute spaces specifically designed to communicate, translate, and give meaning to the cultural assets present within a given territory. Unlike traditional museums, whose primary function is to preserve, study, and exhibit objects, Interpretation Centers prioritize the transmission of the symbolic meanings associated with heritage, seeking to make it accessible and relevant to the public. Baeyens et al. (2005) emphasizes that these spaces fundamentally aim to reveal cultural values, facilitate the understanding of heritage elements, and promote the social appropriation of cultural legacies through cognitive and sensory experiences.

Interpretation, the structuring concept underlying Interpretation Centers, derives from the methodology proposed by Tilden (1957/2008), for whom interpretation goes beyond the mere presentation of information; rather, it seeks to provoke the visitor by fostering emotional and cognitive connections with heritage. In this sense, an Interpretation Center should construct narratives that connect past and present, promoting new ways of perceiving cultural assets and enhancing the sense of belonging. Such spaces thus function as symbolic mediators between the community and its heritage, valuing local memories and identities.

Furthermore, Interpretation Centers make use of technologies, audiovisual resources, and interactive strategies that encourage active visitor participation. Models, videos, projections, sensory panels, digital games, and multimedia content are employed to create dynamic environments capable of engaging audiences and facilitating the interpretive process. The focus shifts from the isolated object to the cultural context in which heritage is embedded, allowing visitors to explore meanings in a deeper and more immersive way.

Community participation in the design and maintenance of Interpretation Centers is also essential. According to Varine (2009), communities should play a leading role in the transmission of their own heritage, as they are best positioned to understand its values, histories, and meanings. Participatory management strengthens identity-based ties, fosters a sense of belonging, and reinforces collective commitment to cultural preservation. In this way, Interpretation Centers fulfill not only educational functions but also social, cultural, and community-oriented roles.

These theoretical perspectives guide the analysis of the two geoparks not by treating territory as a fixed geographical space, but as a socially and culturally constructed environment in which meanings, memories, identities, and representations are continuously produced and negotiated. Thus, the exploratory mapping presented in the following section is understood not merely as an inventory of heritage assets, but as an initial attempt to identify the symbolic and communicational dimensions through which these territories are represented and experienced.

3. Exploratory Diagnosis and Preliminary Mapping of the Studied Territories

The present investigation is currently in its initial phase, characterized as exploratory research, a fundamental stage for constructing a comprehensive overview of the research object and for analyzing the lived culture within the studied territories. As argued by Williams (2000), culture must be understood through everyday practices, symbolic forms, and structures of feeling that shape subjects' experiences. To this end, it is essential to undertake a process of contextualization that articulates historical, social, economic, cultural, and political dimensions, enabling not only an understanding of the context in which the research object is embedded, but also of the social and institutional forces that interact and produce meaning within it.

In this sense, the first stage of the study focused on developing a preliminary diagnosis of the Caçapava and Quarta Colônia Geoparks, located in the central region of Rio Grande do Sul. Demographic, socioeconomic, and territorial data were analyzed, along with elements related to natural and cultural heritage, in order to understand the complexity of each territory. This process made it possible to identify the structural characteristics of these spaces, contributing to the definition of analytical categories to be further explored in subsequent stages of the research.

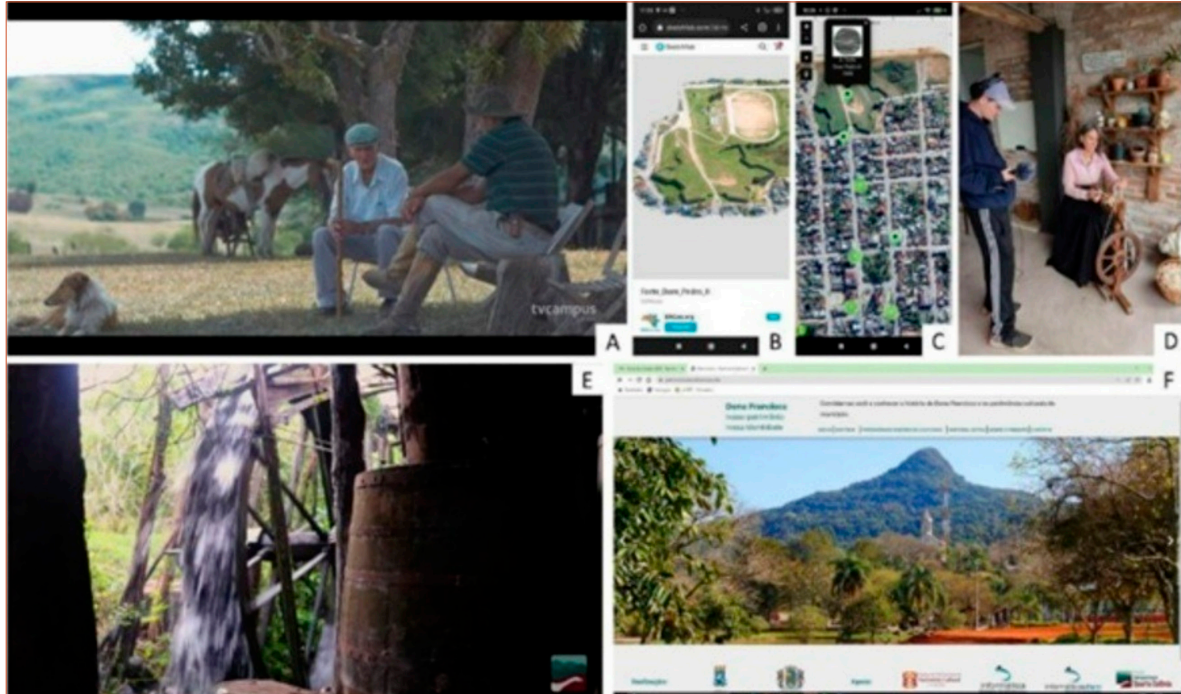
In parallel with the territorial diagnosis, the study also expanded the state of the art on the theme "communication, cultural heritage, and geoparks," with the aim of gathering theoretical and empirical references to support the discussion on the role of communication in mediating relationships between local identities, public policies, and sustainable development processes. This review was essential for situating the contemporary academic debate, identifying research gaps, and understanding how different approaches address the relationship between culture, territory, and sustainability.

A survey of the main cultural heritage elements present in the territories was also conducted, constituting the corpus of this study. This mapping included geosites, tangible and intangible assets, cultural practices, community traditions, and elements that express the social memory and identity values of local populations. In addition, a significant body of materials produced by previous projects was compiled and will be incorporated into the future digital exhibitions of the Digital Interpretation Centers. These materials include three-dimensional models obtained through drone imaging, records of geosites, soundscapes captured in natural environments and during cultural activities, 3D animations illustrating geological and geomorphological processes, and digitized historical documents, as shown in Figure 1.

Alongside the documentary and theoretical survey, fieldwork was initiated through the production of photographic and audiovisual records of the main natural, historical, and cultural heritage elements of the territories. This stage aims to support future interpretive proposals aligned with international guidelines for geoparks and oriented toward scientific dissemination, heritage education, and public communication. The materials produced will serve as the basis for structuring the multimodal narratives to be made available in the Digital Interpretation Center, thereby expanding access to heritage and strengthening the relationship between communities and their territories.

Figure 1

(A) Documentary *Unravelling the Giant*, presenting discoveries of giant sloths in the Caçapava UNESCO Global Geopark (UGGp); (B) smartphone screenshot of a 3D digital model of a fortress in Caçapava UGGp; (C) smartphone screenshot of an interactive digital map of the historic center of Caçapava UGGp; (D) soundscape recording produced by a traditional spinning wheel; (E) promotional video of the Quarta Colônia UGGp; (F) Digital Interpretation Center of Dona Francisca, used as a reference model for the proposed environment



Source. Author's own elaboration.

The presentation of the data and information obtained thus far demonstrates that the recovery of local identities and the valorization of heritage constitute essential components for promoting sustainable development in territories recognized as geoparks. The articulation between lived culture, participatory management, and heritage preservation shows that a deep understanding of territorial dynamics is a necessary condition for guiding future actions in communication, education, and community engagement. Thus, this exploratory phase establishes the analytical foundations that will enable, in subsequent stages, a more in-depth interpretive approach to the sociocultural processes that structure the Caçapava and Quarta Colônia Geoparks.

3.1. Caçapava do Sul

Located in the central region of Rio Grande do Sul, the Caçapava UNESCO Global Geopark occupies approximately 3,000 km² and became part of the UNESCO Global Geoparks Network in 2023. Although demographic and socioeconomic indicators contribute to the contextualization of the territory, understanding the geopark requires moving beyond statistical descriptions toward an interpretation that recognizes territory as a historical, cultural, and communicational construction. From the perspective of Cultural Studies, territory is not limited to its physical dimension but is continuously produced through social practices, symbolic exchanges, memories, and relations of power that attribute meaning to places (Hall, 1997; Williams, 1983). In this sense, the recognition of Caçapava as a UNESCO

Global Geopark does not merely acknowledge its exceptional geodiversity but also highlights the cultural processes through which local communities construct, preserve, and communicate their heritage. The historical formation of Caçapava do Sul reflects successive processes of Indigenous occupation, Jesuit presence, Portuguese colonization, military conflicts, mining activities, livestock production, and more recently, initiatives associated with geotourism and sustainable territorial development. These different historical layers coexist in the contemporary landscape, shaping what Hall (1997) defines as identities in constant process of construction. Heritage, therefore, should not be understood exclusively as a collection of preserved objects or sites, but as a dynamic cultural process through which communities negotiate memories, reinforce senses of belonging, and reinterpret their relationship with the territory.

This communicational perspective is particularly relevant to understanding UNESCO Global Geoparks. Rather than constituting spaces dedicated exclusively to geoconservation, geoparks are governance territories in which geological heritage becomes a catalyst for education, community participation, scientific dissemination, cultural valorization, and sustainable development (UNESCO, 2026a). As argued by Rebellato (2026), communication assumes a strategic role within this process because it enables the articulation between scientific knowledge and local knowledge, transforming geological heritage into a shared cultural reference capable of strengthening territorial identity and fostering community engagement.

From this perspective, Caçapava do Sul possesses one of the most expressive geodiversity assemblages in southern Brazil. Its geological evolution, represented by sedimentary, volcanic, and tectonic records spanning more than 500 million years, has resulted in landscapes of exceptional scientific, educational, ecological, and scenic value. Geosites such as Pedra do Segredo, Guaritas do Camaquã, Serra do Segredo and Minas do Camaquã exemplify how geological processes have become inseparable from historical narratives, popular traditions, tourism practices, environmental education, and local identity. The designation of Caçapava do Sul as the “Capital of Geodiversity of Rio Grande do Sul” under State Law No. 14.708/2015 (Rio Grande do Sul, 2015) reflects not only the scientific relevance of its geological heritage but also its growing recognition as a territorial resource capable of promoting development through culture and heritage.

Following Martín-Barbero (1993), communication is understood here as a process of mediation through which different actors attribute meanings to heritage. In Caçapava, these mediations emerge from the interactions between universities, public institutions, schools, tourism initiatives, cultural organizations, local communities, and visitors, generating multiple narratives about the territory. Geological formations are therefore interpreted not only as scientific objects but also as cultural landscapes, where memories, myths, educational practices, environmental values, and local experiences coexist. Such an understanding is consistent with Sodré’s (2014) proposition that communication constitutes a social practice capable of organizing collective life through symbolic exchanges rather than merely transmitting information.

The territory also illustrates how heritage may become an endogenous development resource when articulated with local productive arrangements. Alongside its historical importance in livestock production and mining, Caçapava has diversified its economy through olive cultivation, rural tourism, geotourism, gastronomy, and cultural entrepreneurship. These activities demonstrate that territorial development depends not exclusively on the economic exploitation of natural resources

but on the capacity to produce shared meanings about the territory and to transform heritage into a collective asset. As emphasized by Rebellato (2026), communication contributes to this process by connecting memory, identity, scientific knowledge, public participation, and territorial governance, reinforcing the social appropriation of heritage as a common good.

The exploratory diagnosis carried out in this study identified a wide diversity of cultural and communicational resources associated with the geopark, including geosites, historical buildings, archaeological remains, traditional knowledge, community festivities, audiovisual collections, documentary records, educational materials, digital repositories, and tourism initiatives. Rather than representing isolated heritage elements, these resources form an interconnected communicational ecosystem through which the territory narrates itself and projects its identity. Consequently, the value of Caçapava do Sul lies not only in the exceptional character of its geological heritage but also in the communicational processes that continuously reinterpret this heritage and integrate it into strategies for territorial development, cultural participation, and heritage education.

3.2. Quarta Colônia

The Quarta Colônia UNESCO Global Geopark occupies approximately 2,923 km² in the central region of Rio Grande do Sul and encompasses the municipalities of Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine, and Silveira Martins. Although demographic and socioeconomic indicators contribute to contextualizing the region, the territory cannot be understood exclusively through administrative or statistical parameters. Rather, Quarta Colônia constitutes a historical and cultural landscape resulting from successive processes of occupation involving Indigenous peoples, Afro-Brazilian communities, German settlers, and, particularly, Italian immigration beginning in 1877. These multiple historical trajectories have shaped a territory whose identity is continuously negotiated through cultural practices, collective memories, landscapes, and heritage (Hall, 1997; Padoin et al., 2021).

From the perspective adopted in this study, territory is understood as a communicational and cultural construction rather than merely a geographical delimitation. Following Williams (1983), places acquire meaning through lived experiences and shared cultural practices, while communication operates as the process through which these meanings are produced, circulated, and transformed. In Quarta Colônia, the interaction between geological heritage, historical processes, rural traditions, religious manifestations, gastronomy, scientific research, and community participation produces a complex network of symbolic references that exceeds conventional interpretations of heritage as a static collection of preserved assets.

The international recognition of Quarta Colônia as a UNESCO Global Geopark reflects the exceptional relationship established between geodiversity, biodiversity, cultural heritage, education, and sustainable territorial development. As highlighted by Figueiró (2025), the territory preserves one of the world's most significant geological records of the Triassic Period, including fossil assemblages that document the emergence of the earliest dinosaurs and mammals on Earth. This exceptional paleontological heritage is not interpreted solely according to its scientific relevance but also as a cultural resource capable of strengthening territorial identity, promoting environmental education, and fostering geotourism and community engagement.

The geological evolution of Quarta Colônia also explains much of its contemporary cultural landscape. Located on the southern edge of the Brazilian Meridional Plateau, the territory encompasses sedimentary deposits, volcanic formations, escarpments, floodplains, residual hills, caves, and river valleys that record more than 250 million years of Earth's history. According to Figueiró (2025), these geomorphological features simultaneously define ecological corridors connecting the Atlantic Forest and the Pampa biomes and constitute fundamental references for the occupation of the territory, influencing agricultural systems, settlement patterns, cultural landscapes, and tourism development.

This articulation between nature and culture reinforces one of the central assumptions of UNESCO Global Geoparks: geological heritage acquires social value only when interpreted through the experiences, memories, and knowledge of the communities that inhabit the territory. In this regard, communication becomes an essential process of mediation (Martín-Barbero, 2003), enabling scientific knowledge to interact with local knowledge, educational initiatives, tourism practices, public policies, and cultural expressions. Rather than simply disseminating geological information, communication contributes to constructing shared meanings about the territory and to strengthening the population's sense of belonging.

The cultural diversity of Quarta Colônia reflects the coexistence of multiple ethnic and historical influences expressed in architecture, gastronomy, religious celebrations, agricultural practices, handicrafts, oral traditions, and local festivities. However, these manifestations should not be understood as isolated cultural expressions. They constitute what Hall (1997) defines as systems of representation through which identities are continuously constructed and negotiated. Likewise, the communicational dimension of these practices demonstrates that heritage is constantly re-signified through everyday interactions between communities, institutions, researchers, schools, museums, tourism initiatives, and visitors.

This perspective is consistent with the territorial communication approach proposed by Rebellato (2026), according to which communication should be understood as an organizing dimension of territorial development rather than merely an instrument for disseminating information. Heritage interpretation therefore depends not only on the existence of geological, historical, or cultural assets but also on the communicational processes capable of connecting these resources with different audiences, promoting participation, strengthening local governance, and encouraging collective appropriation of heritage.

The exploratory diagnosis conducted during this research identified an extensive diversity of resources associated with Quarta Colônia, including fossil collections, geosites, historical buildings, museums, audiovisual archives, oral history records, digital collections, educational materials, cartographic resources, scientific publications, community initiatives, and tourism experiences. These materials reveal the existence of a broad communicational ecosystem through which the territory narrates its geological evolution, cultural diversity, and historical trajectories. Rather than representing isolated documentary resources, these elements collectively constitute the symbolic infrastructure through which Quarta Colônia constructs and communicates its territorial identity.

From this perspective, the value of Quarta Colônia extends beyond its internationally recognized geological heritage. The territory illustrates how communication, cultural heritage, scientific

knowledge, and community participation can interact to produce sustainable territorial development. The preliminary mapping carried out in this study demonstrates that the richness of the territory lies not only in its exceptional geodiversity and paleontological significance but also in the communicational processes that transform these resources into shared cultural heritage, reinforcing the role of UNESCO Global Geoparks as spaces where education, culture, science, and local development become mutually reinforcing dimensions.

4. Conclusion

This article presented and discussed the initial exploratory stage of a broader research process focused on the relationships between communication, cultural heritage, territory, and sustainable development in the Caçapava and Quarta Colônia UNESCO Global Geoparks. Rather than analyzing an already implemented interpretation center, the study focused on the preliminary diagnosis of the territories and on the identification and mapping of cultural heritage elements, communication resources, and documentary and audiovisual materials related to the two geoparks.

The exploratory process demonstrated the existence of a rich and diverse set of resources associated with geological, natural, historical, cultural, and intangible heritage. The mapping also identified previously produced materials, including audiovisual records, digital maps, three-dimensional models, soundscapes, historical documents, and other resources that may contribute to future strategies of heritage interpretation and public communication.

The findings reinforce the importance of understanding communication not merely as an instrument for disseminating information, but as a process through which communities construct meanings, represent their territories, negotiate identities, and participate in the recognition and valorization of cultural heritage. In this sense, the preliminary diagnosis constitutes an important basis for future investigations into the relationship between cultural heritage, territorial identity, and sustainable development. Based on the results obtained in this initial stage, the creation of a Digital Cultural Heritage Interpretation Center emerges as a possible subsequent research and development initiative. Its future implementation should be based on participatory processes involving local communities, institutions, researchers, and other territorial actors. Therefore, the center is understood not as a result of the present study, but as a future possibility whose conceptual and content foundations may be developed from the exploratory mapping conducted here.

The study thus contributes to the debate on communication, cultural heritage, and territorial development by demonstrating the relevance of preliminary diagnosis and heritage mapping as necessary steps for the development of future communicational and interpretive initiatives in UNESCO Global Geoparks.

5. Funding and support

This research is funded by the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq) and the Brazilian Ministry of Science, Technology and Innovation. This English version had the support of Daiinter/UNIPAMPA, specifically through the Call for Translation 01/2026.

6. Author contributions according to the CRediT taxonomy

- Conceptualization: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Data curation: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Formal analysis: Author 1 and Author 2.
- Funding acquisition: Not applicable.
- Investigation: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Methodology: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Project administration: Author 1.
- Resources: Not applicable.
- Software: Not applicable.
- Supervision: Author 1 and Author 2.
- Visualization: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Writing – original draft: Author 1, Author 2 and Author 3.
- Writing – review & editing: Author 1, Author 2 and Author 3.

7. Statement on the use of artificial intelligence

No artificial intelligence was used in any aspect of this article.

8. Profile of the authors

Flavi Ferreira Lisboa Filho is a professor in the Postgraduate Program in Communication, the Professional Postgraduate Program in Cultural Heritage, and the Department of Communication Sciences at the Federal University of Santa Maria (UFSM). Chief of Staff of the Rectorate at UFSM. Research Productivity Fellow of CNPq (Brazil). PhD in Communication Sciences. Coordinator of the Research Group on Cultural Studies and Audiovisualities. Author of several books and articles on the subject.

Elisa Lubeck is a professor of Public Relations at the Federal University of Pampa (Unipampa). Collaborating Professor of the Professional Master's Program in Cultural Heritage at the Federal University of Santa Maria (UFSM). PhD in Communication Sciences. Member of the Research Group on Cultural Studies and Audiovisualities.

Mauricio Rebellato is a Brazilian journalist, researcher, and professor in the field of Communication. He holds a PhD in Media Communication from the Federal University of Santa Maria (UFSM) and is a member of the Research Group on Cultural Studies and Audiovisualities. He bridges professional practice and academic research in the field of communication, with a particular focus on television journalism, where he has worked for the past twelve years.

References

- Baeyens, H., Charasse-Valat, Z., Grizzi, T., Ghitti, E., Juan Tresserras, J., Izquierdo Tugás, P., Leander, B., Malmberg, B., Massari, F., Matamala Mellin, J. C., Mazzali, M., Medeghini, E., Mudu, A., Simonetti, C., Vergara, F., Yañez de Aldecoa, C., & Zanna, S. (2005). *Centros de interpretación del patrimonio: Manual HICIRA*. Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona. https://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=30255bf9-e4ce-4cbc-97e1-553e184249d1&groupId=99058
- Boff, L. (2012). *Sustentabilidade: O que é, o que não é*. Vozes.
- Choay, F. (2006). *A alegoria do patrimônio* (L. V. Machado, Trans.; 5th ed.). Estação Liberdade; Editora Unesp.
- Figueiró, A. S. (2025). Fourth Colony UNESCO Global Geopark (RS-Brazil): A window into Earth's history in the south of the American continent. *Margarida Penteado Revista de Geomorfologia*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.29327/v2n2.2025>
- Fonseca, M. C. L. (2005). *O patrimônio em processo: Trajetória da política federal de preservação no Brasil* (2nd rev. and expanded ed.). Editora UFRJ; MinC; IPHAN.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Editora PUC-Rio; Apicuri.
- Martín-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations* (E. Fox & R. A. White, Trans.). Sage. (Original work published 1987)
- Martín-Barbero, J. (2009). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* (3ª ed.). Editora UFRJ.
- Orozco Gómez, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Grupo Editorial Norma.
- Padoin, M. M., Figueiró, A. S., & Cruz, J. A. S. (Eds.). (2021). *Educação patrimonial em territórios geoparques: Uma visão interdisciplinar na Quarta Colônia*. FACOS-UFSM. <https://www.ufsm.br/editoras/facos/educacao-patrimonial-em-territorios-geoparques>
- Rebellato, M. (2026). *Comunicação e identidade: A busca pelo desenvolvimento sustentável em um território Geoparque Mundial da Unesco* [Doctoral dissertation, Universidade Federal de Santa Maria]. Repositório Institucional da UFSM. <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/38472>
- Rio Grande do Sul. (2015, July 15). *Lei nº 14.708, de 15 de julho de 2015: Declara o Município de Caçapava do Sul "Capital Gaúcha da Geodiversidade"*. <https://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/LEI%2014.708.pdf>
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: Notas para o método comunicacional* (2nd ed.). Vozes.
- Tilden, F. (2008). *Interpreting our heritage* (4th ed., expanded and updated). University of North Carolina Press. (Original work published 1957)
- UNESCO. (2026a, January 19). *UNESCO Global Geoparks*. <https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>
- UNESCO. (2026b, July 24). *List of UNESCO Global Geoparks and regional networks*. <https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks>
- Varine, H. de. (2009). *As raízes do futuro: O patrimônio a serviço do desenvolvimento local*. Medianiz.
- Williams, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Zahar.
- Williams, R. (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society* (Rev. ed.). Oxford University Press.
- Williams, R. (2000). *Cultura* (L. L. de Oliveira, Trans.). Paz e Terra.
- Williams, R. (2003). *La larga revolución*. Nueva Visión.
- Williams, R. (2011). *Cultura e materialismo* (A. Glaser, Trans.). Editora Unesp.

O WhatsApp como principal distribuidor de notícias de veículos de imprensa do interior catarinense

WhatsApp as the primary news distributor for media outlets in the interior of Santa Catarina

Ricardo Luiz Aoki

(Responsable de correspondencia)

Universidade Federal de Santa Catarina | Campus Trindade | Florianópolis | Brasil

 000000022431-6400 | ricardo.aoki@ufsc.br

Rita de Cássia Romeiro Paulino

Universidade Federal de Santa Catarina | Campus Trindade | Florianópolis | Brasil

 000000023020-7091 | rita.paulino@ufsc.br

Marcos Cesar da Rocha Seruffo

Universidade Federal do Pará | Campus Guamá | Belém | Brasil

 000000028106-0560 | seruffo@ufpa.br

Recepción 22/10/2025 · Aceptación 01/09/2026 · Publicación 15/10/2026

Resumo

Este artigo apresenta uma pesquisa realizada com três portais de notícias do interior de Santa Catarina. O objetivo é analisar como esses veículos distribuem notícias por meio das plataformas sociais digitais (PSD) e comparar, mediante o rastreamento de links parametrizados, o tráfego direcionado por cada plataforma aos sites dos portais. Partiu-se da hipótese de que, considerados conjuntamente os três portais analisados, o WhatsApp apresentaria o maior volume de tráfego atribuído aos links parametrizados, evidenciando a centralidade do aplicativo na estratégia de distribuição de notícias desses veículos. Os dados foram coletados em setembro de 2022 por meio de relatórios do Google Analytics e do rastreamento de 60 notícias parametrizadas, distribuídas pelos três portais analisados. Na época da coleta, esses veículos reuniam aproximadamente 21 mil membros em grupos de WhatsApp, 396 mil seguidores no Facebook e 124 mil no Instagram. Os resultados indicam que, entre os registros de tráfego atribuídos aos links parametrizados, as plataformas pertencentes à Meta concentraram a maior parte dos acessos identificados. Considerados conjuntamente, os portais apresentaram maior retorno atribuído ao WhatsApp do que ao Facebook, embora essa predominância não tenha ocorrido individualmente em todos os casos. Percebeu-se que os proprietários desses portais procuram aumentar o número de seguidores e membros de suas redes sociais com a intenção de criar capital social. Essa estratégia contribui para a geração de receitas publicitárias e para o financiamento da atividade jornalística nas localidades onde esses veículos atuam.

Palavras-chave: WhatsApp, distribuição de notícias, jornalismo, portais de notícias.

Cómo citar: Luiz Aoki, R., de Cássia Romeiro Paulino, R. y da Rocha Seruffo, M. C. (2026). . *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (70), 240-258. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2026.i70.13>



Resumen

Este artículo presenta una investigación realizada con tres portales de noticias del interior del estado de Santa Catarina, Brasil. El objetivo es analizar cómo estos medios distribuyen noticias a través de las plataformas sociales digitales (PSD) y comparar, mediante el seguimiento de enlaces parametrizados, el tráfico dirigido por cada plataforma a los sitios web de los portales. Se partió de la hipótesis de que, considerados conjuntamente los tres portales analizados, WhatsApp presentaría el mayor volumen de tráfico atribuido a los enlaces parametrizados, evidenciando la centralidad de la aplicación en la estrategia de distribución de noticias de estos medios. Los datos se recopilieron en septiembre de 2022 mediante informes de Google Analytics y el seguimiento de 60 noticias parametrizadas, distribuidas por los tres portales analizados. En el momento de la recopilación, estos medios reunían aproximadamente 21.000 miembros en grupos de WhatsApp, 396.000 seguidores en Facebook y 124.000 en Instagram. Los resultados indican que, entre los registros de tráfico atribuidos a los enlaces parametrizados, las plataformas pertenecientes a Meta concentraron la mayoría de los accesos identificados. Considerados conjuntamente, los portales presentaron un mayor retorno atribuido a WhatsApp que a Facebook, aunque este predominio no se produjo individualmente en todos los casos. Se observó que los propietarios de estos portales procuran aumentar el número de seguidores y miembros de sus redes sociales con la intención de crear capital social. Esta estrategia contribuye a generar ingresos publicitarios y a financiar la actividad periodística en las localidades donde actúan estos medios.

Palabras clave: WhatsApp, distribución de noticias, periodismo, portales de noticias.

Abstract

This article presents a study of three news websites based in inland Santa Catarina, Brazil. It aims to analyze how these outlets distribute news through digital social platforms (DSPs) and, by tracking parameterized links, compare the traffic directed by each platform to the outlets' websites. The study hypothesized that, when the three outlets were considered together, WhatsApp would account for the highest volume of traffic attributed to the parameterized links, demonstrating the central role of the application in their news distribution strategy. Data were collected in September 2022 from Google Analytics reports and by tracking 60 parameterized news stories distributed by the three outlets. At the time of data collection, the outlets had approximately 21,000 members in WhatsApp groups, 396,000 followers on Facebook, and 124,000 followers on Instagram. The results indicate that, among the traffic records attributed to the parameterized links, Meta-owned platforms accounted for most of the identified visits. Taken together, the outlets received more traffic attributed to WhatsApp than to Facebook, although WhatsApp did not lead in every individual case. The findings also show that the owners of these outlets seek to increase the number of followers and social media group members to build social capital. This strategy contributes to advertising revenue and helps finance journalistic activities in the communities served by these outlets.

Keywords: WhatsApp, news distribution, journalism, news portals.

1. Introdução

A distribuição de conteúdo jornalístico através de plataformas sociais digitais (PSD) representa uma estratégia de grande importância para as empresas de comunicação que visam expandir seu alcance e estabelecer vínculos mais sólidos com seu público. No entanto, essa abordagem não está isenta de desafios e riscos, especialmente para as empresas jornalísticas localizadas em áreas do interior. Essas empresas enfrentam dificuldades significativas para sustentar suas operações em um contexto de crise econômica, competição intensa e mudanças nos padrões de consumo de informação.

Um dos principais dilemas enfrentados pelos veículos jornalísticos é a dependência de plataformas digitais que controlam infraestruturas relevantes para a distribuição e o alcance das notícias. Como essas empresas estabelecem e modificam algoritmos, políticas de circulação e modelos de monetização, os veículos passam a operar em uma relação assimétrica, na qual precisam adaptar suas estratégias a decisões sobre as quais possuem pouco controle (Nielsen & Ganter, 2018; Nieborg & Poell, 2018). Nesse ambiente, a circulação de conteúdos também amplia os desafios relacionados à desinformação, especialmente em contextos de crise sanitária (Salaverría et al., 2020; Recuero, 2024).

A utilização do aplicativo de comunicação *WhatsApp* tem sido amplamente adotada na indústria jornalística, não apenas como ferramenta de mensagens entre redação e repórter ou repórter e fonte, mas também como poderoso instrumento de distribuição de conteúdo noticioso. Portais de notícias de cidades do interior têm utilizado o *WhatsApp* para disseminar o conteúdo produzido, gerando engajamento em suas publicações, curtidas em suas páginas nas plataformas sociais digitais e recursos financeiros provenientes de anúncios do Google e ganho de capital social nas comunidades em que atuam (Aoki, 2023).

A pandemia de Covid-19 intensificou transformações que já estavam em curso na indústria jornalística, ampliando o consumo de notícias e a circulação de conteúdos por plataformas digitais. Nesse período, redes sociais e aplicativos de mensageria, especialmente o *WhatsApp*, assumiram papel relevante tanto na distribuição de conteúdo jornalístico quanto na propagação de desinformação, em um contexto classificado como “infodemia” pela Organização Mundial da Saúde (Salaverría et al., 2020). Estudos também identificaram o aumento da procura por informações jornalísticas e a necessidade de ampliar as pesquisas para além das grandes redações, considerando veículos e profissionais inseridos em diferentes contextos regionais (Lewis, 2020; Masip et al., 2020). Para os portais do interior, esse cenário acelerou a incorporação das plataformas digitais às rotinas de distribuição de notícias, contexto do qual se originaram a tese de doutorado e o recorte apresentado neste artigo.

Este artigo apresenta um recorte da tese de doutorado de Aoki (2023), que investigou como os portais de notícias do interior de Santa Catarina incorporaram o *WhatsApp* às suas práticas jornalísticas e estabeleceram uma relação de dependência com o aplicativo para a distribuição de conteúdo durante a pandemia de Covid-19. O presente recorte concentra-se especificamente no monitoramento do tráfego gerado por 60 notícias parametrizadas e distribuídas por três portais, com o propósito de comparar o retorno atribuído às diferentes plataformas sociais digitais utilizadas por esses veículos.

O objetivo deste artigo é analisar como três portais de notícias do interior de Santa Catarina distribuem notícias por meio de plataformas sociais digitais e comparar, mediante o rastreamento de links parametrizados, o tráfego atribuído a cada plataforma em direção aos sites desses veículos. A partir desse objetivo, formulou-se a seguinte pergunta de pesquisa: entre as plataformas sociais digitais utilizadas pelos três portais analisados, qual apresentou o maior volume de tráfego atribuído aos links de notícias parametrizados durante o período de coleta?

Partiu-se da hipótese de que, considerados conjuntamente os três portais analisados, o *WhatsApp* apresentaria o maior volume de tráfego atribuído aos links parametrizados, superando as demais plataformas utilizadas na distribuição de notícias e evidenciando a centralidade do aplicativo nessa estratégia.

A contribuição deste artigo não reside em afirmar, de maneira inédita, que as organizações jornalísticas dependem das plataformas digitais, mas em demonstrar empiricamente como essa dependência se manifesta na distribuição de notícias de portais do interior. Por meio da parametrização dos links de 60 notícias, foi possível identificar acessos originados no WhatsApp que não apareciam classificados dessa forma nos relatórios convencionais do Google Analytics e comparar o retorno atribuído ao aplicativo com o das demais plataformas utilizadas pelos três veículos. O estudo contribui, assim, para compreender a participação do WhatsApp nas estratégias de distribuição e geração de tráfego de organizações jornalísticas locais.

O método utilizado para o monitoramento foi a análise de gráficos gerados a partir do *Google Analytics* dos portais de notícias participantes. Essas informações foram obtidas por meio da criação de links parametrizados na ferramenta Campaign URL Builder, também do *Google Analytics*. Um total de 60 notícias publicadas nos sites dos participantes recebeu os parâmetros que tornaram possível entender quais as principais fontes de acesso de cada um deles.

As discussões apresentadas neste estudo sugerem que os portais de notícias de cidades do interior dependem das plataformas sociais digitais para sobreviver financeiramente. Essa dependência gera capital social e riscos para a indústria jornalística, tendo em vista que as PSD são empresas que mudam suas regras de acordo com seus boletins financeiros e não necessariamente apoiam o jornalismo profissional de forma ética.

2. Plataformização, capital social e financiamento do jornalismo local

No ecossistema digital plataformizado, a circulação de notícias depende cada vez mais de serviços e infraestruturas controlados por empresas de tecnologia. Essas plataformas não funcionam apenas como canais neutros de distribuição, pois estabelecem formatos, critérios de visibilidade, formas de acesso aos dados das audiências e possibilidades de monetização. Essa relação coloca as organizações jornalísticas em uma posição de assimetria, uma vez que precisam adaptar suas estratégias às regras definidas pelos intermediários digitais (Nieborg & Poell, 2018; Nielsen & Ganter, 2018).

Nesse ecossistema, o WhatsApp apresenta características distintas das demais plataformas utilizadas pelos veículos analisados. Enquanto Facebook e Instagram organizam a circulação de conteúdos principalmente por meio de feeds mediados por algoritmos, o WhatsApp opera como um serviço de mensageria instantânea, baseado em conversas interpessoais, grupos e listas de transmissão. Para as organizações jornalísticas, o aplicativo pode funcionar como canal direto de distribuição de notícias e de relacionamento com o público, inserindo o conteúdo em redes previamente estabelecidas de proximidade e confiança (Boczek & Koppers, 2020). No caso dos portais do interior analisados, essa característica é especialmente relevante porque os links enviados aos grupos direcionam os usuários aos sites dos veículos, nos quais os acessos podem ser convertidos em audiência e receita publicitária.

O financiamento do jornalismo é uma discussão antiga e parte-se do pressuposto de que o bom jornalismo sempre foi subsidiado de alguma forma (Costa, 2014, p. 64). Os subsídios que o jornalismo recebe, indireta ou diretamente, na maior parte das vezes provêm de anúncios privados ou públicos. Muitos autores têm discutido esse modelo de financiamento como no já clássico texto *Jornalismo Pós-Industrial*: adaptação aos novos tempos de Anderson et al. (2013). Entender como as organizações

jornalísticas adquirem recursos no ecossistema atual é um desafio, principalmente quando falamos dos portais de notícias do interior.

Atualmente, na era digital, o espaço para venda de anúncios de um jornal está na veiculação de propaganda em seu portal de notícias. Esta pesquisa busca entender como é gerado o tráfego de acessos que contribui para o capital social e para o financiamento da operação jornalística dos portais que participaram do estudo.

Aoki (2021) identifica que os anúncios do comércio e dos serviços locais são a principal fonte de financiamento dos veículos de imprensa situados em cidades de médio e pequeno porte. Essa forma de financiamento representa mais de 85 % do faturamento das empresas jornalísticas. Entretanto, uma questão importante é como o anunciante escolhe onde aplicar seus recursos para propaganda, principalmente tendo em vista que esses recursos, na maioria das vezes, são limitados considerando que se trata de empresas e serviços locais de cidades de médio e pequeno porte.

Um fator a se observar é o capital social do veículo de imprensa ou sua relevância dentro das plataformas sociais digitais. Ou seja, a influência que os portais de notícias exercem sobre suas comunidades e como isso se torna um fator de decisão dos anunciantes na hora de investir em tais empresas de comunicação. Pierre Bourdieu (1986) apresenta três formas de capital: econômico, cultural e social. Para ele, o sistema econômico não pode ser explicado apenas pela troca de mercadorias manufaturadas. A sociedade também vive da troca de bens imateriais que dão sentido aos problemas do mundo. O capital econômico é a forma de converter objetos em dinheiro. O capital cultural é a forma simbólica de converter o significado das ações humanas em algo que possa também ser convertido em dinheiro.

No caso de veículos jornalísticos, o capital social é o agregado dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações. Bourdieu (1986) explica que se trata de um capital intangível de uma organização jornalística, ou seja, aquele que tem a ver com a confiança e os relacionamentos que esse veículo tem com sua comunidade.

Tradicionalmente, esse capital é acumulado a partir da credibilidade dos jornalistas que compõem determinado veículo de imprensa. Essa credibilidade é o que Bourdieu (1986, p. 21) explica como sendo o valor do capital econômico e cultural que esses indivíduos já possuem. Esse capital acabava por tornar determinado veículo mais ou menos atrativo para a publicidade. Ou seja, os jornalistas utilizavam sua credibilidade como moeda de valorização do jornal e multiplicavam esse valor a partir da venda de anúncios. Friedland (1996) relaciona o capital social à capacidade do jornalismo de fortalecer vínculos comunitários e ampliar a participação dos cidadãos em questões de interesse público. Transposta para o ambiente digital, essa perspectiva permite compreender o WhatsApp e outros recursos tecnológicos como instrumentos que podem aproximar o conteúdo jornalístico das comunidades, favorecendo o acesso, o compartilhamento e a apropriação social das notícias. Essa possibilidade, entretanto, não decorre apenas da tecnologia, mas dos vínculos e das práticas de interação estabelecidos entre os veículos e seus públicos.

Entretanto, com o surgimento das plataformas de redes sociais digitais, capitaneadas inicialmente pelo Google e hoje fortemente estruturadas nas empresas subsidiárias da Meta (Facebook, Instagram e WhatsApp) e em outras como TikTok e X, a mensuração do capital social passou a ser a acumulação

de conexões e redes de relacionamento estruturadas a partir desses ambientes digitais. Recuero (2024, p. 120) argumenta que as plataformas de mídias sociais permitiram que as pessoas expandissem suas redes, sem custo adicional. A quantidade de conexões é um dos fundamentos básicos para verificar a qualidade da rede e como a reputação e a influência do veículo são vistas pela comunidade onde atua.

O financiamento do jornalismo do interior está diretamente ligado ao capital social do veículo de jornalismo. É a partir da construção de uma rede ampla de seguidores nessas PSDs que esses jornais passaram a construir sua reputação e credibilidade. Recuero (2024, p. 121) entende que a visibilidade constrói o capital social a partir dessas ferramentas digitais e ser visto é parte importante da estratégia para gerar a percepção desse capital, que leva os anunciantes a decidir onde irão investir seus recursos de propaganda.

O foco deste estudo é discutir como os portais de notícias utilizam os grupos de *WhatsApp* para construir uma parte importante do seu capital social. Aqui, pretende-se mensurar se as Plataformas Sociais Digitais geram acessos aos portais de notícias e quais são as mais relevantes para o financiamento da operação jornalística dos portais que participaram do estudo.

3. Metodologia

Esta pesquisa apresenta uma abordagem quantitativa e exploratória, com elementos de estudo de caso, focando na análise do comportamento de distribuição de notícias e no impacto das plataformas sociais digitais (PSD), especificamente o *WhatsApp*, no tráfego de portais de notícias do interior de Santa Catarina. A natureza exploratória justifica-se pela necessidade de compreender um fenômeno ainda em desenvolvimento e com lacunas na literatura, especialmente no contexto regional brasileiro (Yin, 2018).

O desenho da pesquisa é caracterizado como um estudo de caso múltiplo, envolvendo três portais de notícias do interior de Santa Catarina. A seleção de múltiplos casos permite a comparação e a identificação de padrões ou variações no fenômeno estudado, aumentando a robustez das conclusões em relação a um único estudo de caso (Stake, 1998).

A amostra englobou um total de três portais entre dez que foram convidados para participar deste estudo. Eles foram escolhidos a partir de um ranking elaborado em estudo anterior realizado pelos autores. Nesse ranking foram mapeados os seguidores nas PSDs de 74 portais de notícias do interior de Santa Catarina. O principal critério de ranqueamento foi o número de membros nos grupos de *WhatsApp* de cada portal.

Para participar da pesquisa, seria necessário que a empresa proprietária do jornal concedesse acesso ao *Google Analytics* do portal de notícias aos pesquisadores deste estudo. Os editores-chefes dos dez portais mais bem ranqueados foram convidados via e-mail e apresentados às condições estabelecidas, segundo as quais seria necessário rastrear links de notícias dos portais. Dos dez convidados, cinco não aceitaram abrir seus dados de acesso para a pesquisa. Dois portais de notícias consultaram seus respectivos departamentos jurídicos para avaliar o impacto da pesquisa nos seus negócios e não concordaram em participar. Três empresas aceitaram participar nas condições apresentadas pelos pesquisadores. Todos os portais convidados receberam cópia do parecer favorável emitido pelo CEPESH-UFSC.

Os portais que aceitaram as condições para participar foram o BC Notícias, da cidade de Balneário Camboriú, o Canal Ideal, da cidade de Xanxerê e A Gazeta de São Bento, da cidade de São Bento do Sul. Todos os três permitiram o acesso dos pesquisadores aos números de acesso em tempo real dos seus respectivos sites a partir do *Google Analytics*. Por uma questão logística e pelas restrições da pandemia que ainda vigoravam durante a pesquisa, todo o processo foi realizado de forma remota. Os portais deram o aceite de forma digital no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido aprovado pelo CEPESH-UFSC e participaram da pesquisa remotamente.

3.1. Coleta de Dados

A coleta foi realizada em setembro de 2022, em períodos definidos conforme a rotina de publicação de cada portal. No BC Notícias, o monitoramento ocorreu entre 10 e 16 de setembro, abrangendo 18 notícias distribuídas em seis dias, pois o portal não teve expediente no domingo. No A Gazeta e no Canal Ideal, a coleta foi realizada entre 14 e 20 de setembro, com 21 notícias monitoradas em cada veículo. Ao todo, o corpus da pesquisa foi constituído por 60 notícias parametrizadas.

Os dados de tráfego foram coletados pelo *Google Analytics*, ferramenta amplamente conhecida e utilizada para monitoramento de websites, que fornece métricas detalhadas sobre visitantes, fontes de tráfego, comportamento do usuário e conversões (Clifton, 2010). É necessário explicar que havia uma diferença na coleta de dados: à época da pesquisa, o Canal Ideal já utilizava a versão 4 do *Google Analytics* (GA4), enquanto o BC Notícias e A Gazeta ainda utilizavam o *Universal Analytics* (UA). A diferença entre as versões está relacionada à forma como o *Google Analytics* processa a coleta de tráfego no site. O *Google Universal Analytics* inclui hits de página, de evento, de e-commerce e de interação social. Já no *Google Analytics 4*, a sessão é registrada por meio do evento *session_start*, e, por princípio, qualquer interação com o site é capturada como um evento, conforme mostra o Tabela 1.

Tabela 1

Diferenças apontadas entre o *Google Universal Analytics* e o *Analytics 4*

Em uma propriedade do <i>Universal Analytics</i> , um tipo de hit...	é registrado em uma propriedade do <i>Google Analytics 4</i> como...
Visualização de página	Evento
Evento	Evento
Social	Evento
Transação/e-commerce	Evento
Velocidade do usuário	Evento
Exceção	Evento
Visualização no app/tela	Evento

Fonte. *Google Analytics*.

O BC Notícias e o A Gazeta utilizavam o *Universal Analytics*, enquanto o Canal Ideal já empregava o *Google Analytics 4* (GA4). No *Universal Analytics*, a mensuração era organizada principalmente por

usuários, sessões e diferentes tipos de interação. No GA4, a coleta é estruturada por eventos, entre os quais estão a visualização de página e o início de uma sessão. Por essa razão, sessões, eventos e visualizações de página não foram tratados como métricas equivalentes. Os resultados foram analisados de acordo com as métricas disponíveis em cada propriedade do Google Analytics.

Também se considerou que a métrica de usuários não é necessariamente aditiva. Um mesmo usuário pode acessar o portal em diferentes dias ou por mais de uma plataforma e, consequentemente, aparecer em mais de um recorte. Quando foram utilizados somatórios diários, os resultados foram identificados como registros diários de usuários, distinguindo-os do número de usuários únicos apresentado nos relatórios semanais.

Para identificar especificamente o tráfego proveniente do *WhatsApp* e de outras plataformas sociais digitais, foram implementadas as seguintes estratégias:

3.2. Parametrização dos links

Cada portal de notícias designou um jornalista que ficou responsável pelo envio das notícias em suas plataformas sociais digitais. Para tanto, era necessário parametrizar as notícias para que o *Google Analytics* conseguisse identificar de onde os acessos ao portal eram gerados.

Os parâmetros utilizados foram os seguintes:

- *Campaign ID* = Identificação da plataforma (Facebook, *WhatsApp*, Instagram, X (Twitter))
- *Source* = Plataforma Social (Facebook, *WhatsApp*, Instagram, X (Twitter))
- *Medium* = Dia (dia do envio: 1º, 2º etc.)
- *Campaign Name* = pesquisa_ufsc

A aplicação desses parâmetros na ferramenta *Campaign URL Builder*, do Google Analytics, está exemplificada na Figura 1.

O parâmetro de rastreo foi nomeado como “pesquisa_ufsc”. Isso possibilitou distinguir, dentro do *Google Analytics*, os acessos provenientes dos usuários que clicaram especificamente no link compartilhado com o parâmetro. A origem (*source*) recebeu o nome da PSD onde o link foi postado, sendo possível identificar em qual plataforma o usuário abriu a notícia. O parâmetro *medium* foi utilizado para identificar o dia em que a notícia foi publicada.

É necessário esclarecer que o *Google Analytics* rastreia nativamente os acessos provenientes do Facebook, Instagram, LinkedIn e outras plataformas sociais digitais. Entretanto, o *WhatsApp* não possuía, até a data de fechamento da pesquisa, o mesmo rastreo nativo. Provavelmente, o Google não entende que o aplicativo seja uma plataforma social. Por isso, quando o proprietário do jornal acessa os dados, ele percebe que o Facebook é que impulsiona os acessos ao site, fato que não se confirma nesta pesquisa.

Figura 1

Parametrização das notícias na ferramenta Campaign URL Builder

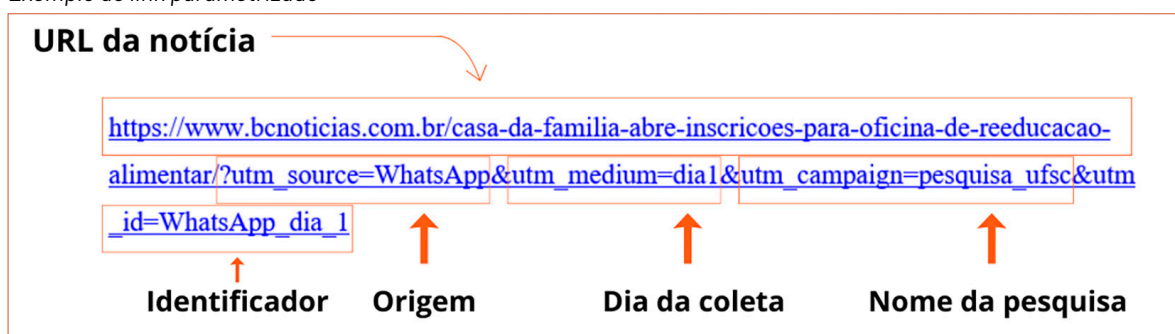
The image shows the 'Campaign URL Builder' interface from Google Analytics. At the top, it says 'Google Analytics | Demos & Tools'. Below that, the title 'Campaign URL Builder' is displayed. There are two tabs: 'WEB' (selected) and 'PLAY'. A brief description states: 'This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can measure Custom Campaigns in Google Analytics.' The main section is titled 'Enter the website URL and campaign information' and includes a note: 'Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.' The form contains several input fields: 'website URL *' (with a subtext 'The full website URL (e.g. https://www.example.com)'), 'campaign ID' (with a subtext 'The ads campaign id.'), 'campaign source *' (with a subtext 'The referrer (e.g. google, newsletter)'), 'campaign medium *' (with a subtext 'Marketing medium (e.g. cpc, banner, email)'), 'campaign name *' (with a subtext 'Product, promo code, or slogan (e.g. spring_sale) One of campaign name or campaign id are required.'), 'campaign term' (with a subtext 'Identify the paid keywords'), and 'campaign content' (with a subtext 'Use to differentiate ads').

Fonte. Google Analytics, Online, 2022.

O jornalista responsável pelo envio dos links parametrizados teve liberdade para escolher quais notícias iria direcionar para a presente pesquisa. Um total de três notícias por dia deveria ser enviadas para as plataformas sociais digitais do veículo. Todos os participantes realizaram essa etapa de forma totalmente satisfatória. Um exemplo de link parametrizado utilizado durante a coleta é apresentado na Figura 2.

Figura 2

Exemplo de link parametrizado



Fonte. Portal BC Notícias.

Na conferência dos registros de parametrização, identificou-se que, em três notícias, um mesmo link encurtado foi utilizado em mais de uma plataforma social. Essa ocorrência impediu a distinção precisa da origem dos acessos dessas publicações específicas. Os respectivos dados foram considerados no

tráfego geral das campanhas, mas sua atribuição individual por plataforma foi interpretada com cautela e registrada como limitação da pesquisa.

3.3. Perfil dos portais de notícias participantes

Esta pesquisa contou com a participação de três portais de notícias do interior do estado de Santa Catarina. O BC Notícias, hospedado em www.bcnoticias.com.br, está online desde 2017 e tem foco na cobertura de notícias da região que compreende a Foz do Rio Itajaí. O Canal Ideal iniciou suas operações em 2016 apenas no YouTube e, em seguida, abriu sua fanpage no Facebook e, somente depois de criar suas redes sociais, a empresa lançou um site de notícias que se encontra no endereço www.canalideal.com.br. O portal cobre a Região Metropolitana de Chapecó e fica sediado na cidade de Xanxerê. O Canal Ideal também é um nativo digital com foco em produção de conteúdo em vídeo.

A Gazeta de São Bento do Sul é uma das empresas jornalísticas mais antigas do estado, com sede na cidade de São Bento do Sul. Foi fundada em 1995 e está online desde 1998 no endereço www.agazetasbs.com.br. É o jornal do interior catarinense com a maior circulação impressa diária, com 11 mil exemplares, ocupa o quarto lugar no estado em assinaturas e cobre o Planalto Norte Catarinense e o Sul do Estado do Paraná. O site e o jornal impresso são auditados pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC) e têm certificação da International Federation of Audit Bureaux of Certification (IFABC).

Os três portais têm forte participação nas PSDs e publicam muito conteúdo diariamente, conforme a Tabela 2.

Tabela 2

Seguidores em Plataformas Sociais Digitais dos participantes da pesquisa

Empresa	Grupos de WhatsApp	Membros nos Grupos de WhatsApp	Seguidores no Facebook	Seguidores no Instagram
BC Notícias	47	7.500	77 mil	70 mil
Canal Ideal	37	4.535	267 mil	22 mil
A Gazeta	40	9.133	52 mil	32 mil

Fonte. Dados fornecidos pelos portais participantes.

O mapa de cobertura dos três portais é exibido na Tabela 3 e mostram uma população estimada em 2,78 milhões de habitantes, pois publicam notícias das cidades das regiões onde estão sediados e publicações nacionais e estaduais de relevância. Não foi possível estabelecer um número único e comparável de leitores para os três portais, pois os veículos possuem características distintas e as plataformas utilizadas adotam métricas diferentes de audiência. Por esse motivo, a caracterização do alcance dos participantes considera o número de membros nos grupos de WhatsApp, os seguidores no Facebook e no Instagram e os usuários registrados pelo Google Analytics durante o período da coleta.

Tabela 3

Cobertura dos portais participantes

Empresa	Região Metropolitana	Sede	População da cidade sede	População da região
BC Notícias	Foz do Rio Itajaí	Balneário Camboriú	149.227	672.298
Canal Ideal	Chapecó	Xanxerê	51.642	715 mil
A Gazeta	Norte-Nordeste Catarinense	São Bento do Sul	86 mil	1,4 milhão

Fonte. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

4. Resultados

4.1. Dados técnicos dos portais

Nesta parte do monitoramento, analisaram-se os tipos de dispositivos e tecnologias que foram utilizados para o acesso ao site de cada portal participante. Identificou-se que o navegador mais utilizado é o Google Chrome. Aqui, é necessário analisar dois conjuntos de dados. O primeiro está relacionado ao total de notícias publicadas durante a semana de pesquisa em cada site e o segundo, apenas às notícias que foram parametrizadas para a pesquisa, conforme a Tabela 4.

Tabela 4

Acesso aos sites por tipo de navegador de internet

Navegador	Empresa	Usuários Totais	Usuários atribuídos aos links parametrizados
Chrome	BC Notícias	42.711	1.560
	A Gazeta	18.233	5.264
	Canal Ideal	5.000	133
Safari	BC Notícias	7.537	639
	A Gazeta	2.790	780
	Canal Ideal	1.043	95
Android Webview	BC Notícias	4.320	239
	A Gazeta	18.950	10.837
	Canal Ideal	6.058	741
Outros	BC Notícias	6.051	738
	A Gazeta	6.305	3.090
	Canal Ideal	1.585	226

Fonte. Google Analytics dos portais participantes.

Os números analisados demonstram que o navegador Google Chrome e o Android Webview são os mais utilizados para acessar os sites dos portais. Nesse sentido, esperava-se que grande parte dos acessos ao site fosse proveniente de dispositivos móveis, como demonstrado na Tabela 5:

Tabela 5

Acesso aos sites por tipo de dispositivo

Dispositivo	Empresa	Usuários totais	Usuários atribuídos aos links parametrizados
Mobile	BC Noticias	50.507	3.061
	A Gazeta	42.868	19.272
	Canal Ideal	12.289	1.162
Desktop	BC Noticias	9.976	109
	A Gazeta	3.384	749
	Canal Ideal	1.430	37
Tablet	BC Noticias	317	6
	A Gazeta	146	50
	Canal Ideal	-	-

Fonte. Google Analytics dos portais participantes.

Durante a semana de pesquisa, em cada portal, o acesso de usuários por dispositivos móveis representou 90,18 % no Canal Ideal, 92,39 % na A Gazeta e 83,07 % no BC Notícias. Em média, o acesso por dispositivos móveis aos três portais foi de 88,55 %.

4.2. Análise do rastreamento das notícias publicadas no BC Notícias

O BC Notícias publicou 18 matérias direcionadas para esta pesquisa em seis dias consecutivos, com exceção do domingo, sem expediente na empresa. As notícias foram enviadas para os grupos de *WhatsApp*, para o feed de notícias do Facebook e do Instagram do portal, conforme a Tabela 6.

No período da pesquisa, o site no BC Notícias teve um total de 65.850 usuários, sendo 33.538 novos usuários, que geraram 73.871 sessões. Esse total é referente a todas as notícias publicadas no periódico durante a semana da pesquisa.

Os links parametrizados totalizaram três notícias publicadas por dia, ou seja, foram 18 notícias no período. As notícias parametrizadas geraram 5.800 usuários no portal do site, sendo 1.698 novos, gerando um total de 8.474 sessões. O percentual de usuários da pesquisa em relação ao total de usuários gerados no site por todas as notícias durante a semana foi de 8,81 %, conforme destaque azul na Tabela 6.

Considerando apenas as notícias destinadas a esta pesquisa, nota-se que o WhatsApp foi a plataforma que trouxe mais usuários para o site. Dos 5.800 usuários, o aplicativo foi responsável por 60,27 % deles. Também respondeu por 46,11 % e respondeu por 71,78 % de todas as sessões no site (destaque verde na Tabela 6).

Conforme explicado na Figura 2, todos os links de notícias utilizados receberam uma *tag* (etiqueta) de identificação chamada pesquisa_ufsc. Na Tabela 6, a coluna Segmento relaciona apenas as interações provenientes da tag da pesquisa.

Tabela 6

Usuários e sessões registrados no site durante a coleta

Origem	Segmento	Usuários ¹	Novos usuários	Sessões
Acessos ao site	Todas as notícias publicadas	65.850	33.538	73.871
	Apenas as notícias da pesquisa Pesquisa_ufsc	5.800	1.698	8.474
		8,81 %	5,06 %	11,47 %
WhatsApp	Pesquisa_ufsc	3.496	783	6.083
		60,27 %	46,11 %	71,78 %
Instagram	Pesquisa_ufsc	726	286	799
		12,51 %	16,84 %	9,42 %
Facebook	Pesquisa_ufsc	998	465	1.020
		17,12 %	27,38 %	12,03 %

Fonte. Google Analytics do Portal BC Notícias.

4.3. Análise do rastreamento das notícias publicadas no A Gazeta

A Gazeta de São Bento do Sul publicou três notícias por dia no período de uma semana, totalizando 21 notícias parametrizadas que foram enviadas para os grupos de *WhatsApp*, feed de notícias do Facebook e Instagram, para o X (*Twitter*) e Telegram. Os dados foram sistematizados na Tabela 7 para melhor compreensão.

Tabela 7

Usuários e sessões registrados no site durante a coleta

Origem	Segmento	Usuários	Novos usuários	Sessões
Acessos ao site	Todas as notícias publicadas	168.809	60.705	302.034
	Apenas as notícias da pesquisa Pesquisa_ufsc	29.495	4.801	42.141
		17,47 %	7,90 %	13,95 %
WhatsApp	Pesquisa_ufsc	11.766	1.822	16.715
		39,89 %	37,95 %	39,66 %
Instagram	Pesquisa_ufsc	2.709	375	3.050
		9,18 %	7,81 %	7,23 %
Facebook	Pesquisa_ufsc	12.344	2.025	18.332
		41,85 %	42,17 %	43,50 %
Telegram	Pesquisa_ufsc	5	1	2
		0,16 %	0,02 %	0,04 %

Fonte. Google Analytics do Portal A Gazeta.

¹ Os valores de usuários correspondem ao somatório dos registros diários dos seis dias monitorados, podendo um mesmo usuário aparecer em mais de um dia.

A amostra da pesquisa, realizada no A Gazeta, representa 17,47 % do total de usuários da semana. Todas as notícias publicadas pelo portal e distribuídas nas PSDs geraram 168.809 usuários para 60.705 novos. A amostra, representada no destaque da tabela, é a quantidade de usuários gerados apenas pelas 21 notícias com links parametrizados e que somaram 29.495 usuários para 4.801 novos.

O Facebook foi a plataforma social digital que mais trouxe usuários para o site da Gazeta no período da pesquisa. Um total de 12.344 usuários chegaram ao site através do Facebook, ou seja, 41,85 %. O *WhatsApp* trouxe 11.766 usuários, que representam 39,89 % dos usuários da amostra. O Instagram gerou 2.709 usuários ou 9,18 % dos usuários da amostra. Vale registrar que, na Tabela 7, a soma das porcentagens da amostra não totaliza 100 % porque o Google Analytics separa alguns resultados cuja origem exata não consegue identificar.

4.4. Análise do rastreamento das notícias publicadas no Canal Ideal

Entre 14 e 20 de setembro de 2022, o Canal Ideal distribuiu 21 notícias parametrizadas, correspondentes a três publicações diárias. Como o portal utilizava o Google Analytics 4 (GA4), a análise considerou as métricas específicas dessa versão da ferramenta, cujas diferenças em relação ao Universal Analytics foram apresentadas na seção 3.1.

Durante o período analisado, o Canal Ideal registrou 118.944 eventos no GA4. Desse total, 5.985 foram associados à campanha de aquisição do primeiro usuário identificada pelo parâmetro pesquisa_ufsc, correspondendo a 5,03 %. A Tabela 8 apresenta, separadamente, as visualizações de página e os usuários vinculados à campanha da sessão, métricas utilizadas para analisar o tráfego gerado pelos links parametrizados.

Tabela 8

Visualizações de página e usuários registrados durante a coleta

Origem	Segmento	Visualizações de página	Usuários
Acessos ao site	Todas as notícias publicadas	51.816	13.833
	Notícias da pesquisa	12.909	1.037
	Pesquisa_ufsc Percentual da pesquisa	24,91 %	7,50 %
WhatsApp	Pesquisa_ufsc	4.922	322
	Percentual da pesquisa	38,12 %	31,05 %
Instagram	Pesquisa_ufsc	377	8
	Percentual da pesquisa	2,92 %	0,77 %
Facebook	Pesquisa_ufsc	3.316	260
	Percentual da pesquisa	25,69 %	25,07 %

Fonte. Google Analytics do Portal Canal Ideal.

Os percentuais das plataformas foram calculados em relação às 12.909 visualizações de página e aos 1.037 usuários associados à campanha Pesquisa_ufsc. A soma das plataformas não corresponde ao total da campanha porque parte dos acessos não teve a origem identificada de maneira distinta e alguns links de rastreamento foram utilizados em mais de uma plataforma. Durante a semana da pesquisa houve 51.816 visualizações de página no site. Dessas, 12.909 foram geradas a partir das notícias parametrizadas ou 24,91 % sob destaque na Tabela 8. Um total de 13.833 usuários acessaram o site, sendo 1.037 oriundos das notícias parametrizadas.

O *WhatsApp* foi a plataforma que gerou mais visualizações de página entre os acessos atribuídos aos links parametrizados com 38,12 % (4.922) da amostra. O Facebook obteve 25,69 % (3.316) e o Instagram 2,92 % (377). Com relação aos usuários, notou-se que o *WhatsApp* trouxe 31,05 % (322) do total da amostra, o Facebook 25,07 % (260) e o Instagram apenas 0,77 % ou 8 usuários.

É necessário informar que a soma dos eventos gerados pelas PSDs é ligeiramente menor que o total de eventos gerados. Essa discrepância ocorre porque parte dos links gerados pelo Facebook e pelo Instagram não é aprovada pelo *link shim* da Meta, ou seja, em razão de uma verificação de links maliciosos dentro das plataformas e, nesse sentido, o Google Analytics não soma esses dados aos eventos gerados.

5. Discussão

Em estudo anterior, Aoki (2023) identificou que os gestores de jornais do interior percebiam o Facebook como a plataforma social digital que mais direcionava usuários aos sites de seus veículos. Os resultados desta pesquisa permitem relativizar essa percepção, pois, no período da coleta, o Google Analytics não classificava nativamente os acessos originados no WhatsApp como tráfego proveniente de uma plataforma social digital. A parametrização dos links permitiu identificar separadamente esse fluxo e comparar o retorno atribuído ao WhatsApp com o das demais plataformas analisadas.

Existem discussões acerca de o WhatsApp ser ou não uma plataforma social digital. Neste artigo, sustentamos que sim e, portanto, foi necessário criar uma métrica para que o *Google Analytics* entendesse os acessos provenientes do aplicativo como sendo acessos de uma PSD. Considerados conjuntamente, os registros atribuídos aos links parametrizados indicaram maior retorno do WhatsApp. Individualmente, o WhatsApp predominou no BC Notícias e no Canal Ideal, enquanto o Facebook apresentou o maior resultado em A Gazeta. No total, o aplicativo gerou 15.584 usuários contra 13.602 do Facebook, sendo que no BC Notícias mais de 60 % dos usuários atribuídos aos links parametrizados chegaram ao site do portal a partir dos links enviados para os grupos de *WhatsApp*.

A pesquisa demonstra que o Facebook ainda tem importante relevância nos acessos e usuários dos sites dos portais pesquisados, sendo possível afirmar que parte dos usuários que chegam ao site via Facebook também pode ter sido gerada a partir do *WhatsApp*. Isso é uma possibilidade, tendo em vista que muitas pessoas compartilham no *WhatsApp* a notícia que foi postada no Facebook.

No que diz respeito aos resultados desta pesquisa, pode-se afirmar que os portais de notícias do interior utilizam as plataformas sociais digitais como forma de reforçar sua presença digital e o seu capital social perante as comunidades onde atuam. Os acessos provenientes dessas plataformas são

responsáveis por mais de 90 % dos acessos aos veículos de notícias pesquisados, sendo possível afirmar que, caso essas plataformas sejam extintas ou passem a cobrar pela distribuição do conteúdo, muitos portais de notícias do interior irão desaparecer.

A dependência criada pelos portais de notícias do interior com relação às plataformas sociais digitais é nítida. Os sistemas da Meta (Facebook, *WhatsApp* e Instagram) concentram mais de 80 % da distribuição de conteúdo pelos jornais pesquisados a partir dos links atribuídos pela parametrização desta pesquisa.

6. Considerações Finais

Neste estudo, trabalhamos com uma amostra pequena, tendo em vista que existem mais de 280 portais de notícias no interior de Santa Catarina, sendo provável que os números sejam semelhantes em todos os portais de notícias do interior. Em pesquisas futuras esse cenário poderá ser mensurado a fim de entender se o panorama é um comportamento recorrente. Uma dificuldade é conseguir acesso aos dados, pois é preciso relatar que apenas três portais de notícias concordaram em abrir seus dados de acesso para os pesquisadores. Durante o processo de convencimento, ficou perceptível que os gestores destes veículos do interior utilizam os dados de acesso como forma estratégica de planejamento do negócio jornalístico.

Para aumentar a amostra, o que tornaria os dados mais robustos, será necessário um esforço de mais pesquisadores ou grupos de pesquisa para ampliar o escopo do monitoramento. Outrossim, é provável que o apoio de uma entidade de classe possa auxiliar no processo de convencimento dos proprietários de jornais. No entanto, supõe-se que os dados apresentados neste estudo devem ficar próximos dos números de uma amostra maior.

A possível circulação cruzada de notícias entre Facebook e *WhatsApp* deverá ser examinada em pesquisas futuras. Essa coleta aconteceu em período anterior à implementação das comunidades e dos canais no *WhatsApp* que tornaram o aplicativo ainda mais parecido com uma plataforma social digital. O impacto dessas novas funcionalidades precisará de pesquisas que consigam mensurar o quanto essas comunidades e canais podem gerar acessos aos sites dos portais participantes.

Ao final desta pesquisa, identificou-se que a distribuição de notícias dos portais analisados é feita quase 100 % nas plataformas sociais digitais. Ou seja, praticamente todo o fluxo de visitantes dos portais provém de alguma PSD e isso causa um grande risco a partir do momento em que sistemas pagos de distribuição de conteúdo (já existentes no Facebook) podem chegar ao *WhatsApp* e ao Instagram. A partir daí, a desmonetização dos portais poderá significar a descontinuidade de muitos deles. Essa estratégia de oferecer um serviço gratuito e depois cobrar por ele após uma grande quantidade de usuários ficar presa ao que a plataforma social digital oferece, não é novidade. O Google fez isso com o Gmail quando criou o servidor de mensagens dizendo que o usuário nunca mais precisaria apagar um e-mail. Anos depois, a empresa passou a limitar o espaço obrigando milhares de consumidores a adquirir um plano Premium do Gmail. Não é de se duvidar que essa armadilha possa pegar de surpresa os portais que não pensarem em soluções para sua distribuição de conteúdo.

Essa cobrança, pelos números apresentados aqui, representaria a perda de grande parte do acesso aos portais de notícias e consequentemente a perda de valores financeiros, seja pela redução dos valores recebidos via Google AdSense ou mesmo pela redução do capital social dos portais em suas comunidades. Conclui-se que existe uma dependência, por parte dos veículos de imprensa do interior, com as plataformas sociais digitais. Essa estrutura pode ser considerada de risco tendo em vista que essas empresas colocam todo o seu conteúdo a serviço de uma big tech sobre cuja governança não possuem nenhum tipo de controle.

O jornalismo acaba capturado por essas empresas de tecnologia e precisa encontrar soluções para a distribuição do seu conteúdo. **Não nos parece crível que essa estrutura de dependência seja boa para empresas jornalísticas de qualquer porte.**

7. Financiamento e apoio

Esta pesquisa teve parecer favorável do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC) pelo Parecer Consubstanciado nº 5.397.941.

Esta pesquisa foi produzida com apoio de bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES/DS).

8. Declaração sobre a contribuição específica de cada um dos autores, segundo a taxonomia CRediT

- Concepção e enfoque do trabalho: Autor 1.
- Curadoria de dados: Autor 1.
- Análise formal: Autor 1, 2 e 3.
- Aquisição de fundos Não se aplica.
- Investigação: Autor 1.
- Metodologia: Autor 1, 2 e 3.
- Gerenciamento do Projeto: Autor 1 e 2.
- Recursos: Não se aplica.
- Software: Não se aplica.
- Supervisão: Autor 2.
- Visualização: Autor 1, 2 e 3.
- Redação: Autor 1 e 2.

9. Perfil dos autores

Ricardo Luiz Aoki é professor de Jornalismo na Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Pós-doutorando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutor em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC. Tem interesse em pesquisas relacionadas aos jogos digitais educacionais e suas aplicações no Jornalismo. Atualmente desenvolve a plataforma educacional Jornada da Notícia e desenvolve os projetos de iniciação científica Memória

do Jornalismo Gamer no Brasil, Detetives da Informação e o projeto que monitora o uso do WhatsApp pela Polícia Militar de Santa Catarina.

Rita de Cássia Romeiro Paulino é pós-doutora, ex-bolsista do CNPq no Social Media Lab na Toronto Metropolitan University (TMU), em Toronto, Canadá, em 2020. Concluiu o Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, na área de Mídia e Conhecimento, pela Universidade Federal de Santa Catarina em 2011. Atua como docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) e no PPGCOMPro (UFMA) e como colaboradora no Programa de Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento (EGC/UFSC), além de ser docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina na disciplina Web Design.

Marcos Cesar da Rocha Seruffo é professor associado III da UFPA, estando vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Antrópicos na Amazônia (PPGEAA), Programa de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica (PPGEE) e Programa de Pós-Graduação em Ciências da Computação (PPGCC). Atualmente (desde 2023) é Coordenador da Área de Computação Aplicada do PPGEE e vice-coordenador do PPGEAA. É um entusiasta da inovação, atuando como um dos pesquisadores líderes do Laboratório de Pesquisa Operacional (LPO-UFPA) e do Laboratório de Sistemas Interativos Inteligentes (LIIS).

10. Aviso de Uso de Inteligência Artificial

Os autores utilizaram o ChatGPT para correção ortográfica e traduzir o resumo para o espanhol e inglês. Não houve utilização para análise dos dados ou desenvolvimento dos textos.

Referências

- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). *Jornalismo pós-industrial: Adaptação aos novos tempos*. ESPM.
- Aoki, R. L. (2021). Os portais de notícias do interior catarinense durante a pandemia de Covid-19. Em R. R. Longhi, *Jornalismo e plataforma: abordagens investigativas contemporâneas* (pp. 37–58). Insular.
- Aoki, R. L. (2023). *Como o jornalismo do interior de Santa Catarina absorveu o WhatsApp nas suas práticas e se tornou refém do aplicativo para distribuir sua produção durante a pandemia de Covid-19* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional da UFSC. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/249955>
- Boczek, K., & Koppers, L. (2020). What's new about WhatsApp for news? A mixed-method study on news outlets' strategies for using WhatsApp. *Digital Journalism*, 8(1), 126–144. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1692685>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 15–29). Greenwood Press.
- Clifton, B. (2010). *Advanced web metrics with Google Analytics* (2nd ed.). Wiley Publishing, Inc.
- Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. *Revista de Jornalismo ESPM*, (9), 52–115.

- Friedland, L. A. (1996). Electronic democracy and the new citizenship. *Media, Culture & Society*, 18(2), 185–212.
- Lewis, S. C. (2020). The objects and objectives of journalism research during the Coronavirus pandemic and beyond. *Digital Journalism*, 8(5), 681–689. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773292>
- Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., & Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: Sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El Profesional de la Información*, 29(3), 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media & Society*, 20(4), 1600–1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>
- Recuero, R. (2024). *A rede da desinformação*. Editora Sulina.
- Salaverría, R., Díaz-Noci, J., Masip, P., Stalley, S. T., & Micó-Sanz, J. L. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la COVID-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Stake, R. E. (1998). Case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Strategies of qualitative inquiry* (pp. 86–109). Sage Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

Revisores

Personas a las que debemos su labor de revisión en este número

Alba Maria Marin carrillo
Universidad de Extremadura, España

Aline Grupillo
Instituto Politécnico de Bragança (IPB), Brasil

Ana González Casero
Universidad Rey Juan Carlos, España

Angela María Grossi
Universidad Estatal Paulista, Brasil

Aranzazu Román San Miguel
Universidad de Sevilla, España

Elba Díaz Cerveró
Universidad Panamericana, México

Gonzalo Javier Rubio Piñeiro
Universidad Nacional de Lanús, Argentina

Iana Fishova
Universitat Pompeu Fabra, España

Jesús Segarra-Saavedra
Universidad de Alicante, España

Jose A. Moreno
Universidad de Extremadura, España

José Antonio Peña Ramos
Universidad de Granada, España

José Luis Arguiñano
Universidad del País Vasco, España

José Vázquez González
Universidad de Sevilla, España

Juan Soza-Herrera
Universidad San Martín de Porres, Perú

Kadri Aavik
Tallinn University, Estonia

Laura Fernández
Universitat de Barcelona, España

Leire Azkunaga García
Universidad del País Vasco, España

Lizete Nóbrega
Universidad de São Paulo, Brasil

Lizette Chávez Segura
UPNECH, México

Lorena Vegas García
Universidad de Málaga, España

Ludovica Malknecht
Universidad Europea de Roma, Italia

Luis Miguel Machín Martín
Universidad Fernando Pessoa-Canarias, España

Matthew Melsa
The Open University, Reino Unido

Michele Negrini
Universidade Federal de Pelotas - UFPel, Brasil

Miguel Sánchez Maldonado
Universidad Autónoma de Coahuila, México

Nuria Almirón Roig
Universitat Pompeu Fabra, España

Nuria León Moral
Universidad de Sevilla, España

Olatz Aranceta-Reboredo
Universitat Pompeu Fabra, España

Sara González Fernández
Universidad Internacional de La Rioja, España

Surama Lázaro Terol
UNED, España

Susana Alés Álvarez
Tecnológico de Monterrey, México

Talia Rodríguez-Martelo
Universidad de Vigo, España

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

