

CULTURA WOKE Y DEMOCRATIZACIÓN. PRÁCTICAS, PROBLEMAS, PERSPECTIVAS

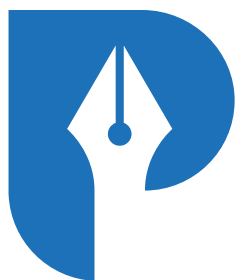
Emiliana Mangone
Lucia Picarella

PIREO UNIVERSIDAD



CULTURA WOKE Y DEMOCRATIZACIÓN. PRÁCTICAS, PROBLEMAS, PERSPECTIVAS

Emiliana Mangone
Lucia Picarella



PIREO EDITORIAL

Primera edición: enero de 2027

Colección: Pireo Universidad

ISBN: 979-13-992503-4-3

© Edición: Pireo Editorial

Calle Sueca 64 1ª · 46006 València · España
pireoeditorial.com · pireo@pireoeditorial.com

Este libro es el resultado de la colaboración entre las dos autoras, desde la idea inicial hasta la redacción del texto. La responsabilidad de todas las afirmaciones recae, por lo tanto, en ambas. Al haber adoptado un método de escritura estratificado, no es posible atribuir apartados específicos a una u otra autora, salvo en el caso de la traducción al español, que es responsabilidad de Lucia Picarella. Los nombres que figuran en la portada están ordenados estrictamente por orden alfabético.

Volumen publicado con la contribución de los fondos FARB del año 2024 (300401FRB24MANGO) titulado «Lo statuto comunicativo di papa Francesco: dialogo e incontro con l'altro tra sociale e intelligenza artificiale», Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione, Università degli Studi di Salerno (Italia).

Esta obra esta sujeta a una licencia Creative Commons con las siguientes características:
reconocimiento de autoría · uso no comercial · sin obra derivada 4.0 internacional



© Ilustración de portada: Emilana Mangone

© Diseño de portada: Pireo Editorial



9 791399 250343 >

CULTURA WOKE Y DEMOCRATIZACIÓN. PRÁCTICAS, PROBLEMAS, PERSPECTIVAS

Emiliana Mangone
Università degli Studi di Salerno (Italia)

Lucia Picarella
Università degli Studi di Foggia (Italia)

Prólogo de
Rubén Martínez Dalmau
Universitat de València (España)

Índice

Prólogo	6
Introducción	11

PRIMERA PARTE. ESTUDIAR LA CULTURA EN LA SOCIEDAD FRAGMENTADA

Capítulo primero. Estudiar la cultura. Cuestiones epistemológicas y de método	16
I.- Epistemología, dimensión disciplinar y conocimiento sociológico.....	16
II.- La metateoría como método.....	21
III.- El objeto de estudio: las «guerras culturales».....	25
Capítulo segundo. Una sociedad cambiante entre la globalización y la localización	28
I.- Sociedad fragmentada y cambio social.....	28
II.- Cultura y territorios entre globalización y localización	35
III.- Transformación de las formas y de los sistemas de comunicación.....	40
Capítulo tercero. Plataformización, desinformación, polarización.....	45
I.- De la sociedad informacional a la difusión de la desinformación.....	45
II.- Las <i>fake news</i> como vehículo para la desinformación.....	50
III.- Plataformas y polarización.....	55

SEGUNDA PARTE. MINORÍAS, WOKEY GUERRAS CULTURALES

Capítulo cuarto. Minorías, nuevas subculturas políticas y capitalismo	63
---	----

I.- La sociedad entre cultura y subculturas	63
II.- Minorías culturales y <i>wokismo</i>	67
III.- Capitalismo <i>woke</i>	75
IV.- Subculturas políticas, wokismo y <i>framing effects</i>	80
Capítulo quinto. Las guerras culturales: cultura de la cancelación <i>politically correct</i>	85
I.- La génesis de las «guerras culturales»	85
II.- Cultura de la cancelación, definiciones y formas	92
III.- <i>Politically correct</i> e intentos de inclusión	101
Capítulo seis. Las guerras culturales: las diferentes formas de «lavado» (<i>washing</i>)	108
I.- El <i>greenwashing</i> y la retórica de la sostenibilidad	109
II.- El <i>pinkwashing</i> : falsa igualdad de género	111
III.- <i>Rainbow washing</i> e inclusión	118
Conclusiones. ¿El futuro de las democracias será rehén de las plataformas?	123
Referencias bibliográficas	129
Las autoras	152

PRÓLOGO

Rubén Martínez Dalmau
Universitat de València
ruben.martinez@uv.es

Hablemos de guerras culturales. En particular, de una: *cultura woke*. Hay palabras que nacieron con voluntad de explicar la realidad y ahora sirven para combatirla desde posiciones enfrentadas. *Woke* es, probablemente, la más importante de ellas en las últimas décadas.

Pocas expresiones han adquirido en los últimos años una capacidad semejante para ordenar el debate político y cultural. El origen de *woke* está vinculado a una determinada sensibilidad frente a las injusticias sociales, las discriminaciones y las relaciones de poder; con el tiempo, sin embargo, el término ha dejado de designar únicamente una forma de conciencia política para convertirse en una categoría mucho más amplia, utilizada tanto para reivindicar determinadas transformaciones sociales como para cuestionarlas. *Woke*, la expresión nacida a la luz de una propuesta integradora cultural, es utilizada como arma arrojadiza por parte de discursos populistas para acusar al otro de imposiciones culturales: ahora, *woke* forma parte de una disputa por definir qué debe considerarse legítimo en una sociedad democrática. Es un arma más en una guerra cultural que hace tiempo ha estallado.

En esta cuestión comienza el interés del libro, como las lectoras y los lectores (¿y *les lectores*, o suena demasiado *woke*?) podrán apreciar. El libro de las profesoras Emiliana Mangone y Lucia Picarella se refiere, en efecto, a la cultura *woke*, pero solo como puerta de entrada a una cuestión de fondo fundamental y novedosa en las sociedades que estamos experimentando: comprender por qué las llamadas guerras culturales han adquirido tanta importancia política, y qué relación tienen con la transformación de nuestras democracias. Durante la lectura del trabajo, mientras escribía este prólogo, recordé una anécdota personal que me dejó pensativo toda la tarde: un alumno extranjero, que va a pasar un semestre en nuestra Facultad, me comentó que lo que más le había extrañado de llegar a España era no percibir en las calles la invasión de migrantes. Los algoritmos de las redes le habían estado mostrando durante meses estas invasiones, y habían creado su propia realidad, distorsionada. El núcleo del planteamiento del libro es tan relevante en nuestra realidad actual: qué papel desempeñan en las democracias unos espacios de comunicación, las plataformas digitales, que no son únicamente medios para transmitir información, sino auténticos lugares de producción de realidad social percibida.

En clase enseñamos que la democracia siempre ha sido, entre otras cosas, una disputa por el sentido. Las sociedades democráticas viven del conflicto, del pluralismo y de la posibilidad de que diferentes concepciones de la sociedad puedan confrontarse públicamente. El problema aparece cuando las condiciones en las que ese conflicto se produce dejan de estar sometidas a

reglas democráticas suficientemente conocidas y controlables, y pasan a regirse por instrumentos opacos que obedecen a planes económicos o políticos que tampoco conocemos. La evolución de la transformación digital, de hecho, ha modificado profundamente las condiciones democráticas eliminando la horizontalidad con la que apareció internet. Cuando a inicios de la revolución digital accedimos por primera vez a la red, estábamos convencidos de que habíamos conseguido por fin un ágora horizontal y democrática donde poder converger y debatir, además de comunicarnos en igualdad material: éramos optimistas digitales. Las plataformas ampliaron extraordinariamente las posibilidades de comunicación, y permitieron que personas y colectivos que durante mucho tiempo tuvieron dificultades para acceder al espacio público pudieran expresarse, organizarse y construir discursos propios. No estábamos tan lejos de la realidad: esta dimensión democratizadora ha sido real, y sería un error desconocerla. Pero también lo es la otra cara del proceso: la concentración de poder comunicativo, la extracción masiva de datos, la utilización de algoritmos para ordenar la atención, la aceleración de los mensajes y la capacidad de determinadas empresas privadas para intervenir, directa o indirectamente, en aquello que una sociedad percibe como relevante. Y, en las últimas décadas, los algoritmos.

Esta nueva génesis de la realidad cambia considerablemente la situación. Durante buena parte del siglo XX, la discusión sobre la esfera pública estuvo relacionada con el papel del Estado, los medios de comunicación, la institucionalidad, los partidos, los sindicatos y las organizaciones sociales. Hoy hay que añadir a ese multiverso del poder unas plataformas digitales cuya capacidad para organizar la conversación pública difícilmente puede considerarse neutral. Deciden, mediante reglas técnicas y empresariales que no siempre son transparentes, qué contenidos circulan, cuáles adquieren visibilidad y cuáles quedan relegados. La tecnología no ha eliminado el poder; en buena parte, podríamos decir, colabora en su privatización.

Esta es una de las cuestiones centrales que atraviesan las páginas de Emilianita Mangone y Lucia Picarella: la cultura digital es política porque en ella se disputan valores, derechos y formas de entender la sociedad. Pero también porque en ella se distribuye poder. La lucha por la hegemonía cultural de la que hablaba Gramsci, y que citan las autoras, adquiere, en el capitalismo de plataformas, nuevas dimensiones: la batalla por las ideas está presente, pero se desarrolla al mismo tiempo que la batalla por la atención, los datos y los espacios de comunicación. Las guerras culturales contemporáneas están directamente implicadas en esta transformación.

Una parte importante de la discusión sobre la llamada cultura *woke* se ha desarrollado en este contexto. La denuncia de determinadas injusticias puede convertirse en una herramienta de emancipación, pero también puede quedar reducida a una lógica de confrontación permanente. La crítica a determinadas formas de corrección política puede servir para defender el pluralismo y la libertad de expresión, pero también puede utilizarse como argumento para deslegitimar cualquier demanda de igualdad o cualquier cuestionamiento de relaciones de poder existentes. El problema democrático aparece cuando la discusión deja de producir argumentos y comienza a producir únicamente identidades enfrentadas, confrontación y polarización. La democracia constitucional exige aceptar que el otro tiene derecho a existir políticamente, lo que es contrario a la polarización que estamos viviendo (y sufriendo) en el marco político mundial. Tenemos claro que el pluralismo no consiste en que todas las posiciones tengan razón, sino en que puedan confrontarse dentro de un marco que permita discutir las, modificarlas y, eventualmente, sustituirlas. La libertad de expresión protege precisamente esa posibilidad, pero una esfera pública sometida a la desinformación, a la manipulación de la atención o a la construcción artificial de antagonismos puede terminar debilitando las condiciones materiales que hacen posible el propio pluralismo. Esta tensión, que es el núcleo de la tesis que defienden Emiliana Mangone y Lucia Picarella, recorre buena parte del debate contemporáneo.

En esa cuestión el libro abre un interrogante necesario, aunque a algunos les pueda resultar incómodo: ¿puede el futuro de la democracia quedar en manos de las plataformas digitales? La pregunta no es para responderla con un sí o un no: su complejidad estriba en que afecta a variables tecnológicas, políticas y constitucionales. Nos lleva a preguntarnos: ¿Quién establece las reglas de los nuevos espacios públicos? ¿Quién controla los mecanismos mediante los cuales se ordena la información? ¿Qué responsabilidad corresponde a las empresas que administran esos espacios? ¿Qué derechos tienen los ciudadanos frente a ellas? ¿Hasta dónde puede llegar la regulación pública sin convertir la protección de la democracia en una restricción indebida de la libertad? ¿Cómo garantizar, al mismo tiempo, la libertad de expresión y unas condiciones mínimas para que esa libertad pueda ejercerse de manera informada? Y así, se nos abre un precipicio de preguntas a nuestros pies que, o somos capaces de darles respuesta, o pondrán a crujiir los cimientos de nuestras democracias.

Durante demasiado tiempo hemos aceptado la idea de que las tecnologías son instrumentos neutrales y que sus consecuencias dependen únicamente del uso que hagamos de ellas. Pero no es verdad: las plataformas tienen construc-

tos, reglas, propietarios e intereses. Sus decisiones producen efectos sociales y políticos. Considero que el diagnóstico de las profesoras Lucia Picarella y Emiliana Mangone es conveniente y acertado, además de oportuno. Pero valoro especialmente su capacidad propositiva. La academia que construye es la que trata de definir el problema, pero también aporta soluciones. Por eso adquieren importancia las propuestas que aparecen en estas páginas en torno a las infraestructuras digitales públicas, los bienes comunes, el cooperativismo de plataforma o el desarrollo de sistemas de inteligencia artificial abiertos y auditables. Todas apuntan a una cuestión de fondo: la necesidad de recuperar capacidad de decisión colectiva sobre espacios que se han convertido en esenciales para la vida democrática.

Conozco desde hace años a las profesoras Emiliana Mangone y Lucia Picarella, su profesionalidad y su mirada crítica. Formamos parte de un grupo de investigación que ha debatido algunos de los problemas de enjundia en nuestras sociedades contemporáneas. Coincidimos en que la democracia necesita conflicto; lo que necesita evitar es que el conflicto termine destruyendo las condiciones que permiten resolverlo políticamente. De ahí la importancia de este libro, que invita a mirar las llamadas guerras culturales desde esa perspectiva, como parte de una transformación más profunda de la esfera pública y de las relaciones de poder. Su principal mérito está precisamente en situar la discusión sobre la cultura *woke* dentro de un proceso más amplio: la transformación de las formas de comunicación, la expansión de la sociedad de plataformas y la disputa por la hegemonía en un mundo en el que la producción de sentido, propia de las democracias, se encuentra cada vez más vinculada a infraestructuras digitales privadas.

Es imprescindible preguntarse si seremos capaces de construir una esfera pública en la que las diferencias puedan expresarse sin que la sociedad quede atrapada en la polarización; si podremos garantizar que las nuevas tecnologías amplíen las posibilidades de participación en lugar de reducirlas a la lógica de la atención, el dato y el consumo; si podremos preservar la libertad de expresión sin renunciar a combatir aquellas formas de manipulación que destruyen las condiciones de una deliberación democrática. Las respuestas no están escritas de antemano. Precisamente por eso necesitamos libros que planteen propuestas y nos pongan a pensar en alternativas. Este es uno de ellos, disfruten la lectura.

Rubén Martínez Dalmau

València, 28 de septiembre de 2026

INTRODUCCIÓN



La complejidad de los fenómenos socioculturales se ha intensificado con la transición de la sociedad de la red (Castells, 2006) a la sociedad de las plataformas (van Dijck, 2018), creando un nuevo ecosistema que, a su vez, da lugar a nuevos fenómenos como las subculturas políticas digitales que merecen un análisis cuidadoso y la necesidad de avanzar hacia métodos que permitan enriquecer el conocimiento de la cultura y, en consecuencia, también el conocimiento sobre estos fenómenos (véase el Capítulo 1).

En las últimas décadas, la fuerte evolución de la digitalización y de las tecnologías de la información ha favorecido una transformación significativa de los procesos de comunicación y en general de los métodos y posibilidades de acceso a la información. La magnitud de estos cambios y su influencia a nivel sociocultural y sociopolítico es innegable, pero esta transformación no nos exime de una reflexión crítica sobre las sombras provocadas en todas las dimensiones de la democracia. Las sociedades actuales se caracterizan por una relación indisoluble entre las estructuras sociales y las plataformas, ya que estas últimas producen y definen las primeras, y esto hace necesario reflexionar críticamente sobre la democratización real del espacio público y social operado por la red y por los ecosistemas digitales, así como sobre la protección del bienestar común y de los derechos fundamentales, y, también, sobre la posible radicalización de una forma de «tiranía de la minoría» (Bishin, 2009; Goggin, 2016) que, a través de noticias falsas y la eliminación de mensajes, cancela cualquier forma de pluralismo dialéctico y deliberativo. La desinformación y el enfoque en un bloque empaquetado de noticias falsas es la principal estrategia para orientar a la opinión pública a través de la construcción ad hoc de «burbujas» de opinión ideologizadas y polarizadas.

La polarización que caracteriza a la contemporaneidad en los diferentes temas genera la cristalización de una serie de conflictos sobre la identidad de la sociedad (Bentivegna & Rega, 2024). La actual fragmentación (véase Capítulo 2) y fractura social procedentes, por un lado, de los procesos de globalización, y, por otro lado, de los consiguientes procesos de glocalización, cuestionan los que generalmente se han considerado como «valores fundamentales» de las

democracias. La polarización ya no se define como un sencillo intercambio de opiniones diferentes y divergentes sobre un tema determinado, sino que se agudiza cada vez más, cuestionando las raíces culturales. El sistema cultural es sin duda uno de los principales campos de batalla de estas nuevas «guerras», porque es precisamente en estas condiciones de la sociedad donde se forma la conciencia y el sentido crítico de los individuos, así como los conocimientos y habilidades. Los intereses que mueven las nuevas «guerras culturales» (véase capítulos 5 y 6) que están caracterizando nuestras sociedades son conscientes de que los procesos culturales, educativos, comunicativos y tecnológicos, pueden ser utilizados de diferentes maneras porque, si por un lado pueden ser herramientas transformadoras, por otro lado, pueden estar subordinados al statu quo y al control social (Lyon, 2001).

El concepto de «batalla cultural», por ejemplo, describe uno de los elementos clave de la visión de Gramsci (1980-2000) y representa la batalla por el control de la cultura —y por lo tanto del sistema de pensamiento— dentro de una sociedad, porque el poder no se impone y no se ejerce solo con herramientas tradicionales de *hard power*. Las tendencias y los fenómenos que están caracterizando a nuestras sociedades reflejan la posición de Gramsci ya que el objetivo que se esconde detrás de la actual «cultura woke» es, evidentemente, la creación de un diferente «marco hegemónico» de pensamiento que configurará y controlará los nuevos paradigmas socioculturales y, en consecuencia, los nuevos modelos político-económicos.

Si quienes controlan las palabras controlan la realidad, evidentemente el objetivo de los grupos de poder es evitar la difusión del pensamiento y de la conciencia crítica (Freire, 1979) a través de estrategias de homologación y desinformación llevadas a cabo mediante un uso polarizador de las plataformas y de los ecosistemas digitales (véase Capítulo 3). Se construyen «burbujas» fragmentadas que muestran un amplio consenso social sobre ciertos temas, se desata la «guerra» entre las diferentes facciones en las redes sociales, se disparan mecanismos —como el *cancel culture* (cultura de la cancelación) y el *washing* (lavado)— que simplemente nivelan y someten a los individuos y a la sociedad a la lógica neoliberal. Las narrativas culturales que están impulsando la cultura woke en la actualidad, en la que acabamos siendo involuntarias fichas de un tablero, reproducen y viralizan «mantras» que no aceptan críticas a través de plataformas y tecnologías digitales. El debate, la confrontación, la objetividad, la resignificación y las propuestas de ideas alternativas son parte esencial del juego democrático, pero es un juego peligroso que apela a las subculturas políticas digitales que apoyan sus propias intenciones «nobles» y culpan a otros.

En este sentido, se abre paso a las «vanguardias» conservadoras en defensa de la afirmación de las identidades y valores tradicionales para someter décadas de conquistas civiles y sociales al hacha de la censura. En este escenario, como advierte van Oenen (2023), la constante invocación del «fantasma de lo woke» y la hiperbolización de la «amenaza woke» en los entornos institucionales, políticos y académicos sofoca la libertad y el debate plural, e instrumentaliza políticamente las tensiones culturales para presionar al pensamiento crítico.

Estas dinámicas, además, favorecen la apropiación por parte de las multinacionales de las luchas progresistas detrás de las cuales esconden —a través de estrategias de comunicación *ad hoc*— el simple aumento de los propios beneficios y ganancias. Y, finalmente, tienen repercusiones también sobre la propia izquierda progresista, que erróneamente se aplan, casi para confundirse con el «wokismo» (Biuso, 2023; Phiri, 2023) perdiendo así la universalidad que siempre ha caracterizado su compromiso con la justicia social (véase Capítulo 4).

La esterilidad de la fragmentación y polarización que se crea (deliberadamente) en torno a cuestiones cruciales de la contemporaneidad empuja hacia una deriva inexorable, que beneficia a los intereses de los poderes fácticos y de los grandes gigantes tecnológicos capaces, a través de sofisticados mecanismos de perfilación de los flujos de comunicación, de controlar un espacio social, político y cultural que es cada vez menos consciente y crítico, y es cada vez más atraído por una forma de pensar y un estilo de vida presentado por estos mismos poderes como *cool* (genial), políticamente correcto, o borrrable. No hay ninguna alternativa a lo que en poco tiempo se vuelve viral en todo el mundo como el «modelo» a aceptar o eliminar, en torno al cual se extreman los polos opuestos (particularmente en las redes sociales) cuyos seguidores piensan estar participando de manera activa, pero por el contrario e inconscientemente se someten al mantenimiento del nuevo statu quo creado por los grupos de poder. Ninguna alternativa porque, evidentemente, en este extremismo, no se privilegia el pensamiento crítico y la reflexión sobre los valores culturales y las estructuras de poder existentes en la sociedad, sino que por el contrario se comprimen hasta el punto de casi cancelarlos.

La instrumentalización ideológica de los ecosistemas digitales reduce su potencial en términos de creación de posibilidades para apoyar el desarrollo de visiones culturales alternativas. La unión de esta instrumentalización con la despolitización de los procesos participativos se vuelve funcional a la lógica neoliberal porque se desarrolla una forma de participación «desconectada» que beneficia a las nuevas tecnocracias. La «cultura woke» analizada en este libro encaja en este escenario. Cobra importancia no solo considerar la figuración

de los modos de identidad y relacionalidad social que se desarrollan con y a través de las nuevas tecnologías, sino también reflexionar sobre el hecho de que una mayor conciencia crítica de los fenómenos que tienen lugar en nuestras sociedades, y de sus consecuencias en las democracias, es la única herramienta de defensa y contrapeso.

El objetivo general de este libro es proporcionar un marco teórico (enriquecido con ejemplos concretos) de las dinámicas y desafíos que plantean algunas prácticas que se expresan dentro del sistema cultural —aquellas que podemos reunir bajo el paraguas de la cultura woke— que no solo perturban la vida cotidiana de los miembros de la sociedad, sino también los procesos de democratización. El marco epistemológico y metodológico, que se explorará en profundidad en el Capítulo 1, constituye, por lo tanto, la estructura en la cual se inserta la demostración de la hipótesis de este libro, es decir la consideración de los medios de comunicación como espacios de lucha y de poder.

Sobre esta base, este libro define un camino de reflexión crítica sobre aspectos de la mediación simbólica. Esta reflexión permite profundizar prácticas, problemas y perspectivas que se implementan en diferentes niveles (individual, social y cultural), siempre y cuando los individuos se vean involucrados en las dinámicas de las subculturas políticas que derivan y se desarrollan desde y dentro de la cultura woke, muy a menudo degenerando en «guerras culturales» funcionales a la reinención del capitalismo en sus nuevas formas, definidas por Varoufakis como «tecnofeudalismo» (Varoufakis, 2024). En este horizonte de creciente confrontación, radicalización, parálisis deliberativa y erosión de la esfera pública, surgen reflexiones que centran la atención sobre la urgencia de un «alto el fuego» cultural y comunicativo (Brotman, 2026). Este llamado al alto el fuego no implica la renuncia a la denuncia de las injusticias históricas ni la desatención de las demandas de las minorías, sino más bien se refiere a la adopción de una tregua dialéctica que restablezca las condiciones mínimas para el diálogo, el pluralismo y el pensamiento crítico. Esto debido a que, según Brotman (2026), hoy en día el enfoque radica demasiado en las dinámicas disruptivas de cancelar, castigar, silenciar, y muy poco en entender la cultura que subyace estas tendencias. La integración de la tregua dialéctica en el marco de las polarizantes guerras culturales resuena como un mecanismo ético de contención para reorientar el debate hacia la reconstrucción de una ciudadanía crítica, reflexiva y verdaderamente inclusiva, capaz de salvaguardar la libertad de expresión sin someterla a la tiranía del algoritmo o a la absolutización dogmática.

PRIMERA PARTE.
ESTUDIAR LA
CULTURA EN LA
SOCIEDAD
FRAGMENTADA

CAPÍTULO PRIMERO.

ESTUDIAR LA CULTURA. CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS Y DE MÉTODO

I.- Epistemología, dimensión disciplinar y conocimiento sociológico

En las últimas décadas, la fuerte evolución de la digitalización y de las tecnologías de la información ha favorecido una transformación significativa de los procesos de comunicación y en general de las posibilidades de acceso a la información. La plataformización hace que en la actualidad los procesos de información sean fluidos, sin filtros, homogeneizadores, caracterizados por la imposibilidad de reconocer la autoridad y confiabilidad de las noticias, así como por la sobreexposición y difusión masiva de información y noticias falsas. La magnitud de estos cambios y su influencia a nivel sociocultural y sociopolítico es innegable (Altamirano Asmat et al., 2023), pero esta transformación no nos exime de una reflexión crítica sobre las sombras causadas en todas las dimensiones del desarrollo de la humanidad en aras de una perspectiva democrática y de justicia social.

A la luz de estas complejas dinámicas, es necesario definir la estructura y los objetivos de esta investigación, las repercusiones desde el punto de vista de la concreción de las prácticas sociales relacionadas con estas dinámicas, así como la dimensión disciplinar adoptada por las dos autoras. Estas dimensiones, pertenecientes al macro ámbito de las ciencias sociales, se refieren a un enfoque que aplica el estatus original de la disciplina como una ciencia al servicio de la humanidad para promover su bienestar, desarrollo sostenible y distribución justa de los recursos. Esto puede parecer ideológico o utópico para un lector que no esté atento a los enfoques más recientes de las ciencias sociales, que colocan en el centro al ser humano y su capacidad de acción, como por ejemplo la sociología «humanista» (Du Bois & Wright, 2002), la «positiva» (Yogan, 2015), la «sociología de la esperanza» (Gili & Mangone, 2023, 2025; Mangone, 2025), y la de «posición» (De Nardis et al., 2024) que se está desarrollando en particular en Italia. Este enfoque, sin embargo, requiere un esfuerzo por parte de los investigadores ya que:

No es la emoción de encontrarse con lo totalmente desconocido, sino más bien la que produce descubrir lo conocido transformándose en su significado. La fascinación de la sociología radica en el hecho de que su perspectiva nos hace contemplar desde un nuevo punto de vista el mismo mundo en el que hemos pasado toda nuestra vida. Esto constituye también una transformación de la conciencia (Berger, 1977, p. 38).

La aplicación de este método, de hecho, tiende a materializar la *ciencia del hombre* que, según Ernst Becker, no debe separar los «hechos» de los «valores» porque tiene

como tarea primordial la de cambiar la sociedad, para que [se convierta] en un producto de la libertad humana y no de una ciega necesidad [...] un programa para analizar y remediar los males que sobrevienen al hombre en sociedad [...] que los sociólogos ya no se imaginen que basta con «hacer» ciencia; que para tener una ciencia del hombre, [...] Sólo necesiten trabajar amontonando datos (hechos), y tratando de «sonsacar» (horrible palabra positivista) leyes sociales para su uso eventual [...] no pueden rehuir una opción activa por el hombre como fin. Si siguen haciéndolo, no tendrán ciencia¹ (Becker, 1968, pp. 30-31 y pp. 367-368).

Este enfoque permite superar las «dos sociologías», es decir

Una es la ciencia superior de la humanidad que nos llama a la acción y a cambiar el mundo. Es una ciencia ideal que se ocupa no sólo de «lo que es», sino de «lo que debería ser». Los posmodernos nos han vuelto a enseñar que cualquier versión de «lo que es» contiene su propia recomendación de «lo que debería ser». [...] La segunda sociología es la estrecha disciplina académica que se contenta con colorear dentro de las líneas y sólo busca artículos en revistas, becas de investigación y titularidad (Du Bois & Wright, 2002, p. 6).

El enfoque sociológico aplicado es parte de la idea de Becker de «una ciencia superior al servicio de la humanidad. Decir que es una ciencia superior significa que sintetiza las disciplinas y luego utiliza esta síntesis para forjar un acuerdo compartido sobre cómo crear un mundo mejor» (Du Bois & Wright, 2002, p. 5), utilizando al mismo tiempo herramientas y métodos científicos.

El papel de las ciencias sociales es producir conocimiento a través del cual toda la sociedad pueda observar los fenómenos producidos reconociendo sus problemas para mejorarse continuamente en su devenir diario. Su tarea

¹ Las traducciones de los textos y artículos que no cuentan con versión en español son propiedad de las autoras, siendo de su exclusiva responsabilidad cualquier errata u omisión en el texto final.

principal, de hecho, es la del «desmantelamiento crítico de los manejos y las manipulaciones de que son objeto ciudadanos y consumidores sobre la base de usos perversos de la ciencia» (Bourdieu, 2013, p. 25) moviéndose más allá de las necesidades inducidas e irreales que plantea el sentido común o los medios de comunicación.

El conocimiento sociológico o, mejor dicho, «la sociología está siempre bajo la sospecha —sobre todo en los medios de comunicación conservadores— de llegar a compromisos con la política» (Bourdieu, 2013, p. 21), ya que este es el fruto del trabajo de un sujeto (el investigador) que es él mismo parte de la sociedad y que, por lo tanto, corre el riesgo de presunciones y prejuicios, pero la principal defensa de este peligro es precisamente la interpretación crítica de los fenómenos socioculturales.

Y, de hecho, el propio Bourdieu aclara:

que la familiaridad con el universo social constituye el obstáculo epistemológico por excelencia para el sociólogo, porque produce continuamente concepciones o sistematizaciones ficticias, al mismo tiempo que sus condiciones de credibilidad. El sociólogo no ha saldado cuentas con la sociología espontánea y debe imponerse una polémica ininterrumpida con las engeñecedoras evidencias que presentan, a bajo precio, las ilusiones del saber inmediato y su riqueza insuperable (Bourdieu et al., 2002, p. 27).

El conocimiento producido por las ciencias sociales se configura, así como una dimensión de la reflexividad del individuo que no es ni subjetiva ni estructural, sino que está relacionada con el orden de la realidad de las relaciones sociales (Bourdieu et al., 2002). Y es precisamente en las relaciones en las que, por ejemplo, Bourdieu basa su modelo unitario. Este modelo, que apunta a la conjugación de la teoría de la acción con la teoría estructuralista, y no centra el análisis en fenómenos individuales sino más bien en los sistemas de relaciones entre objetos y eventos. Como señala Wacquant,

Contra todas las formas de monismo metodológico que pretenden afirmar la prioridad ontológica de la estructura o del agente, del sistema o del actor, de lo colectivo o de lo individual, Bourdieu proclama la primacía de las relaciones. Según él, semejantes alternativas dualistas reflejan una percepción de la realidad social que es la del sentido común y de la cual la sociología necesita deshacerse de una vez por todas. [...]. Las ciencias sociales no tienen por qué elegir entre estos dos polos, puesto que lo que constituye la realidad social, la «materia» de la acción y de la estructura, así como aquella de su intersección en tanto que historia, radica en las relaciones (Bourdieu & Wacquant, 1995, p. 23).

En resumen, para Bourdieu, la base de las ciencias sociales es «pensar de manera relacional», y es precisamente este pensamiento el que debe llevar a la sociología a ser reflexiva en el sentido de que debe reconocer los límites del estatus científico de la disciplina a partir de la distinción entre conocimiento de sentido común y conocimiento científico. De esta manera, se introduce la idea de la ruptura epistemológica, es decir, la definición precisa de los límites de las ciencias sociales frente al sentido común, sin negar que la persistencia de esa «sociología espontánea» del sentido común está enraizada en lo social. Los investigadores están fuertemente involucrados en este tipo de doble papel (analista y objeto de análisis al mismo tiempo), no tratan de entender los problemas de manera aséptica, sino que son quienes, como parte de la sociedad, se consideran parte de la causa y que, por lo tanto, no se defienden de la sociedad, sino que tratan de hacerla más amigable con el ser humano a través de la reflexión crítica (Wacquant, 1989). El conocimiento producido se configura, entonces, de una doble manera: por un lado, permite un acompañamiento institucional (servicio público) que no significa responder a todas las necesidades de la sociedad, sino formular respuestas científicas a problemas reales proponiendo posibles caminos para mejorar la necesidad en cuestión (Mangone, 2019). Por otro lado, este conocimiento permite el desarrollo de un ciudadano crítico y activo, muy cercano al tipo ideal del ciudadano bien informado de Schütz (2003) que, en relación con la sociedad actual (Mangone, 2014), parece esperar la afirmación de una ciudadanía moderna que ya no se configura solo como un derecho, sino también como un deber y para la cual se vuelve necesaria la creación de un conocimiento socialmente aprobado basado en formas responsables de libertad, que se revelan a través de la reflexividad social.

La consecuencia de esto es que el objeto de estudio de las ciencias sociales es la realidad fenoménica individual y colectiva en relación con los sistemas sociales y culturales. Por lo tanto, el estudio no puede orientarse solo a fenómenos de naturaleza macro (relacionados con los sistemas sociales y sus formas de organización), excluyendo fenómenos de naturaleza micro (relacionados con la relación entre el individuo/sociedad y las acciones sociales) o fenómenos meso (relacionados con las relaciones entre el sistema social y el mundo de la vida, entendido como el conjunto de significados y representaciones de la cultura). La realidad de una sociedad es generalmente diferente de lo que parece a sus miembros: las limitaciones existentes, que influyen en la acción y en el pensamiento de los sujetos a nivel individual y colectivo, se derivan de

las relaciones sociales presentes en la sociedad en un determinado momento histórico y, a menudo, no corresponden a las representaciones mentales que forman los individuos. Confirma el hecho de que no se puede entender la vida de los individuos sin entender la sociedad y a la inversa —como afirmó Mills en el libro *La imaginación sociológica*—, pero también que los individuos necesitan una cualidad mental que les ayude a utilizar la información para desarrollar una razón que permita lograr una síntesis lúcida de lo que sucede y lo que puede suceder al individuo y al mundo. Esta cualidad, llamada «imaginación sociológica», permite una lectura de biografías e historias en relación recíproca con la sociedad, ya que:

La imaginación sociológica permite a su poseedor comprender el escenario histórico más amplio en cuanto a su significado para la vida interior y para la trayectoria exterior de diversidad de individuos. Ella le permite tener en cuenta cómo los individuos, en el tumulto de su experiencia cotidiana, son con frecuencia falsamente, conscientes de sus posiciones sociales. En aquel tumulto se busca la trama de la sociedad moderna, y dentro de esa trama se formulan las psicologías de una diversidad de hombres y mujeres. Por tales medios, el malestar personal de los individuos se enfoca sobre inquietudes explícitas y la indiferencia de los públicos se convierte en interés por las cuestiones públicas. El primer fruto de esa imaginación —y la primera lección de la ciencia social que la encarna— es la idea de que el individuo sólo puede comprender su propia experiencia y evaluar su propio destino localizándose a sí mismo en su época; de que puede conocer sus propias posibilidades en la vida si conoce las de todos los individuos que se hallan en sus circunstancias (Mills, 1961, p. 25).

En otras palabras, la imaginación sociológica permitiría al investigador pasar de una perspectiva a la otra, siendo capaz de captar lo que está sucediendo en el mundo, y, al mismo tiempo, entender lo que también le está sucediendo a él y a los individuos como puntos de intersección de la biografía y de la historia de la sociedad (es decir, a aquellas intersecciones que Bourdieu reconocerá como relaciones). Es deseable, por lo tanto, que el conocimiento se vuelva reflexivo, para promover la construcción de conexiones en los entornos de vida de los sujetos y entre los sujetos, yendo más allá de la física social de Comte para sentar las bases (teóricas/empíricas) para acciones que puedan implicar transformaciones orientadas de manera positiva hacia el bienestar. Según parte de la literatura, el desafío de los continuos cambios de la sociedad cada vez más encaminados hacia la globalización plantea dos órdenes de preguntas para las ciencias sociales (Ossewaarde, 2007): por un lado, la globalización se ve como

una amenaza para una nueva sociología y para la ciudadanía; por otro lado, se vislumbran nuevas posibilidades para devolver las ciencias sociales al «público» de la ciudadanía mundial instando a una reinención de la disciplina, bajo forma de una «nueva imaginación sociológica» (Fuller, 2006; Solis-Gadea, 2005). En esta lógica, las ciencias sociales deben asumir un papel fundamental en el establecimiento (primero) y mantenimiento (después) de la integración de factores, disciplinas y metodologías de investigación. El conocimiento debe fluir hacia un único sistema integrado de conocimiento, centrándose en todos los aspectos de la transformación de la sociedad (individual, social y cultural) sin descuidar la reflexividad también en las actividades del investigador.

II.- La metateoría como método

Los diseños de investigación sobre cultura y procesos culturales se caracterizan por la intersección de varios factores (por ejemplo, valores, género, sexualidad, etnia, religión, etc.), por esta razón se configuran como un laboratorio de experimentación metodológica. Las actividades de investigación no solo contribuyen al avance del conocimiento científico sobre los temas en estudio, sino que, como argumentó Bourdieu (2013), deben tener una función de servicio público que se traduzca en la activación de acciones para acompañar los procesos de innovación social en términos de herramientas, organización y gobernanza de los procesos de integración social.

En este sentido, es evidente la necesidad ineludible de integrar funcionalmente teoría, empirismo y operatividad (Mangone, 2022a). La primera dimensión, de hecho, es la herramienta del conocimiento parcial que proporciona las pautas conceptuales y la hipótesis a verificar empíricamente. La retroalimentación de la investigación proporciona, a su vez, las indicaciones generales en el ámbito operativo (que responde a través de criterios de prescindibilidad y aplicabilidad) y al área teórica las prioridades problemáticas a las que se les debe dar una respuesta. Ya no hablamos de los contrastes dicotómicos típicos de la tradición sociológica, sino de un *continuo* que va de la teoría a la operación. En este sentido, la investigación de campo se vuelve indispensable para un conocimiento que debe ensuciarse las manos para no quedarse en el reino de la pura abstracción y que debe mirar la inmediatez de los fenómenos individuales y/o sociales, tal como aparecen a nuestros sentidos, si no quiere permanecer dentro de su *a priori* conceptual. Todo esto no significa reducir el conocimiento a mero empirismo. Por el contrario, es precisamente la relación entre teoría y empirismo la que debe investigarse para aclarar mejor el vínculo

que se crea entre las premisas teóricas anteriores y su traducibilidad en actos concretos. Para que esto suceda, los investigadores deben tener en cuenta que el tiempo y el espacio son elementos constitutivos de los procesos de interacción social y, por lo tanto, también son dos categorías centrales de y para el análisis de la cultura en las ciencias sociales.

Las experiencias cotidianas de los individuos, de hecho, pueden ser percibidas —y, por lo tanto, estudiadas— en su continuo despliegue (observación), en su fluir dentro de la unidad de la experiencia única y de la situación —los *scripts* de Goffman (2009); o pueden convertirse en objeto de una reflexión posterior después de que fueron vividas. En el primer caso, lo vivido coincide con la experiencia —y esto también es cierto para el investigador— y no puede separarse de ella. En el segundo, sin embargo, reflexionando sobre la acción pasada, esta se capta como algo distinto de la experiencia. De esta manera, el tiempo ya no tiene unidad y tomar conciencia de esto significa que los individuos están orientados en sus acciones/interacciones por la dimensión temporal y espacial (contexto social e histórico).

Para poder esbozar los aspectos y elementos que caracterizan la presente investigación, fue necesario aclarar la relación entre el desarrollo del conocimiento sociológico y los enfoques aplicados para adquirir este conocimiento, considerando los aspectos epistemológicos y metodológicos, a través de un enfoque metateórico (Ritzer, 1990, 1992) que suele utilizarse para los llamados estudios de segundo orden, sin renunciar (como se verá en los capítulos siguientes) a la ilustración de la teoría con los numerosos ejemplos tomados de la realidad social a medida que surge la necesidad de seguir investigando las formas a través de las cuales los procesos socioculturales han contribuido, y siguen contribuyendo, a las transformaciones y redefiniciones de la identidad de los individuos, de la cultura y de las estructuras sociales, así como de las relaciones entre los individuos y estos últimos.

Fundamentalmente, este tipo de enfoque teórico (metateoría) se ha vuelto necesario porque las ciencias, y, en particular, las ciencias sociales tuvieron un desarrollo desigual, tanto en lo que se refiere al desarrollo interno de las disciplinas individuales como a las relaciones entre ellas. En *La Estructura de las Revoluciones Científicas* (Kuhn, 1975), se puede observar que la sociología no alcanza un alto consenso sobre qué se entiende por «teoría», cómo se debe llegar a ella, a través de cuales métodos se debe expresar y probar, e incluso cuáles deben ser los objetos de investigación. En palabras más simples, la sociología carecería de lo que Kuhn llama un paradigma, es decir, un sistema

de conceptos que tienen la función de guiar y organizar la investigación científica, para hacerla inmediatamente comunicable y modificable dentro de la comunidad. La escasez de paradigmas, sin embargo, no se puede confundir con una escasez de teorías y métodos disponibles para la investigación científica, por el contrario, convivimos con una serie de paradigmas potenciales, ninguno de los cuales emerge como dominante. La debilidad de los paradigmas, de hecho, a pesar de las expectativas, dio lugar a un desarrollo considerable de la disciplina: los expertos incluso se han detenido en la crisis de la sociología y de las ciencias sociales, favoreciendo un espiral definido por muchos como la *sociología de la sociología* (Morin, 1984). Esta situación permitió un nuevo género en la producción científica desde la segunda mitad del siglo pasado:

La actividad de la «teoría» como un grupo particular de personas dentro de una profesión que produce ciertos tipos de textos y afirmaciones de conocimiento. En resumen, la metateoría, en su forma más empírica, no es más que sociología de la sociología, que a su vez es una rama especial de la sociología de la ciencia y el conocimiento (Fuchs, 1992, p. 532).

En referencia a la definición de metateoría, de manera más específica

La metateoría es un subtipo de metaestudio que se centra en el examen de la teoría y la teorización. El auge de la metateoría en las ciencias sociales se debió principalmente al persistente fracaso de las ciencias sociales a la hora de descubrir las leyes generales de la sociedad que pueden utilizarse para la predicción, el diseño y la ingeniería social. Este fracaso se atribuyó inicialmente a las deficiencias de la metodología de teorización, lo que llevó a la aparición de un movimiento de construcción de teorías que pretendía modelar la teorización social a partir de la formación de teorías en las ciencias naturales. Cuando las técnicas supuestamente mejoradas de construcción de teorías volvieron a fracasar, los científicos sociales empezaron a mirar más allá de las cuestiones metodológicas para dedicarse a reflexiones metateóricas (Zhao, 2004, p. 501).

George Ritzer, uno de los principales exponentes de la metateorización, en su ensayo de 1990 aclaró que hay tres tipos de metateoría que se diferencian en función de su naturaleza y de los fines que se proponen:

El primer tipo, la *metateorización como medio para lograr una comprensión más profunda de la teoría* (M_U), implica el estudio de la teoría con el fin de producir una comprensión mejor y más profunda de la teoría existente [...]. El M_U se ocupa, más concretamente, del estudio de las teorías, los teóricos, las comunidades de teóricos, así como de los contextos intelectuales y sociales más amplios de las teorías y los teóricos. El segundo tipo, la *metateoría como preludeo al desarrollo teórico* (M_p),

implica el estudio de la teoría existente para producir una nueva teoría sociológica [...]. Todavía hay un tercer tipo, *la metateorización como fuente de perspectivas que superan la teoría sociológica* (M_O), en la que el estudio de la teoría se orienta hacia el objetivo de producir una perspectiva, se podría decir una metateoría, que supere alguna parte o toda la teoría sociológica. Los tres tipos implican el estudio sistemático de la teoría sociológica; difieren en cuanto a sus objetivos en ese estudio. El tercer tipo de metateorización (M_O) no es idéntico a la O_M , ni a la creación de una metateoría global sin un estudio sistemático de la teoría (Ritzer, 1990, p. 4).

La necesidad de aplicar este tipo de metodología al estudio de los fenómenos socioculturales es inherente a la complejidad del objeto de estudio, pero también es inherente al objetivo de este libro, que pretende lograr una mayor comprensión de las dinámicas dentro de los sistemas culturales y sus subsistemas (en particular relacionados con la comunicación y la política). Para lograr estos objetivos, es necesario adquirir un entendimiento más profundo de la teoría inherente a los fenómenos socioculturales para tratar de definir una nueva teoría, o nuevas teorías, y por lo tanto crear una nueva perspectiva teórica global (de hecho, una metateoría).

En consideración de esto, entonces, se puede afirmar que para el estudio de lo que aquí definiremos como «guerras culturales» (concepto que se aclarará en el siguiente párrafo) es necesario dejar fuera —en parte— estudios de carácter cuantitativo debido a la naturaleza específica del objeto de estudio (las interacciones comunicativas que crean significado no pueden reducirse a números o pruebas) porque es necesario poder identificar lo que estas formas de interacción representan en la vida de los individuos en términos de actitudes, estilos de vida y modelos culturales. La identificación de estas interacciones y sus representaciones puede implicar ciertamente la observación de segmentos de poblaciones dentro de las culturas o subculturas de la misma sociedad, o en menor medida para realizar estudios en contextos sociales restringidos como, por ejemplo, algunas comunidades cerradas de redes sociales que recuerdan el concepto de *media ecology* (Strate, 2004). La elección está, por supuesto, ligada a la disciplina de referencia de los investigadores, a su hipótesis de investigación y, lamentablemente, también a los recursos disponibles. Pero, todos estos condicionamientos prescinden el hecho de que algunos objetos de estudio, como la cultura y los procesos culturales, solo pueden estudiarse a través de una metodología cualitativa. La multidimensionalidad de las problemáticas de la vida cotidiana y el rápido desarrollo de transformaciones sociales nos empuja a recomponer las diferencias de perspectivas para concretar una

cooperación entre ellas. En la investigación (teórica y empírica) es necesario abrir un diálogo crítico que supere la formalidad de las barreras disciplinarias, terminológicas y epistemológicas (Villalobos Antúnez et al., 2022) que en el caso de los estudios relacionados con la cultura y los procesos culturales siguen siendo muy marcadas.

A la luz de estas afirmaciones teóricas necesarias para aclarar el método y el marco teórico-disciplinario que será el hilo conductor de este libro, vamos a esbozar ahora el escenario y el objeto de estudio.

III.- El objeto de estudio: las «guerras culturales»

Las sociedades actuales son «sociedades densas» (Sorrentino, 2008), dentro de las cuales actúan múltiples actores portadores de numerosas posiciones y diferentes problemáticas que, acompañadas de las transformaciones de los vínculos sociales provocadas por los procesos de globalización y digitalización, modifican profundamente la esfera pública, desdibujando las posibilidades de definición de las situaciones sociales. La instrumentalización ideológica de los ecosistemas digitales (Sorice, 2021), de hecho, reduce su potencial en términos de posibilidades para facilitar y apoyar la creación de visiones culturales alternativas. La unión de esta instrumentalización con la despolitización de los procesos participativos (De Blasio & Sorice, 2018) se vuelve funcional a la lógica neoliberal porque se desarrolla una forma de participación «desconectada» que beneficia a las nuevas tecnocracias.

La polarización que caracteriza al mundo contemporáneo en temas como la igualdad de oportunidades y las cuestiones de género, la inmigración, el cambio climático y la sostenibilidad, la discriminación racial y de las minorías, las políticas educativas, la libertad de expresión, la justicia social, genera la cristalización de una serie de conflictos sobre la identidad de la sociedad. Aunque existe cierta ambigüedad y posiciones contradictorias sobre el término (Bentivegna & Rega, 2024), de hecho la polarización se refiere, por un lado, al contraste entre polos opuestos dentro de un sistema (por ejemplo en las posiciones políticas de derecha e izquierda) y, por otro lado, puede referirse al posicionamiento de un grupo que se adhiere firmemente a una posición extrema (por ejemplo, el *Ku Klux Klan* con sus posiciones racistas o a los yihadistas que profesan el fundamentalismo islámico).

En las sociedades actuales, sin distinción alguna por las áreas geográficas del mundo, hay muchas «batallas culturales», para recordar un elemento clave de la visión de Gramsci (1980-2000), que representan la lucha (o guerra, en el

sentido que usamos en este libro) por el control de la cultura —y por lo tanto del sistema de pensamiento— dentro de una sociedad, porque el poder se impone y se ejerce también con herramientas de *soft power* (Nye, 1990, 2003) —es decir, poder blando como la cultura, los procesos de comunicación, de educación, etc.—, entendido como «la capacidad de conseguir lo que quieres atrayendo y persuadiendo a otros para que adopten tus objetivos» (Nye, 2003) y entonces diferenciándose del poder duro —y de su estrategia palos/zanahorias— típico del realismo político.

Los intereses que mueven las nuevas «guerras culturales» que están caracterizando nuestras sociedades son conscientes de que los procesos culturales y educativos, comunicacionales y tecnológicos, pueden ser utilizados de diferentes maneras porque, si por un lado pueden ser herramientas transformadoras, por otro lado, pueden arrodillarse al statu quo y al control social (Lyon, 2001). Estas tendencias reflejan la posición de Gramsci, ya que el objetivo detrás de las actuales guerras culturales es, evidentemente, la creación de un nuevo marco hegemónico de pensamiento que configurará y controlará los nuevos paradigmas socioculturales y, en consecuencia, los nuevos modelos político-económicos.

Las guerras culturales, que como veremos a continuación pueden declinarse en diferentes formas, que oscilan desde la cultura de la cancelación (cancel culture) hasta el *politically correct* y el *washing*, son fenómenos socioculturales y no constituyen un sistema cultural en sí mismos, es decir, más bien, son tendencias que surgen y se desarrollan dentro de la subcultura de la resistencia y la reivindicación —subculturas políticas (Dei, 2021; Mangone & Picarella, 2024)—a partir de los movimientos sociales que, en sus etapas iniciales, subrayan el poder de acción sociopolítica inherente a cada individuo frente al reconocimiento de las dificultades de cambiar las desigualdades estructurales. Solo más tarde las guerras culturales, con una especie de efecto bumerang, toman un camino diferente, y parecen afectar precisamente esa reciprocidad, participación y conciencia crítica típica de una arena pública democrática, terminando por limitarla o incluso negarla.

El objetivo general de este trabajo es, finalmente, tratar de abrir el debate científico sobre las «guerras culturales» como un fenómeno emergente de sociedad fragmentada (que no existe excepto marginalmente en algunos ámbitos disciplinarios). Las diferentes formas y nombres que toman las guerras culturales ya no se deben entender como una sencilla etiqueta introducida en el léxico común, sino como una subcultura política que, con todas sus interconexiones

con los procesos de plataformización, información, democratización, fragmentación y desintegración sociocultural (Pérez Salazar, 2023), está adquiriendo dimensiones significativas en el escenario cultural contemporáneo. La fuerte influencia de las plataformas y las redes sociales en los procesos socioculturales y en los procesos colectivos de toma de decisiones, de hecho, lleva a hablar de una *disrupting democracy* (Sorensen, 2020) para destacar el oscuro papel que los ecosistemas digitales pueden desempeñar en los sistemas democráticos. Estas dinámicas de información que acompañan a estas subculturas políticas (guerras culturales) erosionan evidentemente la democracia, despojándola de su significado y transformándola en una simple demagogia basada en la construcción ad hoc de burbujas de opinión (*filter bubble*) ideologizadas y polarizadas (Parisier, 2011). Por lo tanto, se requiere un atento examen de las implicaciones de todos los procesos de información interconectados con las prácticas que emergen de estas formas de subcultura, para garantizar el discurso democrático, la integridad de la información y la protección de los derechos fundamentales (Salvador García, 2024).

Para lograr este objetivo, es fundamental esbozar el nacimiento y desarrollo de estas guerras culturales (subculturas políticas), tratando de dilucidar la confusión teórica en torno al tema (y esto requiere necesariamente aspectos descriptivos) también mediante una relectura y reconfiguración de la relación entre cultura, poder y política —lo que se ha definido como una «razonada denuncia del peligro» (Sorrentino, 2024, p. 14)—dentro del espacio social, que no es solo el espacio en el que se desarrollan las funciones de rol, sino es también el espacio de la denuncia y de la crítica. Definitivamente, este libro examina las guerras culturales como dispositivos de disputa simbólica que no solo desarticulan la cohesión en la esfera pública y social, sino que erosionan de forma directa las condiciones institucionales, culturales y sociales necesarias para la profundización democrática y los procesos de democratización.

CAPÍTULO SEGUNDO.

UNA SOCIEDAD CAMBIANTE ENTRE LA GLOBALIZACIÓN Y LA LOCALIZACIÓN

I.- Sociedad fragmentada y cambio social

La actual fragmentación del sistema social y cultural es un proceso paralelo al moderno individualismo que, a su vez, ha conllevado a una inquieta búsqueda de la propia identidad personal y social. Según Charles Taylor, de hecho,

Una sociedad fragmentada es aquella cuyos miembros encuentran cada vez más difícil identificarse con su sociedad política como comunidad. Esta falta de identificación puede reflejar una visión atomista, de acuerdo con la cual las personas acaban considerando a su sociedad en términos puramente instrumentales. Pero también ayuda a arraigar al atomismo, porque la ausencia de una eficaz acción común hace que las personas se reviertan sobre sí mismas (Taylor, 1994, pp. 142-143)

Esta condición, que puede definirse como *interregno* —entendido en el sentido gramsciano, es decir que «lo viejo muere y lo nuevo no puede nacer» (Gramsci, Tomo 2, 37, § 34)—, muy a menudo, y, de manera bastante superficial, se remonta a la fuerte diferenciación cultural producida por los procesos de globalización y los flujos migratorios que, en algunas áreas geográficas, han alcanzado dimensiones de emergencia real (Bergalli, 2006). Esta visión superficial no brinda ninguna solución a los problemas de la sociedad porque determina el clásico problema del «perro que se muerde la cola» o el «hámster en la rueda» que dan vueltas en círculos hasta agotarse sin llegar nunca a la meta.

Es inevitable que la cultura y la sociedad sean imposibles de explicar (si nos referimos al principio de causalidad) y/o interpretar (si nos referimos a la búsqueda de significado y sentido) como mónadas.

No son indivisibles, pero como afirmaron hace muchos años estudiosos más acreditados que nosotras (Sorokin, 1966), son dos componentes de una tríada indivisible que también se constituye con el individuo. En otras palabras, cualquier forma o expresión de un fenómeno sociocultural que ocurra dentro de la sociedad no puede ser estudiada si no consideramos al menos estos tres

componentes que, de hecho, están interrelacionados entre sí (sociedad, cultura y personalidad). Esta última declaración de principio esboza la reciprocidad entre el mundo vital y el sistema social y representa el momento central en el que se presta atención no solo al individuo como receptor de decisiones, sino al individuo como sujeto y parte activa en los procesos de toma de decisiones, creando «encrucijadas» que favorecen oportunidades en términos de «agencia» (Archer, 1988). De esta manera, hay una transición de un enfoque tendiente a reducir el sistema social a sencillos aspectos de naturaleza instrumental a un enfoque que se centra en las interacciones generales entre los individuos y todas las demás variables importantes que, en su conjunto, conforman la sociedad. En este sentido, el concepto de cultura sigue teniendo sentido en una sociedad fragmentada, y, además, de los tres elementos identificados (sociedad, cultura y personalidad) es el factor principal para evaluar la adhesión (integración) a la sociedad por parte de sus miembros. Sin embargo, por supuesto, no respaldamos la posición según la cual la vida social está vinculada a un determinismo cultural, sino que apoyamos la posición que ve la cultura como un componente fundamental que se presenta como situacional (espacial) y temporal (tiempo) para la acción de los individuos.

Toda práctica social depende y está vinculada a significados (interpretación que los individuos le dan), y la cultura es una de las condiciones constitutivas para la existencia de estas prácticas, cada una de las cuales tiene una dimensión cultural (Hall, 1997). Los objetos culturales —«significado compartido plasmado en la forma» (Griswold, 1994, p. 12)— adquieren en el mundo social uno o más significados para los individuos solo a través de la cultura con la que se observan. Cabe señalar, sin embargo, que antes la experiencia en el mundo social era exclusivamente «situacional» (Thomas & Thomas, 1928), ya que dependía de los individuos y del contexto en el que actuaban a diario. Hoy en día, el ciclo de vida y las biografías están fuertemente influenciados por lo que sucede en el «espacio vacío» (Giddens, 1999), que implica el desarraigo y la transferencia de algunos elementos de la vida social del contexto original a diferentes contextos (en este sentido por ejemplo el desplazamiento del mundo físico al mundo digital). De esta manera, el significado de los elementos y sus relaciones con el todo cambia, produciendo en consecuencia el cambio de experiencia porque incluye elementos de contextos distintos a aquellos en los que el individuo se encuentra físicamente.

Sin embargo, todos estos aspectos, dinámicas y elementos relacionados con el sistema y con las prácticas culturales no siempre han sido objeto de

estudio en las ciencias sociales. Comenzaron a ser considerados seriamente solo a partir de los últimos treinta años del siglo pasado —el llamado giro cultural (Bachmann-Medick, 2016)— también a raíz del desarrollo y uso de métodos de investigación cualitativa sobre la base de la afirmación de algunos enfoques como la fenomenología y sus dos corrientes más pragmáticas (interaccionismo simbólico y etnometodología) que utilizaban técnicas específicas (observación participante, estudios de casos, etc.) que encuentran un ámbito de fácil aplicación en los estudios de los procesos culturales. A menudo, este enfoque también se ha definido como *soft*, o sea blando, derivando esta última terminología de los estudios organizacionales que privilegian aquellos aspectos que experimentan los individuos (culturales, simbólicos, normativos, educativos, etc.) al interactuar con las diferentes formas de organizaciones sociales (desde organizaciones de trabajo hasta organizaciones de diversión, etc.).

Todas las formas de organización social, empezando por las más grandes, es decir, la sociedad, se basan, por lo tanto, en procesos culturales implementados por una multiplicidad de actores y esto hace que la cultura presente un alto grado de complejidad, también debido a la indivisibilidad de los elementos que conectan estrictamente todos sus niveles y componentes (significados, normas y valores) hasta aspectos de lo social y de la personalidad. Estos son capaces, como características peculiares, de influir en lo que los miembros de una cultura determinada perciben, piensan y sienten, así como en las formas en que se les da sentido a las decisiones.

En esta perspectiva la cultura, y el patrimonio material e inmaterial que de ella se derivan, se proponen como uno de los lugares privilegiados para promover o reprimir el diálogo entre los pueblos (Hadhri & Mangone, 2016). Y esto refuerza el enfoque según el cual no es posible estudiar la cultura refiriéndose exclusivamente a las condiciones que conciernen al individuo, sino más bien a los cambios sociales y, por lo tanto, a las interacciones y relaciones significativas (todas las actividades sociales, incluidas las de las instituciones, son «culturales» desde el momento en que, para ser implementadas, requieren la explicación de un significado). Si nos fijamos en los estudios clásicos, de hecho, Durkheim (1987) consideraba la cultura como uno de los «intermedios» que se interponen entre el estado puro de aislamiento de un individuo y el estado que se caracteriza como una forma asociada. La cultura, entonces, es una dimensión fundamental de la vida del ser humano (y es típicamente humana) y como tal es necesario centrarse en este concepto a partir de su identificación como concepto científico y de sus diferentes declinaciones. Aun-

que surgió en el ámbito antropológico, este concepto siempre influyó las ciencias sociales (con resultados fluctuantes) ya que estas se configuran como una herramienta para el conocimiento de las interconexiones de lo social y la socialidad (interacciones, vínculos y condicionamientos recíprocos entre los componentes de la sociedad).

Es posible observar, por lo tanto, que un aspecto fundamental de la sociedad contemporánea se refiere a la diferenciación de formas y configuraciones culturales sobre la base de diferentes épocas y sociedades a partir de la conciencia del carácter histórico-relativo de las mismas, y esto constituye la base del relativismo cultural. Este último no es solo un concepto de las ciencias sociales, sino también un principio de método según el cual el estudio de un fenómeno debe abordarse reconociendo que cada cultura tiene su propia validez y coherencia y no puede juzgarse a partir de los criterios de la cultura predominante, ya que esta la mayoría de las veces se traduce en etnocentrismo. Este último término fue ideado por el sociólogo Sumner y técnicamente indica la condición

En el que el propio grupo es el centro de todo, y todos los demás se escalan y califican con referencia a él. [...] Cada grupo piensa que sus propias costumbres son las únicas correctas, y si observa que otros grupos tienen otras costumbres, éstas provocan su desprecio (Sumner, 1906, p. 13).

Esto también nos lleva a afirmar que el término cultura, en la sociedad actual, no tiene significado si se declina en singular, a la inversa debe declinarse en plural, además porque el pluralismo cultural (Savidan, 2009) siempre ha caracterizado la historia de la humanidad. Las dinámicas culturales, desde el origen de la especie humana, han presentado aspectos de diferenciación (pensemos por ejemplo en las subculturas) y esto en la actualidad sigue siendo cierto. De hecho, la afirmación de que se cree que una sociedad tiene una sola cultura no se corresponde con lo que sucede en la realidad social. Un sistema cultural puede presentar, incluso dentro de sí mismo, diferentes subculturas. Y es precisamente en estos elementos en los que enfocan las reflexiones sobre la identificación, la diferenciación y el reconocimiento, que son los primeros en involucrarse en el proceso de integración de individuos que, en particular en la sociedad contemporánea (caracterizada por un alto grado de movilidad territorial), son fundamentales para la cohesión y la convivencia civil.

Para leer las dinámicas de diferenciación cultural, el tercer milenio heredó el debate sobre el multiculturalismo (Taylor, 1992; Baumann, 1999). Sin

embargo, este enfoque, en muchas áreas geográficas, ha generado una mayor fragmentación de la sociedad al acentuar los aspectos etnocéntricos y empujar así hacia la separación de las diferentes culturas en lugar de promover la integración. Esto ha desplazado el debate hacia la superación del multiculturalismo. Un debate que sigue siendo abierto, y que se basa en la búsqueda de una nueva forma de vida que pueda garantizar la justicia social a todos los grupos (diversificados por raza, sexo, religión, etc.) aunque algunos de ellos puedan definirse, según el sentido común, como poseedores de una «cultura diferente» a la que viven. No se debe entender el multiculturalismo como un concepto de cultura multiplicado por el número de grupos presentes, sino más bien como una nueva forma de concebir las dinámicas culturales. La cultura, de hecho, es el conjunto de diferentes elementos que nos permiten fortalecer el sentido de pertenencia identitaria al grupo, pero, la identidad no es posible sin el reconocimiento.

Al referirnos al concepto de reconocimiento, sin embargo, no se está haciendo referencia a la «política del reconocimiento» de Taylor (1992), y en esto estamos de acuerdo con Baumann (1999), porque, si se analizara esta conceptualización, su límite emergería inequívocamente. El multiculturalismo del que desciende entonces la interculturalidad, no puede basarse en atribuir igual dignidad y valor solo a culturas que han sido «seleccionadas» y reconocidas durante mucho tiempo (como sostiene Taylor), sino que esta dignidad y valor debe atribuirse a todas las culturas, de lo contrario caeríamos, en todo caso, en formas de etnocentrismo con la peculiaridad de ser más refinadas e intelectualizadas, pero que, en esencia, no tienen nada diferente de las formas más violentas de etnocentrismo.

Este desacuerdo se justifica porque el reconocimiento de sí mismo como objeto (autorreconocimiento) se obtiene solo participando en las experiencias de los semejantes y, por lo tanto, en las experiencias vividas en común con los demás —la pluralidad de la que hablaba Arendt (2020)— dentro de un contexto social, que presenta sus propias peculiaridades culturales. Esto solo puede derivar de procesos cognitivos y de significación que crean las condiciones para que todos puedan tener las mismas oportunidades de elegir oportunidades de vida para su proyecto de vida (Dahrendorf, 1990). Partiendo de estos supuestos y de la idea simmeliana (Simmel, 2022) según la cual la acción social implica interacción, y, solo puede entenderse como una transacción entre quienes actúan y quienes clasifican estas actividades, se configuran posiciones de «apertura» (sociedades acogedoras) o de «cierre» (sociedades no acogedo-

ras), asignando a menudo posiciones marginales a quienes se consideran de «otras culturas». Son las reacciones, de hecho, las que asignan posiciones de estatus específicas a los actos, estigmatizados y evaluados negativamente, no son los actos en sí mismos los que determinan estas posiciones. Entonces, el debate sobre interculturalidad y multiculturalidad se juega sobre el reto que las sociedades enfrentan con dificultad (y que tendrán que enfrentar cada vez más), es decir, si su configuración debe caracterizarse por ser sistemas cerrados o sistemas abiertos (el llamado enigma multicultural).

De esto se deduce que la cultura y la identidad que se constituye en ella están en continuo movimiento: el multiculturalismo, por lo tanto, indica una nueva forma de tratar la presencia simultánea de la diversidad cultural (Han-nerz, 1998) en la acción cotidiana de la que son portadores los sujetos/actores de otros territorios. Donati (2016), en este sentido, recuerda la necesidad de una nueva multiculturalidad para una ciudadanía moderna que se base en una «cultura relacional» capaz de conectar diferentes individuos, estilos de vida, pertenencias y ciudadanías, sin producir procesos de exclusión social que, desde una perspectiva relacional (Donati & Archer, 2015), pueden evitarse porque la relación (no es una coerción) es el elemento que favorece la autodeterminación del sujeto sobre la base de la reflexividad, que se convierte en el ámbito en el que se definen tanto la integración como su distancia social para los individuos, entendida precisamente como un cierre relacional.

Depende de esta realidad (entrelazamiento entre las esferas privada y pública) si y en qué forma, medida y calidad, el individuo puede desprenderse o involucrarse con otros sujetos más o menos cercanos, con las instituciones y, en general, con la dinámica de la vida social. Los individuos, en general, se refieren a aspectos de la vida cotidiana directa o indirectamente vinculados a la dimensión del valor (propia de la cultura de referencia) que no es atribuible solo a los objetivos a alcanzar, sino que motiva la acción sobre la base de la importancia relativa que se les confiere a través de la definición de prioridades entre valores (jerarquía de valores). Si la cultura, por lo tanto, es el conjunto de diferentes elementos (valores, normas, etc.) que permiten fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia a la comunidad a través de su función de mediación simbólica, y si los procesos de identificación no son posibles sin el reconocimiento y el intercambio de experiencias vividas en común con otros dentro de los diferentes espacios sociales que se caracterizan por una cultura específica, la consecuencia es que esta última desde un elemento de distinción

y separación se convierte, en cambio, en un elemento de interacción y convivencia en una perspectiva de justicia social y reducción de las desigualdades.

Dando por sentada la diversidad cultural, por lo tanto, la pregunta que debemos tratar de responder (si la diéramos en la práctica habríamos resuelto un problema que es muy complejo) es si una integración cultural real en la sociedad actual es concebible y alcanzable. Para tratar de contestar, es necesario atribuir la misma importancia a los dos términos, integración y cultura, ya que se trata de un proceso que no tiene principio ni fin, sino que está en continuo cambio y confrontación con el sentido de pertenencia que es particularista (vinculado a lo local) y al mismo tiempo universalista (vinculado a la globalización), en un intento de poder combinar las necesidades de igual dignidad y valor para todas las culturas y de solidaridad con las identidades socioculturales de las comunidades.

A la luz de estas últimas consideraciones, la cuestión ya no es si la integración cultural es concebible y factible, porque este proceso ya no puede ser «residual» en una sociedad que se configura cada vez más como una sociedad que presenta, en el mismo espacio y tiempo, la presencia simultánea de diferentes culturas, sino la cuestión se refiere a cuáles son los elementos del sistema social que pueden contribuir a la activación del proceso de integración cultural y de su continua adaptación a las transformaciones sociales.

Los individuos tienen su propio bagaje cultural relacionado con el contexto social al que pertenecen y una vez que entran en contacto con otras sociedades tienen que lidiar con valores, creencias, conocimientos, lenguaje y estilos de vida diferentes a los de su propio grupo de referencia. Se deben confrontar y también ajustarse a la cultura a través de procesos de socialización que permitan la construcción de la cultura específica de ese contexto social. De esta manera, es impensable no considerar una interdependencia entre la cultura de los individuos y la cultura de la sociedad (principio de reciprocidad). La cultura es, por lo tanto, un elemento importante de la acción humana, en el que están presentes tanto las reglas que rigen al grupo como las características que lo diferencian. La cultura, por un lado, permite la legitimación de la acción, y, por otro lado, tiene un valor intrínseco que es independiente de su utilización. Estas peculiaridades caracterizan las funciones de la cultura permitiendo la supervivencia de las sociedades, favoreciendo la integración interna y reduciendo la ansiedad que se puede desencadenar en los individuos ante situaciones inesperadas o cambiantes.

II.- Cultura y territorios entre globalización y localización

La cultura está conformada por elementos objetivos y subjetivos que se reflejan en sus niveles y componentes, destacando el rol que asumen en la construcción de la realidad social, y representando así uno de los principales factores en la evaluación de la integración de los individuos a la sociedad. Lo que se acaba de afirmar, sin embargo, debe tener en cuenta los efectos y resultados inexorables (a menudo antitéticos) que se producen dentro de las diferentes sociedades por los procesos de globalización. Investigadores sociales y académicos de diversas disciplinas, de hecho, argumentan que el proceso de globalización implementó un «sistema mundo» (Wallerstein, 1976) o un «sistema social único» (Giddens, 1989).

Esto debido a que las conexiones sociales han cruzado las fronteras de los países, creando nuevas formas de interdependencia, pero también de dependencia, entre diferentes actores sociales, y, de esta manera, condicionando las formas de interacción de los individuos a partir de dimensiones espaciales y temporales. Para un proceso de esta magnitud, no hay duda de que los niveles y componentes de la cultura influyen en las transformaciones, destacando en particular en la vida social de los individuos un alejamiento de las metas y objetivos compartidos y de la solidaridad social (Mangone, 2024) ya que se prefieren enfoques individualistas, competitivos y competitivos. Nos encontramos ante lo que se definió a principios de este tercer milenio como una «sociedad individualizada» (Bauman, 2001a; Beck & Beck-Gernsheim, 2003). Las desigualdades en el acceso a los recursos naturales y financieros, que se volvieron aún más evidentes con la pandemia del SARS-CoV-2, no solo plantean un problema de justicia social (Guadarrama González & Picarella, 2022), sino que aparecen intrínsecas en las diferentes sociedades (incluso en aquellas que no se reconocen formalmente y no son reconocidas como capitalistas) y esto obliga a los individuos a enfrentarse a la competencia, que se acentúa cada vez más, transformando sus propias biografías de vida. Es inevitable que tal proceso tenga el resultado negativo de inducir desconfianza y distancia entre los individuos, aumentando el grado de incertidumbre social (Bauman, 2001b). Los procesos de globalización también han traído consigo otros aspectos contradictorios, entre estos podemos incluir la dicotomía global/local que siempre ha acompañado a estos procesos (Robertson, 1992; Martell, 2010), haciendo que el primer término (global) sea ciertamente más utilizado que el segundo. Sin embargo, en referencia a los sistemas culturales y a la cultura en

general, es importante subrayar también la importancia del segundo término (local), definiéndolo tanto en aspectos relacionales como contextuales. Según Meyrowitz (1985), el mapa de las relaciones espaciales ha cambiado y, por lo tanto, el concepto de «local» define la dimensión del espacio dentro de la cual se llevan a cabo las actividades localizadas que se caracterizan por la presencia de individuos.

Appadurai (2001), a su vez, destacó bien esta procesualidad cuando definió la «localidad» como el resultado de actividades intencionales en la vida cotidiana de los individuos que producen efectos materiales. Las nociones de espacio y lugar, que a menudo se consideran sinónimos, se disuelven en *glocal*, *global localization* o *glocalization* [localización global] que Robertson (1995) deriva del término japonés *dochakuka* que indica cómo las técnicas de cultivo se adaptan a las condiciones locales de un territorio. Los procesos de *glocalización* son implementados por organizaciones sociales (principalmente aquellas que pueden definirse como comunidades) para defenderse de la acción homogeneizadora que la globalización trae consigo, aunque no se niegue una apertura hacia ella. Este proceso trae consigo otra dicotomía inherente a los procesos de globalización, es decir, la difusión global de la información frente a una apropiación localizada, *globalized diffusion* vs *localized appropriation* (Thompson, 1998). Esto se caracteriza por la adquisición de información, imágenes, conocimientos y otros artefactos con modalidades típicas de la sociedad globalizada, pero interpretados y procesados en los lugares donde los individuos viven, en un sentido que generalmente apunta a la consolidación de valores y creencias.

No hay duda de que cuanto más se acentúa esta condición, más aumenta la distancia simbólica espacio-temporal de la vida cotidiana. Este fenómeno de la distancia simbólica no es el único aspecto de la apropiación local de la información que merece atención, por el contrario, la integración de los procesos de apropiación con otras prácticas locales complejas puede consolidar, en algunos aspectos, las formas, las relaciones de poder y dependencia que pueden conducir a lo que Touraine (2000) definió como comunitarismo. Además, otro aspecto que se necesita enfatizar se refiere al encuentro y/o choque de los procesos de apropiación con los niveles y componentes del sistema cultural local. Esto acentúa las relaciones de poder y dependencia entre segmentos de población dentro de la sociedad, pero también entre sociedades geográficamente distantes entre sí (pensemos, por ejemplo, en las relaciones entre el mundo occidental y los países del continente africano o de América

Latina). Esta lectura confirma un escenario social muy complejo en el que todas las partes que lo componen se configuran como una intrincada red de interacciones significativas que permite la interpretación y construcción de la realidad (como mediación simbólica entre los aspectos íntimos de la vida privada y los aspectos de la vida pública de los individuos). Estas dinámicas nos llevan a afirmar que el concepto de realidad social es subjetivo, ya que son los individuos los que crean continuamente (con acciones e interacciones) una realidad común que es objetivamente fáctica y subjetivamente significativa. Esto está relacionado principalmente con el hecho de que esta construcción, por un lado, está influenciada por la cultura y, por otro lado, está directamente relacionada con la biografía del individuo. En otras palabras, como argumentaron Berger y Luckmann (2003) la realidad social no es «constitutiva», sino que es una «cualidad».

El análisis se mueve, por lo tanto, desde la génesis de las representaciones colectivas (Durkheim, 1898) hasta los procesos de formación del compartir de la realidad que permite la acción cotidiana de los individuos a partir de un motivo pragmático y no teórico, ya que selecciona los aspectos relevantes para la acción. Los patrones de acción y las interacciones de los individuos se construyen de acuerdo con el significado que atribuyen a la existencia cotidiana que, sin embargo, están influenciados por los significados difundidos en una dimensión global, volviéndose reales solo porque se insertan en la dimensión de lo local. Las actitudes de los individuos, en otras palabras, dependen de la realidad social construida y de las interpretaciones de sus acciones en una dimensión temporal y cronológica (pasado, presente y futuro) y dentro de un contexto limitado (local). Para la constitución de la realidad social, en la fase de conjugación de lo global con lo local, juega un papel crucial la acción comunicativa tal como la concibe Habermas (1987) en su componente hermenéutico y en su componente racional.

Cada individuo, por lo tanto, representa el mundo sobre la base de la experiencia adquirida y el conocimiento socialmente aprobado como reconocido y aceptado no solo por quienes lo poseen, sino también por los otros (Schütz, 2003). La realidad es, por lo tanto, un sistema socialmente construido que contiene elementos subjetivos (que atestiguan la realidad significativa de los individuos) y elementos objetivos (orden social o mundo institucional como producto humano) a los que los individuos otorgan un cierto orden y secuencia en los eventos. La realidad social que los individuos construyen con las actividades cotidianas a través del proceso de socialización, por lo tanto, abre un

proceso dialéctico y dialógico (Ricœur, 1986) entre el individuo en el mundo social (*ídem*) y su singularidad (*ipse*), y esto significa que los individuos no están influenciados por la realidad por lo que es, sino por lo que creen que es. La misma situación en diferentes culturas, solo a manera de ejemplo, es representada / no es representada como un problema social, y esto depende de la interpretación de la cultura (Geertz, 2003), y, en particular, de la atribución de «sentido» que se diferencia por contenido y significado específico, entre las esferas pública y privada, así como de una sociedad a otra (diferentes culturas) y dentro de la misma sociedad debido a la presencia de diferentes experiencias y biografías de los miembros de la comunidad (Hannerz, 1998).

Proponiendo una síntesis inicial, es posible afirmar que para explicar e interpretar las dinámicas dentro de una sociedad, no basta con observar la actitud manifiesta que surge de un determinado sistema cultural, sino que es necesario tener un enfoque de análisis que vaya más allá de lo manifiesto, buscando, en cambio, la matriz «generadora» original de los aspectos peculiares de esa cultura (sin olvidar la posible presencia de subculturas). Como se ha señalado varias veces, todos estos componentes difieren de una cultura a otra, por lo tanto, se puede destacar que las culturas cumplen la función de definir y afirmar lo que se considera legítimo dentro de la sociedad, ofrecer explicaciones e interpretaciones, y correlacionar la dimensión temporal de la existencia humana, —en su forma dual de *chrónos* (que consiste en una concepción medible, pasado, presente y futuro) y *kairós* (esa oportunidad que puede presentarse en un momento dado, el llamado tiempo debido, el tiempo de la acción)—a través de la asunción de un papel primario en la relación entre el individuo y el sistema social. A partir de esto, se puede argumentar que la cultura es el conjunto de modelos a los que se ajustan quienes forman parte de una sociedad específica más allá de las diferentes personalidades, roles y posiciones sociales: la cultura representa por lo tanto el pegamento más fuerte para consolidar y desarrollar una sociedad que también sea reconocida por su identidad específica y que esté orientada hacia los principios de libertad y justicia social.

En el contexto latinoamericano, la cuestión de la cultura/identidad y la globalización/localización adquiere un matiz aún más complejo. Las visiones críticas, de hecho, apoyan la importancia de una profunda transformación epistemológica e intelectual que debe desatar la imagen que el norte global tiene de América Latina porque, dada la tipicidad estructural y cultural de la región, las perspectivas eurocéntricas o norteamericanas son limitantes.

La profunda crítica a las estructuras y categorizaciones del norte global, y el énfasis en la recuperación de la verdadera identidad cultural latinoamericana a través de la incorporación de las cosmovisiones y de las tradiciones, se basa en los supuestos críticos de la *Epistemología del Sur* propuesta por de Sousa Santos (2009) quién identifica al Sur global como símbolo de la explotación y opresión capitalista y colonialista. En esta perspectiva, y asumiendo la sutil diferencia entre la descolonialidad como transformación de las estructuras coloniales de poder y conocimiento, la decolonialidad como perspectiva crítica centrada en el conocimiento popular y la resistencia de las comunidades marginadas, y, finalmente la poscolonialidad que se refiere a la construcción artificial de la identidad latinoamericana y al patrimonio cultural de las potencias coloniales², la reflexión sobre la importancia para la región de la «opción decolonial» (Mignolo, 2005) para una transformación real en términos de justicia social e inclusión está anclada tanto a la necesaria descolonización cultural del conocimiento (sin la cual, según de Sousa Santos, no puede haber una verdadera justicia social), como a la comprensión del fuerte vínculo entre colonialismo y capitalismo. De hecho, es un vínculo que se ha transformado a lo largo de las décadas, y que hoy adquiere formas mucho más enrarecidas, pero no menos turbias y penetrantes. Estas formas serán objeto de estudio en este libro, ya que son favorecidas y disfrazadas precisamente por los procesos de glocalización y por la liquidez de las sociedades fragmentadas.

Esto significa que persiste la configuración hegemónica del poder capitalista y su acción colonizadora, la cual se implementa sistemáticamente a través del consumismo, los ecosistemas digitales y los procesos de información y comunicación que se desarrollan en ellos, los modelos socioeconómicos, y la influencia que todo esto tiene a nivel sociocultural. El recorrido decolonial latinoamericano ha cobrado una fuerte influencia especialmente en el ámbito cultural porque, enraizado en las visiones de los estudios culturales críticos y proponiendo un diálogo alternativo y diferente en el ámbito de las ciencias sociales, nos invita a repensar y a problematizar los fenómenos y las dinámicas de nuestras sociedades con una nueva forma, que se aleja de la subordinación cultural al norte global y proporciona a través de un replanteamiento del pensamiento científico, social y político respuestas a las injusticias epistémicas.

² Entre la vasta producción sobre el tema, recordamos: Césaire (2006); Cerutti Guldberg (2006); Fanon (2009); Castro-Gómez & Grosfoguel (2007); Quijano (2001); Guadarrama González (2006).

cas, sociopolíticas y socioeconómicas de las que los países del Sur Global han sido las principales víctimas. La propuesta de la epistemología del sur y de la reflexión decolonial se basa precisamente en la crítica y la denuncia que se consideran un punto de partida necesario para construir —a través de la originalidad de otro mundo cultural que no sea el eurocéntrico— un imaginario cultural sobre América Latina que busque ir más allá de la deconstrucción de paradigmas epistemológicos, y ofrecer respuestas efectivas a los problemas que enfrenta la región.

Lo más probable es que la famosa expresión de Dussel «universalidad en la diferencia y diferencia en la universalidad» (Dussel, 2009) resuma la complejidad de la reflexión decolonial sobre las condiciones de reproducción de la marginalidad periférica explotadas por las oligarquías políticas y económicas del mundo capitalista. Una marginalidad que la alteridad cultural decolonial intenta arañar a través de la reivindicación de su propia conciencia cultural y epistemológica.

III.- Transformación de las formas y de los sistemas de comunicación

El escenario social presentado y descrito no puede prescindir de los sistemas de comunicación, ya que estos realizan las funciones principales de transmisión de cultura y transferencia de información, también teniendo en cuenta que las formas de interacción entre los individuos dentro de él no asumen una lógica lineal, sino que a menudo asumen aspectos de ambigüedad. En la mayoría de las veces, las interacciones adquieren un doble valor: por un lado, el intercambio de información, por el otro, la acción simbólica. La comunicación es, por lo tanto, una interacción social, ya que es a través del acto comunicativo que los individuos se abren al diálogo con los demás. Y es siempre a través de la comunicación que se realiza la reflexividad.

El fácil uso de muchos nuevos medios de comunicación (Lister et al., 2003) permite atribuir a los procesos de comunicación una fuerte penetración hacia la experiencia subjetiva cotidiana y las imágenes del mundo que los individuos poseen y construyen para sí mismos. Al mismo tiempo, sin embargo, el hecho de que los medios de comunicación representen a menudo la única fuente de información para los individuos determina una situación de dependencia, especialmente en lo que se refiere a las ideas e imágenes que se pueden construir de la realidad, ya que, en esta situación de pseudo-subordinación, los individuos tienen un poder de selección de información muy reducido en

comparación con el poder ejercido por los medios de comunicación (McCullagh & Campling, 2002).

La comunicación es, sin duda, una fuente inagotable de riqueza para la adquisición y construcción de conocimientos que nos permite construir un espacio interpretativo de los significados de la realidad. En este sentido, la comunicación es la base del conocimiento que permite a los individuos entender lo que les rodea con el objetivo de construir una representación del mundo en la que construir su identidad y planificar su camino de vida.

Las formas elementales de comunicación han existido desde el origen de la especie humana, incluso si solo utilizaban signos y señales que permitían combinar un evento (concepto) con una imagen acústica, generando un significado que se atribuía a la situación (peligro, alegría, susto, etc.). Con la evolución de la especie humana, entramos en lo que se reconocerá como la era del lenguaje, entendida como una forma de mediación simbólica universal a través de la cual se constituyen las diferentes áreas de significado. De ahí nació lo que sería la cultura de la oralidad, luego suplantada definitivamente por la escritura (Ong, 1987). En tal contexto, la memoria de la cultura oral se basa principalmente en el pensamiento y la comunicación recurrentes, rítmicos, cantados, ya que la repetición continua permite retener ese conocimiento durante más tiempo (memorización). La oralidad, que se caracteriza por la comunicación verbal (la palabra expresada), no puede separarse de una parte de la comunicación no verbal: los cuentos, los cantos, las canciones infantiles siempre van acompañados de una mímica corporal que refuerza el significado de lo que se dice y por eso la interacción humana es fundamental. Si tenemos en cuenta las características de la oralidad, a esta se asocia la interacción cara-a-cara que requiere copresencia (espacial y temporal), mientras que la escritura puede asociarse al tipo de interacción mediática que no requiere copresencia (Thompson, 1998). El origen de la escritura es remoto y puede considerarse la primera gran revolución cultural y tecnológica (Powell, 2009) que concierne a los sistemas de comunicación, la segunda fue la invención de la impresión de tipos móviles que permitió difundir el texto escrito a las masas, y luego llegó la revolución digital de la difusión de la computadora, y por lo tanto la unión entre las formas tradicionales y los procesos de comunicación con las formas y procesos de digitalización como, por ejemplo, los *big data* (Rodríguez & Clark, 2021).

De todas estas transformaciones, la escritura es sin duda la que ha cambiado fundamentalmente tanto la forma de comunicar como la organización social,

incluso dentro del propio sistema social, transformando las estructuras mentales y de pensamiento, así como las formas de almacenar y transmitir el conocimiento. La escritura no es espontánea en sí misma, está preconstruida porque sigue reglas codificadas, reconocibles e inmodificables (reglas gramaticales), así como internalizadas. Un mundo sin escritura es, por lo tanto, impensable. La era electrónica —como la definió Marshall McLuhan— aún no ha registrado, quizás, todos sus efectos sobre los modos de expresión de los individuos. El estudioso canadiense, en su análisis de la sociedad y de las transformaciones de los acontecimientos sociales y comunicativos que se registraron de manera acelerada en la segunda mitad del siglo pasado, argumentó que

tras más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación (McLuhan, 1994, pp. 26-27).

Unas décadas más tarde, parece que esta visión fue profética: en la sociedad actual se producen cambios profundos en varias estructuras conceptuales en las que las relaciones (inseparables y complejas) son fundamentales en la vida de cada individuo.

El desarrollo de los nuevos medios de comunicación de masas a través de la electrónica ha proyectado a la humanidad en el tipo de interacción llamada «casi-interacción mediática» (Thompson, 1998) que convierte a todos los individuos en un todo único e indefinido, mientras que lleva a cabo un proceso de comunicación e intercambio simbólico a través de una situación social particular (casi-interacción). Sin embargo, para comprender plenamente qué es la comunicación de masas, es necesario liberarla de los medios que la hacen posible, considerándola como una producción institucionalizada y una difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico. Y es precisamente la dimensión simbólica la que hace que la comunicación de masas sea compleja y no se reduzca a las tecnologías mediáticas que la producen. De esta manera, la comunicación es una «comunicación como cultura» (Carey, 2009) que involucra las formas en que los individuos atribuyen significado al mundo que los rodea.

Lo que, sin embargo, diferencia la fase de oralidad y de la escritura de la fase electrónica se centra en dos tipos de aspectos: el primero está relacionado con la direccionalidad del evento comunicativo que en el segundo caso suele ser unidireccional; el segundo se refiere a la relación espacio-tiempo que en la fase de oralidad proporcionó el intercambio y la presencia en el mismo espacio y tiempo, mientras que tanto para la fase de escritura como para la fase electrónica los contextos están separados y la accesibilidad se extiende en el tiempo y el espacio (los individuos que actúan en un evento comunicativo de este tipo pueden no estar copresentes).

Con el tiempo, por lo tanto, se han insertado en las interacciones entre individuos unos medios que las han vuelto más complejas tanto a nivel inter como intrapersonal. Los individuos han tratado de mantener su autonomía o aumentarla, mientras que las estructuras culturales, sociales y normativas que regulaban las interacciones perdieron su definición tradicional porque están en constante cambio.

La interacción cara a cara ya no son protagonistas dentro del sistema de interacciones, ya que son reemplazadas casi por completo por otras formas de comunicación que no tienen fronteras. Las innovaciones tecnológicas en el campo de la comunicación favorecieron la transformación de los mismos acontecimientos comunicativos: si, por un lado, se produce una reducción de los tiempos y las distancias (pensemos en prácticas como el comercio electrónico), y si se reconoce la posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías digitales de la comunicación y de la información como forma de protección de derechos fundamentales destinados a reducir las desigualdades en la participación y las oportunidades de aprendizaje (Laverde Vargas, 2020) por otro lado, se han introducido nuevas formas de control (pensemos en el problema de la privacidad).

En la actualidad nos encontramos antes el proceso definido como «mediatización» (Hepp, 2022), que no se debe entender como determinismo tecnológico, porque, por el contrario, la relación entre las tecnologías y la sociedad es muy compleja y está históricamente contextualizada. Cuando hablamos de nuevas tecnologías, no podemos referirnos al medio en sí, sino a los procesos que desencadena. En las sociedades del pasado, lo que sucedió a nivel local fue interpretado y elaborado en una dimensión local, con la consiguiente constitución de una realidad que era compartida solo por la comunidad de referencia y en aquel preciso momento. Hoy, lo que sucede en el rincón más remoto del mundo se conoce en tiempo real a través de los nuevos canales de

comunicación, que rompen barreras espaciales y temporales, y constituyen una realidad que, sin embargo, está mediada. La realidad ya no es el resultado de la interpretación y elaboración de experiencias cotidianas circunscritas en un espacio y tiempo determinados, sino que a menudo es un apéndice ya elaborado e interpretado. El eje simbólico de *difusión globalizada vs apropiación localizada* (Thompson, 1998) significa que la fuente de información para los individuos ya no son solo los individuos con los que se produce un intercambio simbólico, sino que las fuentes son los medios de información, y, en particular, las nuevas tecnologías de la comunicación digital, que generan un intercambio simbólico, mediado y perpetuo en el tiempo.

CAPÍTULO TERCERO.

PLATAFORMIZACIÓN, DESINFORMACIÓN, POLARIZACIÓN



I.- De la sociedad informacional a la difusión de la desinformación

Las transformaciones que caracterizan los procesos de comunicación han cambiado las formas y modos de comunicar, y, también la organización social y la vida cotidiana de individuos ya que estas se estructuran de manera diferente incluso dentro del mismo sistema social. Y esto es aún más cierto en la fase histórica actual en la que se está consolidando la transición de la sociedad red [*network society*] (Castells, 2006) a la sociedad plataforma [*platform society*] (van Dijck, 2018). Manuel Castells identifica la sociedad red como el elemento que caracteriza a la sociedad contemporánea. Su alcance socio-institucional y sociocultural ha sido definido, de manera multidimensional, como sociedad informacional que, según Castells,

indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico (Castells, 1998, p. 47).

Por lo tanto, la sociedad informacional se diferencia de la sociedad de la información, porque en referencia a esta última nos referimos simplemente a la importancia que, históricamente, la información tiene en cualquier tipo de sociedad. La sociedad informacional se basa principalmente en la dinámica transversal de la lógica de red, que se convierte en el vector de cambio en todas las dimensiones de la evolución social. La fluidez de la sociedad red permite romper y recomponer la fractura entre el modelo de producción y el modelo de desarrollo, y de no insertar la evaluación del concepto de información dentro de rígidos esquemas teórico-conceptuales sino más bien en el marco del significado de la red y su disolución en el espacio. Sin embargo, según van Dijck, Poell y de Waal, sería más apropiado hablar de sociedad de plataformas porque esta expresión destaca «la inextricable relación entre las plataformas en línea y las estructuras sociales. Las plataformas no reflejan lo social: *producen* las estructuras sociales en las que vivimos» (van Dijck et al., 2018, p. 2).

En realidad, las plataformas tienen una responsabilidad social y no pueden estudiarse de manera separada las unas de las otras, y mucho menos de manera separada de los sistemas culturales y políticos de una sociedad. Cada plataforma constituye una infraestructura global de red, que, a través de lo digital, conecta a usuarios, corporaciones e instituciones públicas, generando un ecosistema complejo en el que las lógicas económicas y las dinámicas políticas en su realidad fáctica están en continua interacción. Las plataformas, por lo tanto, se transforman en la arquitectura infraestructural que determina y guía la gobernanza de los mercados y las sociedades (Helmond, 2015; Plantin et al., 2018), que define la geopolítica de los ecosistemas monopolistas de las Big Five chinas y norteamericanas³, que condiciona el espacio público y la prevalencia de los intereses comerciales sobre los sociales, afectando evidentemente al bien común. Los mecanismos en los que se basan las plataformas, es decir, la selección, la datificación y la mercantilización, forjan a los modelos económicos y tecnológicos, pero también a las acciones de los usuarios/consumidores y, sobre todo, se están convirtiendo en los principales guardianes de los datos y proveedores de infraestructuras que afectan cada vez más a los sectores públicos esenciales como la educación y la salud, con el riesgo de inhibir a los estados y gobiernos sus funciones sustanciales.

Este escenario conduce a la creación de un nuevo ecosistema, y define también una nueva perspectiva, es decir la ecología de los medios [*media ecology*] (Strate, 2004), que ofrece una clave más para entender los procesos socioculturales. De hecho, esta perspectiva no se limita a una visión centrada en el medio, sino que se enfoca en las relaciones entre los aspectos micro y macro de la vida social que están interconectados mediante los medios digitales. Esto proporciona una base introductoria útil para entender la actual era de la información. La imparable aceleración de la producción tecnológica y la velocidad de difusión de la información, obligan a las ciencias sociales a medirse críticamente frente al debate conceptual y argumentativo entre el determinismo tecnológico y las sistematizaciones de la «noción de nuevo» con respecto a las dimensiones de la esfera social.

Según Vattimo (1990), la posmodernidad puede definirse como una sociedad transparente caracterizada por la decisiva influencia de las nuevas tecnolo-

³ Los Big Five chinos son Alibaba, Tencent, Baidu, JD.com y Didi, los norteamericanos que también predominan en Europa son Alphabet (Google), Amazon, Apple, Meta (Facebook) y Microsoft.

gías. Estas favorecen una forma de comunicación global y generalizada, modifican el espacio público y, en consecuencia, el mismo concepto de democracia sin afectar, sin embargo, el imperio de las lógicas del mercado neoliberal que empujan hacia una estetización de la existencia de los individuos.

La institucionalización —concepto entendido aquí según la visión de Berger y Luckmann (2003)— de la comunicación mediática enfatiza la consolidación de los medios de comunicación como una institución social con un fuerte poder para difundir información y crear representaciones simbólicas. Esta institucionalización también ha fomentado un renovado interés por las reflexiones visionarias de McLuhan y Power (2020) quienes, ya en los años sesenta del siglo XX, utilizaron el concepto de *global village* (aldea global) para referirse a la interconexión planetaria y a la visión de conciencia global compartida, anticipando, entre otras cosas, la inminente preeminencia del software. McLuhan (1994) también es autor del visionario lema «el medio es el mensaje», es decir, el dominio de un medio en un contexto sociocultural determinado que logra cambiar la forma en que pensamos, en la que interpretamos la realidad social y las mismas formas de organización social. En este sentido, es útil el análisis de Giddens (2021) relativo a las dinámicas a través de las cuales se estructura la relación entre el contexto social y la información. El autor enfatiza, de hecho, la apertura del conocimiento hacia el futuro que se produce en una condición de modernidad y es precisamente en torno a esta apertura y reflexividad del conocimiento que se organizan las prácticas sociales. Sin embargo, se trata de una apertura que debe examinarse mediante competencia comprobada. Esta dinámica se puede aplicar a la *information age* porque en el ámbito de la información la red y el conocimiento tienden a estructurarse como un sistema abstracto interconectado que reproduce lo social y lo cultural más allá de la dimensión espacio-temporal (Castells, 1996-1998). Aplicando el análisis de Giddens, el futuro se reduce al sistema abstracto, este último se afirma como un sistema competente, y la lógica de la red lo realiza globalmente utilizando los contextos sociales. Específicamente, la capacidad de la red para simular lo real en lo online permite una oscilación de lo abstracto a la experiencia real y, por lo tanto, sobre la base de esta lógica, la información y las particularidades discursivas de la era de la información logran transformar lo online/interactivo en lo real/interactuado.

Si, entonces, las relaciones sociales son esencialmente interacciones comunicativas porque el intercambio intersubjetivo dinámico representa la mecánica estructurante de todo contexto social, la simulación y reproducción técnica

de la realidad típica de la estrategia discursiva de la era de la información disuelve la significación de la representación entendida como un hecho social. La disputa sociológica sobre este tema está representada por el contraste consolidado entre las declaraciones fundacionales de la literatura sobre el tema, pero también por una continuidad semántica encerrada —tanto para críticos como para defensores— en la visión de una información monocrática. En este sentido, la información se inserta y se disuelve en la lógica de la red porque es el flujo de la red el que define los modelos hegemónicos, alternativos o marginados, dado que cualquier aspecto, a cualquier nivel y tamaño, se implementa en la perspectiva «*net*», es decir, o adentro o afuera de la red. Por lo tanto, se estructura un cambio no solo sociocultural, sino también en las características de la división del trabajo, porque las variables del proceso de producción informacional determinan las particularidades del proceso informacional laboral. El potencial de investigación, innovación y capacidades específicas de know-how producen un nuevo valor añadido, y la creación y aplicación de efectos de retroalimentación eficientes en una dimensión organizativa flexible permite que la lógica de red, a través de la tecnología de la información, impregne el producto y el fabricante.

Aunque Castells (2006) no excluye a priori la posibilidad de que algunos de los nodos que componen la red puedan utilizar el elemento de flexibilidad en su beneficio, sin embargo, identifica la novedad frente a los modelos capitalistas del pasado en el vínculo entre el capital financiero global y las redes de información. En este sistema, según el autor, las estructuras de las sociedades capitalistas se reajustan según una lógica abierta, pero integradas sobre la base del esquema de la lógica de red, y así ya no producen una clase capitalista, sino una red global de capital.

A la fuerte transformación histórica, cultural y sociológica del dispositivo de comunicación representado por la *information age*, se opone la visión de Webster (2002), quién no reconoce en la lógica de la red la capacidad de producir cambios sustanciales en las dinámicas socioculturales, políticas y económicas. En este sentido, Webster no considera la lógica de la red (y de la información en general) como un actor del cambio social porque la organización de lo social y de todas sus dimensiones aún está totalmente basada en la «mecánica gatopardiana del capitalismo», y, por lo tanto, según su visión con la identificación de un protagonista dominante del cambio habría un reduccionismo excesivo de la complejidad social. Para Webster sólo se puede producir un verdadero cambio histórico con el desmantelamiento de la estructura económica capita-

lista, porque mientras se mantenga intacto el predominio orgánico del sistema económico capitalista, no se producirá ninguna novedad histórica. La lógica de la *network society* en este sentido no presenta características y condiciones suficientes para establecer criterios de novedad, porque no elimina a los grupos de poder capitalistas, y el flujo por el que circula la información no impide ni excluye la posible creación de lobbies. El autor, entonces, critica la separación de Castells (y en general de los defensores de la era de la información) entre el modelo de producción y el modelo de desarrollo, una escisión basada en la no correspondencia e incidencia de la variación del primero sobre el segundo. Según esta separación, el modelo de producción puede seguir siendo capitalista, mientras que el modelo de desarrollo está vinculado al informacionalismo, y lo que históricamente determina el cambio es la tecnología de la información que produce una nueva tecnocracia identificada en la figura del trabajador informacional. Para Webster, esta categorización sigue siendo demasiado general y poco innovadora, porque el trabajador informacional configura con sus habilidades un grupo de presión que actúa en una dimensión abstracta e indefinida.

Bell (2006) intenta, en cambio, resumir esta fractura conceptual captando las ambivalencias relacionadas con el concepto de *information age* y retoma la relación clásica entre modernidad y posmodernidad. El autor enfatiza que la característica de la era de la información es la presencia de una relación de continuidad/interrupción con el pasado debido a su carácter novedoso, ya no representado por una tecnología mecánica sino por una tecnología intelectual. La definición, por tanto, de la era de la información como algo «nuevo» es apropiada para entender la ruptura temporal con el pasado, porque la tecnología intelectual expande la categoría conceptual del espacio hasta el punto de desdibujarse, y contrae fuertemente la temporal, fusionándolas en la realidad virtual. En la visión de Bell, por lo tanto, la innovación tecnológica ya no se considera como la columna vertebral de lo nuevo, ya que el elemento constitutivo de este último es la relación entre la tecnología y la recepción/uso de la tecnología, que por lo tanto marca la ruptura con el pasado y el binomio *news/information age* (fase postindustrial). El autor no profundiza en esta relación, sino que la desdibuja en un intercambio volátil donde el lugar está en todas partes y el factor discriminatorio del acceso temporal reafirmaría la instrumentalidad de la tecnología. Bell así crea una línea conceptual que reconoce a la tecnología como el principal actor del cambio y al mismo tiempo como un medio instrumental de transformación, pero esta oscilación deja espacio para críticas de tipo técnico-conceptual. En esta perspectiva, de hecho, no se

explica si la relocalización y resignificación espacio/temporal es el resultado de las infraestructuras tecnológicas o de la tecnología intelectual, o cuánto es atribuible a una y cuánto a la otra.

En este sentido, Lash (2005) argumenta que la *technological culture* (cultura tecnológica) que caracteriza la era de la información ha reemplazado a la *culture of representation* (cultura de la representación) que era típica de la modernidad. El autor por lo tanto contrapone dos tipos de información: la primera, que está influenciada por las teorías postindustriales, inscribe la información en el problema de la racionalidad y el conocimiento, entendiendo el conocimiento como *discursive knowledge* (conocimiento discursivo) y no como *practical knowledge* (conocimiento material). El segundo tipo de información que, se opone, pero al mismo tiempo coexiste con la anterior visión, puede definirse como *disinformation* (desinformación) basado, según Lash, en la doble necesidad de circulación libre y global del capital, pero también de regularización racional del mercado, y por lo tanto en esta perspectiva el valor cultural de la información se afirma sobre la base de la relación variable, efímera, inmediata y confusa con los objetos y sus representaciones. Estos elementos caracterizan la actual sobreproducción de información y representan el orden que sustenta la producción y práctica de la cultura digital.

II.- Las *fake news* como vehículo para la desinformación

Los ecosistemas digitales y el ciberespacio ofrecen a los usuarios una amplia gama de información y noticias, e influyen tanto en el modo de producción como en la forma de consumo de estas porque, al alterar las características de la dimensión espacio-temporal tradicional, generan un nuevo sistema de comunicación basado en la *cross-medialidad* o hipermediación. Esta última, se refiere al uso de medios de comunicación de diversa índole que integran diferentes niveles y lenguajes de comunicación (fílmico, icónico, textual, sonoro), y a la inmediatez e instantaneidad de la noticia, o la respuesta (inmediata) que los medios tratan de ofrecer a las distintas audiencias, transmitida de manera que permita a quienes comunican entrar en contacto directo con la opinión pública. Las posibilidades ilimitadas que ofrece la red, sin embargo, parecen transformarse en un panóptico (Byung-Chul & Bergés, 2014) que restringe tanto la libertad de expresión —desde los trolls hasta las más recientes tendencias de cancelación— como la libertad de información dados los intensos flujos de desinformación, creando así formas de vigilancia que se desvían hacia un significativo control y manipulación de las corrientes de opinión.

El trastorno de la información [*information disorder*] (Wardle & Derakhshan, 2017), por ejemplo, es un fenómeno amplio, que incluye información y noticias con contenido ficticio y engañoso (*misleading content*), pero también discursos de odio, errores y desinformación involuntaria por parte de periodistas y medios de comunicación (*misinformation*) y, debido a los límites conceptuales ambiguos y borrosos, a menudo se superpone y se utiliza como sinónimo de *fake news*, es decir, un contenido informativo fraudulento. Generalmente, la expresión *fake news* se utiliza para referirse a información y publicidad falsa o distorsionada para desacreditar valores, personajes, ideales. Según Meneses (2018), es importante diferenciar el fenómeno de las *fake news* (término que apareció en los últimos veinte años del siglo XIX) de las noticias falsas (fenómeno que siempre ha existido en las más diversas sociedades). A pesar de algunas superposiciones, de hecho, es incorrecto usarlos como sinónimos, una utilización que es favorecida principalmente por las plataformas y redes sociales a través de las cuales las *fake news* han logrado una excepcional difusión y capacidad de influencia. La principal diferencia radica en la intencionalidad del autor de la noticia y, por lo tanto, es correcto utilizar la expresión noticias falsas para referirse a errores periodísticos que pueden ser fruto de la incompetencia, la irresponsabilidad o la superficialidad, mientras que las *fake news* deben entenderse como una información/noticia engañosa, ficticia y falsa creada intencionadamente.

La difusión de *fake news* jugó un papel catalizador en la opinión pública desde el siglo XVIII. Solo para citar algunos ejemplos históricos, ya en 1755 Voltaire denunció el monopolio del catolicismo en el mundo religioso para la formación y difusión de ideas e información relacionadas con las falsas interpretaciones del terremoto de Lisboa. Sin embargo, a partir de finales del siglo XIX, con el objetivo de aumentar las ganancias, una de las principales características de la prensa fue el sensacionalismo relacionado con el «descubrimiento» de civilizaciones alienígenas en la luna y, siempre en el mismo período, la difusión por parte de los periódicos estadounidenses de *fake news* relacionadas con crímenes cometidos por afroamericanos, contribuyendo a la consolidación de sentimientos racistas entre la opinión pública, y, también creando la base para la propaganda antisemita del nazismo (Soll, 2016; Yeoman, 2022).

El consumo de información en línea y a través de plataformas y redes sociales multiplica la posibilidad de quedar atrapados en la red de la desinformación. Especialmente para las nuevas generaciones, las redes sociales, en particular Facebook y Twitter (actualmente X), representan los principales medios de

información e interacción, pero algunos estudiosos (Newman et al., 2019; Zimmer et al., 2019) argumentan que especialmente estas dos plataformas a través de algoritmos y grupos excluyentes aumentan la difusión y exposición a persuasivas fake news. La centralidad de los algoritmos en los procesos sociales es evidente, incluso si se han construido imaginarios simplistas y críticos desarrollados alrededor de la idea del «poder del algoritmo» que producen una idea social del algoritmo como una caja negra (que obviamente no lo es). Señales interesantes en este sentido se han observado durante las campañas electorales populistas de Donald Trump en Estados Unidos, Jair Bolsonaro en Brasil o Matteo Salvini en Italia, todas caracterizadas por una importante difusión de contenido fake. Durante la campaña electoral presidencial de 2016 (ganada por Trump), por ejemplo, se desencadenó un cortocircuito informativo (Guess et al., 2019): los segmentos adolescentes —jóvenes de la población *fueron* los principales consumidores de información en línea, y los segmentos de personas mayores de 65 años fueron las principales víctimas, ya que en este grupo de edad se observó una tendencia a compartir noticias fake hasta siete veces mayor que en el otro segmento de la población.

De igual forma, las fake news han caracterizado las campañas de dos referendos importantes en la última década, el del *Brexit* en el Reino Unido, y el de la implementación del acuerdo de paz en Colombia. La infección de noticias fake en redes sociales casi provocó una crisis diplomática a principios de 2019 cuando se viralizaron imágenes de supuestos soldados estadounidenses en territorio colombiano listos para irrumpir en Venezuela, y explotó durante la pandemia del Covid-19, una situación que demostró la capacidad transformadora del espacio y los procesos de comunicación por parte de los ecosistemas digitales, pero también el papel predominante que asumen en ellos los nuevos actores que apoyan y/o sustituyen a los profesionales de la comunicación y el periodismo (Solito & Sorrentino, 2022).

La conciencia del peligro que representa el fenómeno fake se manifestó en el taller internacional⁴ realizado el 7 de marzo de 2017 y organizado por el Information Society Project de la Facultad de Derecho de la Universidad de

⁴ El informe del taller, editado en su borrador inicial por Sandra Baron y Rebecca Crootoof basado en las notas proporcionadas por Anna González, está disponible en el sitio web de la Facultad de Derecho de Yale: <https://law.yale.edu/isp/initiatives/floyd-abrams-institute-freedom-expression/practitioner-scholar-conferences-first-amendment-topics/fighting-fake-news-workshop>

Yale y el Floyd Abrams Institute for Freedom of Expression, que tuvo como objetivo no solo explorar el fenómeno en sí, sino también discutir la posibilidad y viabilidad de encontrar una solución al problema. Durante el taller, se subrayó la imposibilidad de converger en una definición única del concepto de fake news. Las reflexiones que se cruzaron durante la discusión, de hecho, destacaron que el fenómeno produce una deslegitimación de las voces autorizadas, de las instituciones competentes y del concepto de datos objetivos. Esto se refleja en la incapacidad cada vez más relevante de la sociedad para sostener un discurso racional, crítico y consciente.

La cuestión conceptual y terminológica también está vinculada al problema de cómo se crean y difunden las noticias falsas. Para ser más explícitos, podemos decir que existen diferentes formas de crear y difundir noticias falsas: un primer modo de creación se define como *click baiting* y se caracteriza por la unión de noticias engañosas con titulares y fotos con el objetivo de incentivar al usuario/consumidor a dar me gusta, comentar y compartir, o una serie de acciones que permiten a la plataforma aumentar sus ganancias a través de anuncios online, pero también para insertar cookies de perfil o incluso malware y perfeccionar algoritmos. La segunda modalidad se refiere al *astroturfing*, que se basa en la difusión y reproducción de una precisa fake news en numerosos canales (por ejemplo, grupos) con el objetivo de mostrarla como una noticia de tendencia y como el principal objeto de interés y discusión. Esta modalidad produce efectos importantes relacionados con el aumento de la desinformación y la manipulación de la opinión pública porque crea, con fines esencialmente comerciales o propagandísticos, una especie de «ilusión de la mayoría y del conocimiento en línea» (Lerman et al., 2016). El aumento de la desinformación a través de la difusión de fake news representa uno de los puntos centrales del papel que juegan las redes sociales en la creación e intensificación de cámaras de eco (*eco chambers*) alimentadas por *bias* de confirmación, que crean un entorno en el que solo se encuentra información que refleja y refuerza las propias opiniones.

Esta tendencia favorece el fortalecimiento de las propias creencias al crear desinformación y reducir la posibilidad y la capacidad de reflexionar y discutir diferentes puntos de vista. De la misma manera que operan las llamadas cámaras de eco, la unión entre redes sociales/fake news/desinformación también pasa por burbujas de filtro (*filter bubbles*), es decir, el seguimiento de las preferencias de los usuarios a través de algoritmos y la propuesta continua de contenido similar hasta lograr el propósito de mostrar principalmente el contenido que

se consumirá. En este caso, la desinformación que se esconde detrás de una burbuja de filtro viene dada, en primer lugar, por el hecho de que una red social puede ocultar publicaciones y mensajes de usuarios con una opinión diferente, o noticias e información que no se considera compartibles y, por lo tanto, se vuelve imposible controlar el algoritmo y darse cuenta de que estás en una burbuja de filtro (Parisier, 2011). De esto se deriva otro problema relacionado con el análisis de las fake news que se refiere a la identificación de sus creadores ya que, de hecho, las fake news pueden ser generadas por usuarios, en general influencers, pero cada vez más por robots que se benefician del uso de algoritmos de elaboración de perfiles a través de los cuales se facilita un muestreo anticipado de los usuarios/consumidores que reciben las fake news.

Este es un problema que lleva a reflexionar sobre la relación entre las fake news, las plataformas y la protección de datos personales. Si este es el escenario general, en los últimos años se produjo un aumento de los estudios que, con diversas perspectivas de análisis y metodologías principalmente cuantitativas, han subrayado la influencia en la opinión pública de las fake news difundidas a través de las redes sociales y relacionadas con las principales noticias sobre temas políticos, económicos y de salud (Camacho-Castro & Monge-Olivarría, 2023), o en la búsqueda de programas destinados a identificar las fake news y automatizar el control de noticias (Graves, 2028). Otros trabajos se centran en el análisis semántico y la estructura del texto a partir de la evaluación de la frecuencia de las palabras y el patrón lingüístico utilizado para identificar y bloquear contenidos fake (Horne & Adali, 2017; Shu et al., 2018), u otros en el desarrollo de algoritmos que combaten el *bias* de confirmación (Mohseni & Ragan, 2018; Lex, 2018). Finalmente, entre las investigaciones más recientes, se encuentran estudios sobre las características estructurales de las fake news difundidas en línea y sobre el perfil de su usuario-consumidor (Baptista & Gradim, 2020), o análisis sobre los vínculos entre Internet/redes sociales y la cultura de la cancelación, en particular sobre las razones de la cancelación que oscilan entre violaciones de derechos humanos, ideologías políticas, *politically incorrect* y creencias religiosas diferentes (Viernes et al., 2022). Esta básica síntesis, evidencia cómo el interés de los académicos también se está inclinando hacia el análisis de la creación de fake news y de los efectos que producen.

En esta última perspectiva, las fake news constituyen la principal manifestación de la posverdad, entendida como la circunstancia en la que los individuos apelan principalmente a sus propias creencias y sentimientos más que a los hechos en su realidad objetiva. La atención a la difusión de fake news

y posverdad es el resultado de un largo proceso que intercepta las formas de representación de la realidad, la multiplicidad de sujetos y temas que han encontrado atención legítima en la prensa, ampliando la dificultad de establecer los límites entre información y comunicación. Todo esto nos lleva a afirmar que la fuerte interdependencia entre la sociedad y la tecnología favorece la creación de nuevas formas de interacción, participación y colectividad, pero, sin embargo, la reflexión sobre esta forma de poder adquirida por los ecosistemas digitales y por las plataformas no puede dejar de lado la conciencia de que estos medios no son «neutrales».

III.- Plataformas y polarización

Según Sennett, «El dilema de cómo organizar una narrativa vital se aclara en parte sondeando cómo, en el capitalismo de hoy, la gente se enfrenta al futuro» (Sennet, 2000, p. 123). El mundo se enfrenta en la actualidad al reto de poder gobernar sociedades cada vez más dataficadas y digitalizadas y dentro de las cuales hay una presencia casi hegemónica de las plataformas. El uso polisemántico de la palabra plataforma expresa claramente la complejidad de este fenómeno sociopolítico, sociocultural y socioeconómico: según Srnicek (2017), la palabra plataforma indica las nuevas fronteras del capitalismo digital con nuevos procesos basados en algoritmos. Para Emiliana De Blasio (2018), la expresión plataforma puede referirse también al uso de infraestructuras de participación digital en procedimientos de gobierno abierto para apoyar procesos deliberativos. Además de estos análisis, la palabra plataforma se puede utilizar para referirse a nuevas formas de organización política, como los movimientos digitales.

Según De Blasio y Sorice (2019), las plataformas podrían representar un punto de encuentro entre la investigación sobre activismo digital y los estudios de democracia electrónica. Es innegable el papel que jugaron las nuevas tecnologías digitales y de comunicación para el nacimiento y desarrollo de formas de activismo que fueron la base del surgimiento de algunos movimientos sociales (Occupy en EEUU, 15-M en España, V-day en Italia, etc.) o durante las revueltas sociales latinoamericanas (los estallidos) de hace unos pocos años donde se convirtieron en el único medio de denuncia de violaciones de derechos humanos y reivindicaciones de democracia y justicia social (Picarella, 2020). En referencia al contexto latinoamericano, durante los estallidos sociales estos procesos comunicativos también permitieron entender las características intrínsecas de esas revueltas, entendidas como una acción

divergente característica de los desórdenes sociales y de la transversalidad de las causas y condiciones socioculturales y sociopolíticas (Carvajal Martínez & Trujillo Osorio, 2023) que, precisamente por estas razones, requerían un análisis profundamente basado en visiones epistemológicas y criminológicas del Sur (Silva García et al., 2020).

Del mismo modo, es indiscutible la aceleración que proporciona internet a los procesos de innovación, gestión y participación institucional-territorial. En este sentido, por ejemplo, son muy interesantes los procesos de gobierno electrónico, que han fomentado una mejora en la relación entre administración y usuario al fortalecer la garantía de transparencia y acceso a la información pública (Pérez Gómez, 2017), y así permitir un mayor nivel de inclusión social, fomentando no solo la gobernanza al aumentar la calidad de los servicios ofrecidos, sino sobretodo empoderando a los ciudadanos en el espacio virtual (Prada Uribe, 2024).

Los ecosistemas digitales y las plataformas en este sentido permiten una mayor participación y compromiso social, es decir, fortalecen la llamada e-democracia, en referencia a la cual se oponen diversas visiones teóricas. Resumiendo, a través de la clasificación de Dahlberg (2011), según el primer enfoque, la democracia electrónica se refiere a la agregación de instancias en los procesos de toma de decisiones representativas, como por ejemplo peticiones, iniciativas cívicas y procesos institucionales como el voto electrónico. La segunda visión retoma el concepto habermasiano de esfera pública (Habermas, 1981) y se refiere al uso consciente de los medios digitales destinados a construir consensos deliberativos, mientras que por el contrario el tercer enfoque considera los ecosistemas digitales como una herramienta útil para el empoderamiento de las minorías y para la creación de una esfera pública crítica y consciente dentro de los sistemas sociopolíticos caracterizados por una dinámica estructural de exclusión y antagonismo. Finalmente, el último enfoque considera la red como un contrapoder de democratización social, útil para la conquista de una hegemonía alternativa al capitalismo para promover diferentes formas de compartir y de bienes comunes digitales.

Como ya se ha mencionado, se necesita una profunda reflexión crítica sobre la real democratización del espacio público y social operado por la red y los ecosistemas digitales, así como sobre la protección del bienestar común y los derechos fundamentales. Las teorías clásicas sobre el concepto de esfera pública se basaban en la separación funcional entre lo público y lo privado. Según estas teorías, en una dimensión social la noción de esfera pública se

refiere a la integración y participación de la ciudadanía, mientras que en una dimensión política se refiere a la autonomía de la autolegislación, y el punto de unión entre las dos dimensiones es la comunicación que permite —en su consideración como deliberación según Habermas (Habermas, 1987 — una coordinación y entendimiento entre todos los sujetos y actores involucrados.

La digitalización y la plataformización distorsionan y deforman la separación pública/privado: los dos términos, de hecho, se expanden y atomizan hasta el punto de confundirse y superponerse, y la lógica centrífuga y fluida de los ecosistemas tecnológicos transforma la esfera pública de un espacio de comunicación y de intercambio de diálogo social a un espacio fragmentado, contradictorio y polarizador. Esta perspectiva se aclara mejor a través del análisis de Michele Sorice (2020) que destaca la correlación entre la fragmentación de la comunicación y la esfera pública, y el fortalecimiento de la narrativa neoliberal de los grandes gigantes del capitalismo digital. De hecho, el autor evidencia que la plataformización favorece una concentración de poder en manos de las nuevas oligarquías digitales, legitimadas en un espacio público construido ad hoc por los medios de comunicación, y, en particular por las redes sociales, de las que estas oligarquías son propietarios.

Entre las características de la posdemocracia y los actuales procesos de despolitización se coloca, entonces, la construcción de una nueva «ingeniería social» y el nacimiento de una post esfera pública, ambas alimentadas por estrategias de comunicación neoliberales que, históricamente basadas en asimetrías socioeconómicas, socioculturales y políticas, tienen como objetivo la organización del espacio en el que construir un pensamiento y discurso social único, coordinado y orientado por las plataformas y las redes sociales. De hecho, este escenario concreto la toquevilliana dictadura de la mayoría, y, además, también una radicalización de la «tiranía de la minoría» (Bishin, 2009; Goggin, 2016): es decir, ausencia de pluralismo dialéctico, deliberativo y confrontacional, para la construcción y orientación de la opinión pública y de las acciones de los sujetos por parte de las redes sociales y los grupos de poder digital.

Con referencia a lo considerado anteriormente, la dinámica de acción de la plataformización interviene en el espacio público-social y democrático a través de fake news y la acción de cancelación (de un tweet, una publicación, un video, una cuenta, monumentos, etc.), y esto compromete las características esenciales del funcionamiento de las democracias. Por lo tanto, se hace necesario releer los procesos de comunicación a la luz de los desafíos impuestos

—en todos los niveles y dimensiones— por la llamada revolución digital. La plataformización de las sociedades actuales, y, en particular, la difusión y uso de redes sociales como Twitter (actual X), Facebook e Instagram favorecen la eliminación de la dimensión espacio-temporal y permiten el acceso rápido y la viralidad inmediata de la información, las imágenes y los contenidos, y esto puede conllevar al desarrollo de interesantes prácticas de activismo y de participación cívica y social, así como de reivindicaciones de los derechos de las minorías, la igualdad y la justicia social. El capital digital ha permitido la innovación y experimentación de procesos de participación bottom-up que en algunos casos ha logrado regenerar prácticas participativas aplanadas en simples lógicas neoliberales, pero, sin embargo, muy a menudo la plataformización y las redes sociales alimentan también lo que probablemente es una de las principales tendencias socioculturales y comunicativas en curso, es decir, la cultura de la cancelación. Según Clark (2020), el desarrollo de la cultura de la cancelación en las redes sociales es un producto del capitalismo porque, mediante plataformas y algoritmos, es posible satisfacer de inmediato la oferta y la demanda de información y noticias libres de cualquier forma de verificación o justificación de su relevancia para el debate público Bentivegna & Boccia Artieri, 2021). Para los partidarios de esta visión utilitarista-liberal, el principal riesgo del «contrato» entre la plataforma y el usuario/consumidor es la orientación sociopolítica e ideológica de la primera hacia el segundo, con el fin de aumentar su posición de poder a nivel social y su fuerza comercial en los mercados mundiales.

La transformación de la narrativa neoliberal en el imaginario colectivo sedimenta todos los aspectos del discurso público, y esto genera una transfiguración del Estado en un «Estado asocial», y de la subjetividad en un «individualismo de-subjetivizado». Bouvier (2020) argumenta que la consecuencia de comentarios rápidos y simplificados, frecuentemente basados en fake news, impide la reflexión crítica, el debate consciente y favorece la descontextualización. De igual manera, Velasco (2020) sostiene que lo que ocurre a través de las redes sociales no es solo interacción e intercambio de información, sino una competencia real para establecer lo que se reconoce globalmente como conocimiento y cultura, y por lo tanto en este sentido según Alperstein (2019) la formación de la opinión pública es reemplazada por la creación de un consenso colectivo virtual que borra las diferentes opiniones. Es decir, lo que Parker Beard (2020) define como *mob mentality* (mentalidad de masas) amplificada por la cultura de la cancelación.

En términos socio-jurídicos y socio-institucionales, la discusión se centra en la importancia de un equilibrio entre la digitalización y las expresiones más avanzadas de la Inteligencia Artificial (IA) en referencia a los derechos humanos fundamentales, porque no se pueden subestimar los daños, violaciones y distorsiones sociales que son el resultado del contraste entre la ausencia y el desequilibrio en las diversas áreas del mundo entre la disciplina jurídica y el impacto a nivel social y democrático de los espacios y plataformas virtuales (Chakraborty, 2018). De hecho, si es cierto que el progreso tecnológico es una parte importante de la evolución humana, y la combinación de big data con el desarrollo de software, aplicaciones (APPs) y herramientas de IA puede maximizar la efectividad de una decisión u ofrecer oportunidades/funciones que eran impensables hasta hace unos años, sin embargo, el problema de la seguridad cibernética surge como la otra cara de la misma moneda (Becerra Ortiz et al., 2023).

En términos más estrictamente socioculturales, la actual plataformización permite que los procesos de información sean fluidos, sin filtros, homogeneizadores, caracterizados por la sobreexposición y difusión masiva de información y fake news, por la imposibilidad de reconocer la autoridad y confiabilidad de las noticias. Todo esto dificulta que los individuos se orienten con respecto a un tema determinado, dando lugar al fenómeno que ha tomado el nombre de *information epidemic* o *infodemic* (epidemia de información o infodemia). Este término, acuñado a principios del tercer milenio durante la primera epidemia de SARS (Rothkopf, 2003), se convirtió en un término de moda con la pandemia del SARS-CoV-2 (Nguyen, 2020; Boccia Artieri, 2023), demostrando, de forma inequívoca, cómo este fenómeno contribuye a la construcción de diferentes realidades sociales, con el resultado final de producir una mayor fragmentación del mundo (Geertz, 2001). La intención principal de la infodemia, aprovechando además de la desinformación y centrando la atención en un bloque empaquetado de fake news y de «objetivos» a eliminar, es la de influir en la opinión pública dirigiéndola hacia sentimientos y acciones útiles para su propósito (por ejemplo, generar pánico, cambiar de opinión sobre una determinada situación, persona, candidato, etc.).

Estas tácticas erosionan evidentemente la democracia, despojándola de su significado y transformándola en una simple demagogia basada en la construcción ad hoc de burbujas de opinión ideologizadas y polarizadas. Dentro de las sociedades, el fenómeno de la polarización se manifiesta de diferentes maneras y a diferentes niveles, que van desde las posiciones extremistas de

los líderes políticos —polarización de las élites (Hetherington, 2001)— hasta la popular —donde la población toma posiciones extremas (Abramowitz & Saunders, 2008)— y, finalmente, a la forma de polarización afectiva —en la que los individuos desarrollan hostilidad y odio hacia el bloque opuesto (Iyengar et al., 2019)—. Se trata por supuesto de un fenómeno que despierta controversia en el debate científico, que se divide entre quienes argumentan que los medios de comunicación tienen poca influencia ya que los individuos consumen información y contenido en función de sus preferencias preexistentes (Prior, 2013), y quienes destacan las variables sociales, económicas y demográficas subyacentes al desarrollo de la polarización (Inglehart & Norris, 2016).

En nuestra opinión, la polarización de los procesos de comunicación que caracteriza a las actuales sociedades fragmentadas desvía la atención de la discusión del problema de fondo (estructural, sistémico, coyuntural) para centrarse en cuestiones específicas (género, migración, candidatos políticos, etc.), superando la consideración de las similitudes y diferencias entre contextos histórico-culturales y sociopolíticos, y vinculándose a cómo se comunica el problema social. La polarización de la comunicación en los ecosistemas digitales acelera la fragmentación y la extremización a través de la radicalización del lenguaje y del mensaje emocional, irracional y no críticamente argumentado, y crea así dinámicas narrativas que ideologizan la estructura social y que repercuten negativamente en las interacciones sociales, en el buen funcionamiento del debate y en la confrontación democrática. Estas dinámicas se traducen con frecuencia en manifestaciones de odio y en severas limitaciones de derechos y libertades fundamentales (Picarella, 2024a), rebasando la esfera discursiva para convertirse en incitaciones sistemáticas a la discriminación o la violencia dentro del entorno digital (United Nations, 2026). Por ende, así se logra el objetivo principal, es decir, establecer y afianzar el nuevo statu quo hegemónico, en una dinámica donde el debate y el diálogo cívico y crítico son crecientemente reemplazados por la opacidad y el dominio de los algoritmos que organizan las conductas y el consiguiente flujo comunicativo (García Canclini, 2019).

Desde un punto de vista histórico y sociocultural, la eliminación de posibilidades «diferentes» o «alternativas» siempre fue la base para enraizar la construcción de un orden y la legitimación de un poder establecido sobre un nihilismo que, en el caso de la cultura de la cancelación y su influencia en los sistemas políticos democráticos, oscurece el entendimiento de la paradoja básica, es decir, que las democracias deben defenderse de la esencia misma de la democracia. La fuerte influencia de las plataformas y las redes sociales en los

procesos socioculturales y los procesos colectivos de toma de decisiones lleva a hablar de *disrupting democracy* (Sorensen, 2020) para subrayar el oscuro papel que los ecosistemas digitales pueden desempeñar en los sistemas democráticos.

Un lado oscuro que, quizás, Orwell ya había logrado predecir: «El que controla el pasado —decía el slogan del Partido—, controla también el futuro. El que controla el presente, controla el pasado» (Orwell, 2000, p. 41). El dominio sobre el presente es necesario para controlar el pasado, que a su vez se convierte en control de la realidad en su totalidad, y aquellos que tienen el poder de controlar los medios de comunicación y las fuentes de información pueden actuar y modificar pensamientos y representaciones simbólicas.

SEGUNDA PARTE.
MINORÍAS, *WOKE* Y
GUERRAS CULTURALES

CAPÍTULO CUARTO.

MINORÍAS, NUEVAS SUBCULTURAS POLÍTICAS Y CAPITALISMO

I.- La sociedad entre cultura y subculturas

Son muchas las consecuencias y efectos que se producen en un sistema social y cultural fragmentado, por ejemplo, ante la globalización de los mercados y las comunicaciones, se observa un aumento creciente de las diferencias y divisiones culturales y políticas, lo que lleva a la paradoja del cuestionamiento de muchas de las categorías conceptuales que se consideraban las piedras angulares del orden cultural y político (democracia, pueblos, nación, justicia social, etc.). De esta paradoja, surgen orientaciones hacia la defensa de lo «local» con acciones y actitudes etnocéntricas que apuntan a la reapropiación de la identidad individual y colectiva. Por otro lado, no se puede olvidar que las formas en que se manifiesta la acción humana son influenciadas culturalmente y sometidas a la aprobación del grupo al que se pertenece, en este caso la cultura contiene dentro de sí misma las herramientas (lenguaje, símbolos, signos, etc.) que le atribuyen significado porque son compartidas dentro de un contexto que, luego, debe validar la acción. La cultura, sin embargo, se construye y reconstruye sobre la base de un proceso continuo de redefinición que conduce a la oportunidad de identificar valores y actitudes compartidos que apoyan la estructura y las acciones (experiencia vinculada al pensamiento de los individuos y a los procesos de mediación simbólica que permiten la atribución de significado). Esto atribuye a los individuos (individualmente o en grupos) la función de agentes (productores de interacciones significativas), y, al mismo tiempo, de instrumentos de significados, valores y normas que van a constituir la cultura en su conjunto. En el ámbito social, sin embargo, una cultura también se caracteriza por la presencia simultánea de varias subculturas que, inevitablemente, nacen y se reproducen dentro y en paralelo al conjunto cultural, con el que crean condiciones de intercambio y contraste. Las subculturas se caracterizan por ser subordinadas (y limitadas a un grupo) frente a la cultura dominante, por su fundamento en las diferencias de identidad, edad o territorio, y, finalmente, el aspecto más importante es que se adquieren

solo a través de las interacciones entre los individuos que las comparten y las manifiestan, en la manera de pensar, de actuar y en los modelos de acción.

No es objetivo de este trabajo analizar las teorías interpretativas de las subculturas, sin embargo, se ha proporcionado una primera lectura e interpretación de estas a partir de los estudios de la Escuela de Chicago (Picó López & Serra, 2010), cuyos resultados tuvieron una profunda influencia. En este sentido, por ejemplo, la teoría ecológica del comportamiento (específicamente, el comportamiento delictivo), que se centra en la dependencia causal entre la acción social y la implicación física del sujeto (especialmente en entornos urbanos). Las acciones se consideran, de hecho, el resultado de la presión ejercida por el medio ambiente sobre el actor social y de la interdependencia entre unidades sociales (poblaciones). Los intercambios entre los sujetos que constituyen una unidad social (el grupo de trabajo, la familia, el grupo de iguales, etc.) influyen activamente en el desarrollo de la acción humana, y, de esto, se deduce que la integración puede afectar tanto a sujetos pertenecientes a diferentes universos culturales (subculturas), como a aquellos que, compartiendo la misma cultura (y, por lo tanto, también el mismo territorio), pueden estar distantes entre sí. En otras palabras, los estudiosos de la Escuela de Chicago argumentaron que el comportamiento es un tipo de conducta que no se aprende por imitación, sino a través de la asociación interpersonal con otros sujetos. Por lo tanto, es posible argüir que el aprendizaje de un comportamiento está relacionado con el tipo de individuos con los que se entra en contacto y con su cultura, a través de un proceso de comunicación similar al que permite el aprendizaje de los elementos de la cultura de la sociedad.

Otra clave para entender las subculturas, en tiempos más recientes, fue proporcionada por las teorías de Merton (2002) que se basan en la lógica de la búsqueda de un equilibrio entre los dos tipos de valores institucionalizados dentro de la estructura social o cultural (objetivos culturales y medios legítimos) ya que no siempre hay el mismo énfasis entre ellos, y tampoco hay una relación constante. Los objetivos culturales son las metas, aspiraciones, intereses de los miembros de la sociedad ordenados según un modelo jerárquico de prioridades que caracteriza a la sociedad de referencia, mientras que los medios legítimos son las normas que establecen las formas de alcanzar los objetivos. Y, por lo tanto, las formas de adaptación, incluso con respecto a la cultura, no pueden ser observadas única y exclusivamente como respuestas subjetivas e individuales elaboradas para hacer frente a una forma de 'anomia subjetiva' a través de patrones de acciones que varían según la posición que el

individuo ocupa en la organización social. Estas deben observarse como respuestas elaboradas colectiva y conscientemente sobre la base de contradicciones sociales y culturales. Este modelo es una herramienta para la interpretación de las acciones negativas en una sociedad fragmentada, donde una de las formas típicas de contradicciones es la disociación cultural que no puede resolverse en función de la situación existente, y esto favorece adaptaciones que, muy a menudo, toman la forma de subculturas.

Al concepto de subcultura casi siempre se le ha asignado una connotación negativa, pero, obviamente, esto no es cierto para todas las subculturas, y, a fundamento de lo que se acaba de expresar, se retoman los rasgos comunes que el término subcultura ha mantenido a lo largo del tiempo y a pesar de los diferentes significados que ha tomado desde que se introdujo en las ciencias sociales. En este sentido, sintetizando:

1. las subculturas se caracterizan por ser subordinadas (y limitadas a un grupo) con respecto a la cultura en su conjunto.
2. las subculturas se basan en diferencias de identidad, edad o territorio.
3. y, finalmente (y este es el rasgo común más importante para las subculturas), las subculturas se adquieren y transmiten solo a través de interacciones entre individuos que las comparten y manifiestan.

Es precisamente este último punto el que es particularmente relevante para las subculturas, de hecho, es a través de las diferentes formas de manifestación que se generan vínculos muy similares a la idea de comunidad.

Estas diferencias plantean la pregunta de qué distingue realmente a una subcultura, encontrando respuestas que van en dos direcciones. Martin y Siehl (1983), por ejemplo, creen que deben definirse sobre la base de los valores dominantes que presentan y, por lo tanto, es posible diferenciar en: subculturas de respaldo, que apoyan los valores dominantes de la cultura general; contraculturas que rechazan los valores dominantes adoptando una posición desafiante, y subculturas ortogonales que coexisten con la cultura general dominante con tendencia a preservar sus propios valores de referencia. La otra dirección, por otro lado, distingue a las subculturas en función de las características comunes de los miembros del grupo, ya que, se cree, que la interacción continua de los individuos permite que se formen patrones colectivos de comportamiento que favorecen la cooperación.

Esta rápida premisa teórica sobre el concepto de subcultura permite retomar el análisis de las dinámicas que tienen lugar en los sistemas culturales. Este

análisis, que enmarca en primer lugar los diversos elementos y niveles de la cultura, nos ha permitido destacar que esta última constituye el primer, si no el único, aspecto de la adhesión e integración de los individuos a la sociedad a la que pertenecen a pesar de la existencia de subculturas. Esta última afirmación conlleva a una relectura y reconfiguración de la relación entre cultura, poder y política —precisamente a la luz de las características de las subculturas— dentro del espacio social, que se transforma en un verdadero «ágora» porque no es sólo el espacio en el que se desarrollan las funciones de rol, sino también el espacio de la denuncia y crítica, así como de una reorganización de la sociedad desde abajo en la que la cultura es el medio de acción política ejercida por la comunidad. Esto implica considerar la cultura como un sistema en constante cambio con todos sus elementos y niveles, como ya se ha enfatizado varias veces. En una perspectiva que recuerda el capital cultural de Bourdieu (1998), se constituye entonces un proceso reflexivo de la cultura, que genera capital social y se convierte así en una forma de inversión pública.

La importancia de las fuerzas culturales radica en que, evidentemente, se asocian con otras fuerzas más profundas dentro de la sociedad, lo que permite que el capital social florezca en forma de confianza y participación. El empoderamiento que comienza desde abajo es una herramienta importante para alcanzar mayores niveles de democratización porque, teniendo en cuenta tanto a los actores (subjectividades) que participan en el proceso, como a las perspectivas político-institucionales y sociopolíticas, es posible superar los límites mismos de las democracias y empujar hacia su apertura.

La implementación de prácticas capaces de incidir en la construcción del diseño democrático fomentó un importante ámbito de experimentación (a partir de la experiencia de Porto Alegre) que subraya la importancia del crecimiento de formas de ciudadanía participativa y de activismo organizado. Estas formas pueden configurarse como subculturas políticas, lo que, a partir de ahora, llamaremos «guerras culturales», retomando el título del libro que James Davison Hunter (1991) utilizó en referencia a las luchas de la vida pública estadounidense dividida entre culturas progresistas y ortodoxas. Estas guerras encuentran un terreno fértil en la transformación de la cultura, entendida como el conjunto de procesos de reciprocidad, participación, intercambio y conciencia crítica, en un escenario público, ya que la democracia no puede perfeccionarse sin una cultura que sea también ciudadanía y emancipación.

Sobre de esta base, es posible evidenciar que estas tendencias (guerras culturales) surgen y se desarrollan dentro de la subcultura de resistencia y

reivindicaciones —distintiva de los movimientos sociales— que, al menos en su fase inicial, enfatizaba el poder de la acción sociopolítica inherente a cada individuo frente al reconocimiento de las dificultades de eliminar las desigualdades estructurales. Solo más tarde, como un efecto boomerang, toma un camino diferente, y parece afectar precisamente esa reciprocidad, participación y conciencia crítica típica de una arena pública democrática, terminando por limitarla o incluso negarla.

II.- Minorías culturales y *wokismo*

La diversidad cultural es, sin duda, uno de los mayores desafíos de las sociedades contemporáneas, pues en un mundo hiper-interconectado, el reconocimiento de las reivindicaciones de los excluidos transforma la cuestión de las minorías en uno de los fenómenos sociales más dinámicos y controvertidos. El concepto de minoría se presta a definiciones y perspectivas contradictorias y difíciles de delimitar. A pesar del establecimiento de normas por parte de los organismos internacionales relativas a la promoción y protección de los derechos humanos, la consideración de ciertos factores como la inexistencia de un criterio único para medir el sentimiento de identidad colectiva, la cohesión de la memoria y el patrimonio colectivo, la diversidad de situaciones —en términos sociopolíticos, pero también sociogeográficos— impidieron una definición universal del concepto de minoría. La recomposición de los elementos que entran en el concepto de minoría, es decir, características de diferenciación, sentido de identificación cultural, permiten una definición básica, que las identifica «como un grupo de personas diferenciadas de otras en la misma sociedad por raza, nacionalidad, religión o lengua, que se consideran a sí mismas como un grupo diferenciado y son consideradas por los demás como un grupo diferenciado con connotaciones negativas. Además, carecen relativamente de poder, por lo que son objeto de ciertas exclusiones, discriminaciones y otros tratos diferenciados» (Rose, 1968, p. 365). Sin embargo, es una definición básica porque los numerosos matices acercarían este concepto, por ejemplo, también al de grupos étnicos minoritarios y al de subculturas o movimientos contraculturales, especialmente en consideración del elemento de identidad, pero, de igual manera, lo aleja porque entra en juego (en términos analíticos) la variable de la relación asimétrica, desigual y subordinada dentro de las relaciones sociales que, en muchas áreas geográficas, produce el ambiguo fenómeno cultural del *woke*. La tendencia de la *woke culture* (cultura woke) a abrazar la lucha por las cuestiones de justicia social, de hecho, lleva a

la construcción de un pensamiento único al ofrecer, aparentemente, la posibilidad del pluralismo, pero al mismo tiempo sin afectar al núcleo duro que asegura la reproducción del statu quo. En estos términos, lo que se produce es la aceptación de un «conformismo de la contestación» que termina siendo funcional al sistema dominante. En referencia a esto, debe considerarse que la relación de poder puede dividirse en diferentes niveles de exclusión/integración social, autoexclusión en lugar de discriminación, de marginalización cultural/identidad, pero no de marginación económica, de estratificación y jerarquización dentro de los mismos grupos y comunidades. Para entender el alcance actual de la cultura *woke* en los debates democráticos y en el espacio público, es imprescindible examinar el proceso histórico de su emergencia y su posterior expansión en el discurso sociopolítico (Hero, 2025). Lo que en sus orígenes surgió como un llamado a la concienciación y alerta ante las desigualdades e injusticias estructurales sufridas por los grupos marginados, ha ido evolucionando hacia una subcultura política con profundos efectos en la configuración identitaria y en la polarización del debate contemporáneo.

La expresión *woke* deriva de la jerga de los movimientos afroamericanos. El primer uso del término *awake* (despierto) se relaciona a la raza y la política, y remonta a las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 1860, cuando fue utilizado por un grupo de activistas blancos, conocidos como los *Wide Awakes*. Esta organización, aunque no explicitó su contrariedad a la esclavitud, apoyó políticas para su eliminación, incluso constituyéndose como un grupo paramilitar contra la Confederación Americana durante la Guerra Civil (Willis, 2020). La primera evidencia del término en inglés en el sentido afroamericano (woke), aparece en 1938 en la canción de blues «Scottsboro Boys» del músico Lead Belly, relativa a un incidente que tuvo lugar en Scottsboro (Alabama en EE.UU.), donde nueve chicos negros fueron encarcelados injustamente, y posteriormente condenados con la acusación de violar a dos mujeres blancas en un tren. El término reaparece en 1962 en el artículo del New York Times, «If You're Woke, You Dig It» de William Melvin Kelley, un novelista y narrador negro estadounidense, y en la obra «¡Garvey Lives!» del dramaturgo negro Barry Beckham. A partir de los años 60, el término *woke* se convirtió en el lema de las luchas de los movimientos afroamericanos, y volvió con fuerza durante la última década, cuando con la acción del movimiento *Black Lives Matter* (BLM), la etiqueta *#staywoke* comenzó a ser ampliamente utilizada para reclamar justicia social, enfocando de manera particular sobre la discriminación racial y la violencia policial estructural contra los afroamericanos.

La expresión cultura woke indicaba, de forma muy genérica, la conciencia que tenían los afroamericanos de la violencia sistémica y continua que se perpetraba contra ellos; un término que desde entonces ha visto cambiado su significado original.

Originalmente el término se refería al estado de alerta permanente en el que vivían algunos grupos sociales a causa de la opresión de su raza; hoy en día se ha extendido a cualquier ámbito de opresión y desigualdad social relacionado con el género, la sexualidad, la violencia contra las mujeres o cualquier grupo legalmente desprotegido. En lugar de promover la igualdad, privilegia a las categorías sociales más débiles; En lugar de proponer medidas concretas de mejora, lucha a base de símbolos culturales (Madrid Gil, 2023, p. 24).

En los últimos años, surge el *wokeismo* (Phiri, 2023), como un sistema de ideas sociales y políticas orientadas a cuestiones de justicia social y desigualdad, y se caracteriza por la atención a la interseccionalidad⁵. Este concepto se expande y se refiere a una propuesta metodológica y de política social caracterizada por el conjunto de múltiples elementos y variables que conforman nuestras identidades, y que determinan condiciones de ventaja o desventaja. De acuerdo con este enfoque, por ejemplo, las diferentes oportunidades de acceso a derechos y recursos deben evaluarse en su interacción con los sistemas de poder existentes (globalización, capitalismo, patriarcado, etc.) y con aspectos como la raza, el género, la religión, el nivel socioeconómico, etc. A estas caracterizaciones, se suma el interés y la atención mundial despertada por este movimiento por la promoción de una actitud de mayor empatía y comprensión hacia la problemática de la discriminación y los derechos de las minorías.

El *wokeismo*, si bien se alinea con el activismo social, cruza varias visiones y contenidos del progresismo —aunque se aleja de los temas tradicionales de la lucha de clase obrera y del subdesarrollo económico— con el objetivo de enraizar una nueva justicia social en la sociedad.

Según Eberstadt (2020), el «despertar» que se está extendiendo por todo el mundo puede explicarse en consideración de dos variables principales, a saber, los problemas estrictamente estructurales —como el racismo y las formas a

⁵ Este término fue acuñado en los años 80 del siglo XX por la jurista y profesora afroamericana Kimberlé Williams Crenshaw (1991) para indicar el fenómeno de discriminación y opresión de ciertas clases y sectores basadas sobre la categorización social, y desde ese momento convirtió en parte del lenguaje común para referirse a la discriminación basada en el género y la raza.

través de las cuales se manifiesta especialmente en las sociedades americanas—, y las profundas transformaciones que están caracterizando a las sociedades contemporáneas, donde la liquidez, la fluidez y la fragmentación pueden llevar a los individuos a la búsqueda de nuevas y diferentes formas de identidad. En esta búsqueda, según el autor, es posible llegar a extremos identitarios que, aunque no necesariamente justificables, deberían estar vinculados en su mayoría al propósito subyacente, que es hacer justicia al dolor de las víctimas.

Para José Marina (2021) es necesario entender este fenómeno porque este «despertar» reclama una nueva justicia social y se opone a las interpretaciones históricas que simplemente identifican a las víctimas y a los excluidos como datos estadísticos. De hecho, la importancia de conocer la experiencia de los oprimidos, los humillados y los excluidos representa el núcleo de las teorías poscoloniales y descolonizadoras, como lo demuestra, por ejemplo, el trabajo de Fanon (2009) quien, mucho antes del fenómeno woke, centró la atención en la experiencia vivida como base para guiar las luchas y la liberación de los pueblos oprimidos. Sin embargo, según las posiciones más críticas, el objetivo del fenómeno woke de maximizar la eficacia social de esta nueva visión de la justicia social presenta unas criticidades, que están especialmente relacionadas con las formas a través de las cuales se implementa. De hecho, la acción de reducir —o cancelar— cualquier posibilidad de disidencia está llevando a un fanatismo distópico —*woketopia* (MacPherson, 2021)—, que en nombre de nobles ideales impone nuevos códigos de conducta totalizadores. Desde este punto de vista, las prácticas woke están superando la sutil distinción entre la defensa de una causa o ideal y sus derivas extremistas.

El debate es más efervescente que nunca, y a pesar de las limitaciones derivadas de las simplificaciones, se puede resumir en las contraposiciones entre quienes sostienen que el fenómeno woke, asistido por las plataformas digitales y las redes sociales, altera el equilibrio de poder al crear espacios socioculturales y sociopolíticos de «democracias marginales» que amplían los límites de los sistemas políticos contemporáneos porque incorporan voces, sujetos, identidades y necesidades invisibilizadas durante mucho tiempo. Y, por el otro lado, se coloca la visión de quienes sostienen que las prácticas relacionadas con el wokeismo, como la cultura de la cancelación, imponen nuevos juicios de valor que reducen el espacio para la crítica y la expresión, y cristalizan un nuevo momento histórico. En este sentido, Paché (2022) advierte sobre los riesgos del denominado «síndrome de la cultura woke», cuestionando la amenaza frente a dogmatismos que limitan el debate libre, la objetividad y la reflexión

crítica. El autor, al analizar el paso de la cultura woke desde las subculturas de resistencia hacia la estructuración de un nuevo marco hegemónico, centra la atención sobre las presiones ejercidas por las prácticas y dinámicas que se desarrollan en el fenómeno woke, y que pueden llegar a atrapar la independencia del pensamiento en una lógica de censura o autocensura.

Sobre estas prácticas, sin embargo, la reflexión sigue segmentándose, entre las posiciones que identifican la cancelación como la única posibilidad de acceso al espacio público por parte de las minorías, las que leen este fenómeno como un reflejo del miedo de las clases privilegiadas, y las visiones que lo interpretan como la señal de una peligrosa deriva vengativa que oscurece los ideales y las causas justas.

Estas dinámicas, con referencia a las minorías, parecen esbozar tres ejes principales en los que se desarrollan sus acciones, y conciernen el antirracismo, el feminismo interseccional, los derechos de las personas LGBTQIA+, y estos se vinculan a micro-ejes relacionados con los derechos y la no discriminación por motivos religiosos de las personas migrantes, y de los *crippled* (término que indica a las personas con discapacidad, literalmente se puede traducir con el término estropeado).

Para las comunidades LGBTQIA+ la sensibilización se refiere a los derechos de los miembros de esta comunidad, especialmente la no discriminación social y laboral, el apoyo al matrimonio igualitario y la igualdad de derechos de adopción para las parejas del mismo sexo (muchas grandes empresas como Google, Apple, Amazon, Microsoft, Ben & Jerry's, plataformas como X, han lanzado campañas e implementado políticas internas en apoyo a los empleados LGBTQIA+).

Para el feminismo interseccional, el apoyo a las reivindicaciones históricas (derechos de las mujeres, no discriminación por razón de sexo, desigualdades salariales y laborales, empoderamiento político y social, etc.) se mezcla con reivindicaciones más recientes lideradas en particular por el movimiento *MeToo*, considerado la vanguardia del woke, en temas como el acoso sexual y la violencia perpetrada en diversas formas y lugares (particularmente en el lugar de trabajo), el abuso psicológico, económico, intrafamiliar, el machismo, el patriarcado, la violencia de género, el feminicidio. La interseccionalidad se sitúa en las diversas reivindicaciones sobre la necesidad de interconexión entre la identidad de género, el sexo, la raza y la orientación sexual, y los efectos que tienen en la vida social y laboral de muchas mujeres miembros de determinadas comunidades y con otras orientaciones (Bartolomei, 2008; López

Rodríguez, 2018). Finalmente, las luchas contra el racismo estructural e institucional tienen sus raíces en las luchas de los afroamericanos y se expanden para incluir a los latinoamericanos. Ambos casos son especialmente ciertos para los Estados Unidos de América, mientras que en Europa se presenta en forma de sensibilización sobre los problemas de discriminación y se extiende a los flujos migratorios. En este último caso, la interseccionalidad (ser afro o latino, inmigrante, en una sociedad blanca, capitalista, etc.) es necesaria para entender las desigualdades y la discriminación aunque sea de segunda o tercera generación (los casos de los disturbios en *las banlieues* francesas, pero también en Italia se registraron ataques contra la jugadora de voleibol Paola Egonu o contra algunos futbolistas porque son afros).

Sin embargo, no faltan las críticas al potencial del wokismo para imponer una limitación a la libertad de expresión, acabando por sofocar las opiniones disidentes, pero también para reducir las posibilidades de debates fructíferos por miedo a ser etiquetados como intolerantes, y, finalmente, para privilegiar una política de identidad en lugar del mérito individual desligado del pertenecer a una determinada minoría étnica o social. Los más críticos señalan que la extremización y radicalización del noble objetivo de sensibilizar, generar conciencia, empatía, fortalecer el sentido de solidaridad comunitario y fomentar una visión interseccional sobre temas y problemas como la desigualdad, el racismo, los feminicidios etc. —en lo que todos estamos de acuerdo (en particular en el hecho de que se trata de problemas que han adquirido un fuerte nivel de criticidad en todo el mundo y sobre los que debemos intervenir para garantizar derechos, equidad y justicia)— están provocando una espiral que prácticamente revierte las nobles intenciones. En este sentido, de hecho, las cuestiones raciales se trasmutan en venganza identitaria y por lo tanto el supremacismo se convierte en el eje principal para ser castigado con la vergüenza de ser blanco; el feminismo ya no lucha por una sustancial igualdad y equidad, sino también en este caso por el supremacismo del patriarcado, para las comunidades LGBTQIA+ la reivindicación de derechos conduce al conformismo de la manifestación excesiva del orgullo trans, queer, etc. Del mismo modo, los críticos dicen que la hipersensibilización vacía el sentido del mensaje y transforma el sentido de comunidad en una identidad no inclusiva al sofocar la libertad de pensamiento y expresión. En el marco de redefinición de las identidades dentro de la sociedad fragmentada, la trayectoria de las subculturas y de los movimientos de minorías subraya una paradoja constitutiva ya que, a lo que se acaba de argumentar, se debe añadir que la politización de

las identidades para visibilizar demandas históricas de reconocimiento y de justicia social ha desencadenado también la articulación de un denso frente de reacción político-discursiva neo-conservadora (Prearo, 2024). De este modo, las reivindicaciones emancipatorias de las subculturas y de los movimientos corren el riesgo de ser capturadas por la doble dinámica que oscila entre la banalización (en particular a través de plataformas y redes sociales) y su transformación en objeto primordial de polarización y estigmatización por parte de las narrativas que instrumentalizan la amenaza del «wokismo» como estrategia de movilización transnacional de las guerras culturales.

En este sentido, por ejemplo, los discursos contra la ideología de género que en Italia comenzaron como movilizaciones católicas neoconservadoras (como el Family Day) hasta integrarse en el discurso institucional de partidos de derecha (Prearo, 2024), y que se sintetizan en la agenda de gobierno con el lema «Io sono Giorgia, sono una donna, sono una madre, sono italiana, sono cristiana»⁶, se alinean en el mismo eje de acción con redes globales de EE. UU. y de América Latina.

Se trata de hecho de postulados que convierten la identidad individual y biológica en un programa político cerrado frente al modelo woke (o fluido), y que en Estados Unidos dio un giro institucional notable con el desmantelamiento masivo de oficinas de programas DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión) en algunas universidades públicas y en grandes corporaciones ante las presiones de consumidores e inversionistas (Confessore, 2024). De la misma forma, en Colombia figuras conservadoras como Viviane Morales y Abelardo de la Espriella han abanderado la oposición al enfoque de género en las escuelas, denunciándolo como un adoctrinamiento ideológico que vulnera los valores ético-religiosos de las familias.

Definitivamente, las críticas relacionadas con las consecuencias negativas del wokismo (Phiri, 2023) generalmente se refieren a una limitación de la diversidad de pensamiento y una renuencia a un debate significativo, lo que refuerza una mentalidad de «nosotros contra ellos» que se basa en la identidad

⁶ «Soy Giorgia, soy mujer, soy madre, soy italiana, soy cristiana». Estas palabras fueron pronunciadas el 19 de octubre de 2019 por Giorgia Meloni, líderesa del partido de derecha Fratelli di Italia y actualmente Presidenta del Consejo de Ministros de la República Italiana, durante la movilización «Orgullo italiano» organizada por los partidos y fuerzas electorales de centroderecha en la Piazza San Giovanni de Roma. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=Lh9AMSW_JM0

o en las experiencias personales, y esto termina promoviendo la cultura de la cancelación.

Las redes sociales y las plataformas digitales han amplificado este fenómeno, creando así una forma de narrativa que se cuele en todos los sectores, desde empresas esclavizadas a lógicas capitalistas, hasta personajes políticos o celebridades del star system, y, de manera particular, en el ámbito de la educación donde se ha puesto en marcha una alarmante ola de censura que parece establecer las reglas del juego de las nuevas guerras culturales. Un claro ejemplo de este repliegue se observa en las políticas educativas de corte conservador que empezaron en Florida y rápidamente se han difundido en ambos lados del océano. Bajo el argumento de contener el avance progresista y el adoctrinamiento, se reestructuran el currículo educativo y los planes de estudio académicos, aunque esto genera a su vez nuevos sesgos ideológicos en la formación de la juventud (Thurlow, 2023). De este modo, la disputa por el marco hegemónico de pensamiento termina por instrumentalizar las aulas y los espacios de aprendizaje como un campo de batalla más de la guerra cultural. Estas guerras están siendo llevadas a cabo con las armas de la eliminación de contenidos y debates incómodos, se anclan a la contraposición *woke vs purity*, pero también por una radicalización del wokismo que parece transformarse en una misión, toda digital, para controlar al otro a través de una lente que, sin embargo, desfigura el progresismo. En este sentido, hemos pasado rápidamente de las denuncias de abuso y discriminación por parte de los movimientos *BLM* y *MeToo*, a la tendencia a condenar cualquier opinión disidente o políticamente incorrecta para una comunidad específica, limitando así severamente el debate público por temor a ser víctimas de *shitstorm* (Sdrigotti, 2018), creando así un ambiente tóxico, como evidenciado en la famosa denuncia publicada en 2020 en la Revista *Harper's Magazine*⁷.

En esta nueva guerra cultural, se destaca el paso de lo que era la difusión pública de una denuncia a lo que ahora es una verdadera condena pública que, en particular a través de la lógica de las redes sociales, construye y cancela al

⁷ El 7 de julio de 2020, *Harper's Magazine* publicó en su sitio web una carta abierta firmada por más de 150 periodistas (Ackermann et al. 2020), escritores y académicos (por nombrar algunos, los escritores J.K. Rowling y Salman Rushdie, los periodistas y columnistas David Brooks y George Packer, los académicos Noam Chomsky y Francis Fukuyama, y la activista feminista Gloria Steinem). Si ve la página web específica: <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>

enemigo/chivo expiatorio⁸, aumentando la celebridad del influencer o usuario, al mismo tiempo que desata la identidad de grupo «digital» olvidando, sin embargo, que estamos en frente a problemas estructurales y sistémicos. El paradigma de las nuevas relaciones sociales se basa, entonces, en la culpa, la vergüenza, el linchamiento público, que, para proliferar, necesitan de *audience* (Gillespie, 2005). La atomización y fragmentación de las sociedades actuales está generando una creciente confusión, sin duda alimentada por las leyes del mercado y la comunicación digital. Como señala Simons, las redes sociales juegan un papel importante en el apoyo a las prácticas neoliberales porque han acelerado un «efecto de *bunkering*» (Simons, 2021, p. 74). Con la fluctuación de los ideales políticos y del activismo sociopolítico de la realidad offline a la online, se observa un remplazo de las cuestiones sustantivas con temas identitarios, y, por ende, los señalamientos de valores/virtudes a nivel ideológico se convierten en una prueba de interés, alineación y lealtad dentro de sociedades cada vez más fragmentadas y polarizadas.

Sin embargo, estos nuevos problemas que involucran a las esferas de la política, la sociedad, la cultura y la economía hacen necesario reflexionar sobre la responsabilidad ética y social de las estrategias de comunicación del mercado difundidas tanto en analógico como en digital.

III.- Capitalismo *woke*

El capitalismo woke encaja perfectamente en estas dinámicas, que, según Douthat (2018), representa la sustitución del valor económico por el valor simbólico, y esto lo convierte en una estrategia exitosa para las empresas que, aprovechando al máximo las técnicas de marketing centradas en temas y valores woke, ofrecen a los trabajadores paliativos retóricos en lugar de concretos derechos y beneficios económicos, mientras que a la arena política de izquierda brindan el apoyo para agendas políticas centradas en igualdad de género, mitigación del cambio climático, políticas inclusivas, pero, todo esto sin perturbar realmente las políticas de los sectores más conservadores de la sociedad.

El capitalismo woke sigue siendo un tema poco conocido y comprendido, incluso aclamado por algunos círculos de la izquierda progresista como una nueva fase del capitalismo que se compromete a corregir los pecados de la fase neoliberal, abrazando el activismo en apoyo de las causas sociales. Un

⁸ Desde una perspectiva sociojurídica, véase, entre otros, González Monguí y Carvajal Martínez (2023).

fenómeno ambiguo como el capitalismo woke que está arrasando en las sociedades actuales merece una reflexión crítica. La identificación de las grandes empresas con el discurso y las luchas de las minorías nos parece, de hecho, bastante desviada porque, una vez más, gracias a estrategias de marketing y a las plataformas digitales, aleja la atención de los problemas reales que siguen sin resolverse, es decir, la injusticia social. En este sentido, el optimismo generado por esta nueva fase del capitalismo que se dedica a las causas woke no es más que una simple estrategia que amortigua, pero conserva, los rasgos característicos de la visión de Friedman de que «la responsabilidad social de las empresas es aumentar los beneficios» (1970), y esto sigue siendo central para la lógica capitalista. Este minimalismo moral a lo largo de las décadas se ha disuelto en las tesis de Freeman (1984) sobre la *Corporate Social Responsibility* (responsabilidad social de las empresas) y en sus evoluciones de *Brand Activism* [activismo de marca] (du Toit, 2016), hasta las actuales tendencias woke.

Una mirada más crítica y consciente, especialmente por parte de quienes profesan ser progresistas, debería revelar fácilmente el engaño comunicativo de las grandes corporaciones, que abandonarán el activismo social cuando la causa ya no esté de moda para la opinión pública, o cuando ya no traiga beneficios en términos de ganancias corporativas. El uso interesado de las luchas y demandas sociales por parte de las grandes empresas se destacará con algunos ejemplos en el próximo capítulo, aquí y para comprender cómo las viejas y nuevas prácticas se entrelazan en el capitalismo woke, recordamos, por ejemplo, que entre los principales patrocinadores de la COP 27 (Sharm el-Sheik, 6-18 de noviembre de 2022) estaba Coca Cola, una empresa que se encuentra precisamente entre los principales contaminadores de plástico del mundo. De hecho, la difusión de la representación corporativa progresista/activista en el imaginario colectivo no cambia la naturaleza básica de la lógica capitalista, pero es útil para promover una percepción diferente, claramente ambigua, de la esencia del binomio capitalismo/globalización. Y así, en este sentido, las reivindicaciones subyacentes al wokeismo son interceptadas y explotadas para camuflar esta esencia, y tienen una consecuencia paradójica porque refuerzan el poder y las estructuras corporativas que han generado las mayores injusticias medioambientales y socioeconómicas. El woke, por lo tanto, ha despertado también al capitalismo que transmuta, pero no cambia su sustancia hegemónica, y esconde detrás del patrocinio de causas sociales la maximización de la ganancia y el intento de eludir los límites del mercado/estado, bloqueando así cualquier visión política de una alternativa al capital, hasta fluir en el interior de esta como «guardián» del progresismo. La ausencia

de resultados reales y sustanciales por parte de las empresas woke respalda esta crítica, y probablemente la conciencia de esta que es su causa, será el punto de partida para pensar juntos en soluciones.

El capitalismo *woke* se ha convertido así en un juego de monopolio (Verdon, 2021) porque su crecimiento exponencial y su capacidad para conquistar empresas, partidos políticos y opinión pública lo ha convertido en un dispositivo estratégico para la cartelización entre competidores wokistas y competidores no wokistas. Estos últimos son castigados con la reducción de las inversiones de capital y el colapso de la marca en los mercados, hasta llegar al boicoteo y a la cancelación. En este sentido, opera el índice ambiental, social y de gobernanza (*Environmental Social Governance*-ESG), considerado como una tarjeta de presentación para ingresar a los cárteles woke porque constituye un puntaje de crédito social para recompensar a las empresas que alcanzan altos niveles de rendimientos en estos ámbitos. El woke se declina como una excelente herramienta de branding (gestión estratégica de la identidad de la marca) a través de la cual evitar la cancelación en redes sociales por parte de activistas (Jagannathan, 2020), pero también para incentivar a los accionistas y trabajadores progresistas a través de la imagen y narrativa del activismo corporativo (Gasparino, 2021).

Especialmente desde el precepto del presidente del Foro Económico Mundial (FEM) de un «Gran Reinicio del capitalismo» (Schwab, 2020), el capitalismo woke parece haberse convertido en el *modus operandi* de las empresas (capitalistas) exitosas. Un ejemplo interesante es la *2022 Letter to CEOs: The Power of Capitalism* (Carta a los directores ejecutivos: el poder del capitalismo, 2022) de Larry Fink (2022), director general de BlackRock, en la que la expresión «*go woke or go broke*» (literalmente, «despertar o caer en desgracia») manifiesta claramente el peso simbólico de la tendencia woke, pero se libera de la promoción retórica del presidente del WEF (en la misma carta Fink señala que «no es un programa social o ideológico, no es una idea woke: es simplemente capitalismo»), porque al final lo que importa es lo que se posee, es decir, la fuerza directa del capital. La transformación del capital en capitalismo woke no parece cambiar, por lo tanto, la estructura genética y la lógica del capitalismo, sino que acentúa su peligrosidad, especialmente en lo que se refiere a las posibilidades de elaborar modelos sociopolíticos y económicos alternativos. Y esto, nuevamente, puede leerse como el resultado del vaciamiento cultural de la política, y en particular de las mismas fuerzas progresistas.

En este sentido, nos enfrentamos a una peligrosa operación hegemónica, planificada a través de estrategias de comunicación que proceden median-

te eslóganes —evitando cuidadosamente la posibilidad de cualquier análisis estructural crítico— y se difunden con el gran apoyo de campañas publicitarias en plataformas y redes sociales. La progresión de esta tendencia es una amenaza para la democracia y para la política progresista que todavía tiene el coraje de esperar y comprometerse con la igualdad, libertad y solidaridad social (Rhodes, 2021). El apoyo sencillamente simbólico a las grandes causas de la contemporaneidad permite a los fuertes grupos de poder capitalistas de preservar la desigualdad y la injusticia social, legitimándolas —paradójicamente— con el consentimiento de muchos, especialmente de las generaciones más jóvenes que no conocen modelos diferentes más allá del capitalismo. En el fenómeno del capitalismo woke, la política y la economía coinciden aún más peligrosamente que en el pasado, porque un capitalismo corporativo woke fuertemente populista suplanta la soberanía popular y su capacidad de reflexión y reacción crítica sobre los mecanismos de acumulación de beneficios, privatización y reducción salarial. Si algunos exponentes del sector más conservadora del capitalismo temen que el capitalismo woke (o un acercamiento a ideales considerados socialistas) pueda afectar de manera perversa y destruir el mercado y el capital, para Rhodes (2021), en cambio, es un juego de mesa ya que se convierte en el medio por el cual las empresas extienden el poder y el alcance del capitalismo. Y es en este sentido que se tendría que combatir, sobre una base democrática, ya que este medio hace que los intereses políticos públicos estén cada vez más dominados por los intereses privados del capital global.

Los intentos de las empresas de mostrar compromiso y apoyo a las causas progresistas (por ejemplo, el medio ambiente y el cambio climático) y de las minorías étnicas y los movimientos sociales (*BLM*, *MeToo*, etc.) están estrechamente relacionados con las dinámicas del capitalismo woke. Estos intentos, si por un lado se leen como acciones interesantes de responsabilidad social de las empresas y especialmente de las grandes multinacionales, sin embargo, por otro lado, se consideran como estrategias de marketing que explotan cínicamente estos temas para maximizar ganancias en lugar de contribuir al progreso social real. Según Alain Hope, CEO de Unilever, «El *woke-washing* está comenzando a infectar nuestra industria. Es un propósito contaminante. Está poniendo en peligro lo que nos da la oportunidad de ayudar a abordar muchos de los problemas del mundo» (Davies, 2019). Y, según Lesh, «Para bien, y a menudo para mal, el auge del capitalismo woke significa que las grandes corporaciones socavan constantemente su propósito al perseguir objetivos sociales de moda. A principios de este año, la aerolínea holandesa KLM lanzó una campaña invitando a sus clientes a volar menos» (Lesh, 2019).

Las recientes iniciativas empresariales en respuesta a problemas sociales apremiantes también han suscitado críticas por ser woke, ya que esta etiqueta debe asimilarse a otras etiquetas negativas y estigmatizantes asociadas con el mal comportamiento corporativo (Marquis et al., 2016), pero, según Warren (2022), la diferencia entre todas estas clasificaciones radica en los valores subyacentes asociados con la etiqueta en sí. Entonces, en este sentido, utilizan el término woke aquellos que argumentan que las iniciativas sociales implementadas por las empresas son incoherentes con el propósito comercial percibido, mientras que aquellos que critican estas iniciativas como incoherentes con los valores y prácticas corporativas percibidas usan el término woke-washing, lo que, sin embargo, podría crear estigmatización y fomentar boicoteos y, por lo tanto, pérdidas para la empresa. De hecho, la cuestión terminológica pone de relieve la ambigüedad y los matices que caracterizan este concepto. Un primer grupo de críticos que utilizan la palabra woke sostiene que las empresas no deben involucrarse en iniciativas sociales específicas porque no son coherentes con su identidad corporativa y sus propósitos que, a menudo mal definidos, acaban alineándose con las leyes del capitalismo y, según Abela (2020) el capitalismo woke sencillamente rinde homenaje a las causas progresistas a través del marketing y la imagen. El problema para las empresas que siguen este juego es que los partidarios de muchas causas progresistas son hostiles a la libre empresa en sí. El segundo grupo de críticos utiliza la etiqueta woke washing para indicar que las empresas fingen estar «despiertas» pero, en realidad, no hacen lo que prometen. Entonces, según Howard (2015) «Woke-washing es un término que se utiliza para definir las prácticas empresariales que aparentan conciencia social sin ninguna sustancia. Una empresa ‘woke-washed’ podría, en teoría, promover lo contrario de la igualdad racial dentro de sus paredes y, al mismo tiempo, defender causas de justicia social en el mundo exterior».

El análisis crítico de la intersección entre el capitalismo corporativo, las dinámicas mediático-digitales y las disputas identitarias contemporáneas, encuentra en el horizonte socioeconómico y tecnológico actual una fase de mutación y radicalización que confirma y expande sus premisas fundamentales. La instrumentalización de las causas progresistas y de la justicia social por parte del capitalismo neoliberal ha experimentado un giro pragmático decisivo frente a las transformaciones del mercado y las tensiones sociopolíticas recientes. Mientras que en la última década las corporaciones multinacionales desplegaron iniciativas de equidad e inclusión para capturar capital reputacional y revalorizar sus marcas, las dinámicas más recientes evidencian un fenómeno de retroceso estratégico, definido como *DEI backlash* (Folberg et

al., 2026). El incremento del escrutinio público, el riesgo de boicots cruzados impulsados tanto por sectores conservadores como por colectivos progresistas que denuncian el oportunismo comercial, y la volatilidad financiera han llevado a las élites corporativas a replegarse hacia un hiper pragmatismo centrado en la neutralidad estratégica (*brand quietism*) y la eficiencia operativa (Vredenburg et al., 2020). Este repliegue no representa una enmienda ética ni un abandono de la lógica del capital, sino que reafirma la hipótesis de la adopción corporativa de banderas identitarias como una táctica subordinada al rendimiento financiero y a la captura de mercados. Paralelamente, la aceleración tecnológica experimentada con la integración masiva de la Inteligencia Artificial Generativa y los algoritmos afectivos dentro del capitalismo de plataformas ha profundizado la transición hacia el tecnofeudalismo, reconfigurando de manera estructural la arquitectura de los procesos comunicativos. En la presente coyuntura, la extracción del capital reputacional e identitario ya no opera únicamente mediante la difusión de campañas publicitarias, sino a través de arquitecturas algorítmicas avanzadas que mapean, predicen y monetizan la indignación moral y la polarización discursiva en tiempo real. Esto transforma la polarización ideológica, tanto en sus vertientes woke como anti-woke, en el principal insumo informativo y patrimonial de los feudos digitales. La mercantilización algorítmica de los afectos (Zuboff, 2020; Crawford, 2021) transforma el disenso cultural en mercancías cuantificables que alimentan las métricas de enganche de las grandes corporaciones tecnológicas. Frente a este panorama, la esfera pública fragmentada muestra signos inequívocos de agotamiento social dirigidos por los algoritmos de recomendación, mientras que el capitalismo woke ha puesto en marcha un viraje hacia una etapa de «neutralidad» hiper-tecnificada e invisibilizada por la IA, donde los valores y las agendas sociales de las grandes empresas se disuelven en códigos gestionados, desechados o reactivado según las exigencias de rentabilidad y estabilidad del sistema económico global.

IV.- Subculturas políticas, wokismo y *framing effects*

Las redes digitales juegan un papel fundamental en la vida cotidiana y, por lo tanto, abordar los desafíos que plantean las continuas transformaciones de la sociedad requiere un enfoque equilibrado que defienda los principios de la libertad de expresión y proteja a las personas de los efectos nocivos de las narrativas incontroladas. A la luz de las transformaciones de las formas y de las nuevas herramientas de comunicación, no hay duda de que para explicar y entender los fenómenos socioculturales es necesario buscar un fundamento

en la relación entre la cultura y la construcción del sistema de pensamiento dominante. Recordando la idea de Mannheim (1987) de que hay aspectos del pensamiento que no pueden interpretarse adecuadamente hasta que sus orígenes sociales permanezcan oscuros, se puede argumentar que esto también es cierto con referencia a la evolución del sistema de pensamiento en torno a las minorías culturales y la justicia social. Si en los años sesenta y setenta del siglo pasado —en la estela de los movimientos sociales de la época— el sistema dominante de ideas (o ideología si se entiende este término en el sentido real del significado histórico-social identificado por Mannheim) se enfocó en los aspectos de la lucha emancipadora, en la actualidad, al parecer, nos enfrentamos a un sistema de ideas que se presenta como «reivindicativo».

En este escenario, las formas de comunicación adoptadas y la gran difusión de los medios de comunicación acentúan la producción de formas de narración que se caracterizan por un alto grado de retórica (Phelan, 1996). La narración produce ambigüedades conceptuales, pero, también «efectos perversos» (Boudon, 1980). Hay un conflicto de interpretación en la narrativa, así como afirmado por Ricoeur (1959) con respecto a la interpretación del símbolo que da lugar al pensamiento, y como afirma Thompson (1998) con respecto a la apropiación local de la información frente a su difusión global. Transpuesto este eje simbólico —difusión global *vs* apropiación local— a las prácticas culturales relacionadas con el wokismo, este se caracteriza por la adquisición de información y otros artefactos (imágenes, videos, etc.) de formas típicas de la sociedad globalizada que, sin embargo, se interpretan y elaboran en los espacios sociales en una dirección que, a menudo, apunta a la consolidación de valores y creencias, así como de modelos culturales preexistentes. En el análisis de las prácticas (producción, difusión, apropiación) a través de las cuales se llevan a cabo lo que aquí se han definido como guerras culturales, no se pueden pasar por alto las dimensiones del espacio y del tiempo. El universo cultural es siempre un mundo ubicado temporal y espacialmente, y estas dos dimensiones también deben considerarse para el crecimiento de la esfera de la acción colectiva en la que el actor, la acción y el efecto ya no son los mismos, y esto impone una nueva dimensión de responsabilidad a la ética (Jonas, 1995). De hecho, la humanidad en la era de la tecnología, que caracteriza a la sociedad globalizada, transforma los significados de las funciones y de los objetos sobre los que se reflejan las acciones con sus consecuencias, y esto impulsa la reflexión sobre una nueva concepción de los derechos y deberes, para la cual la ética no ofrece principios adecuados.

Pero ¿cuáles son los mecanismos que promueven una nueva concepción de los derechos y deberes? El conocimiento permite el desarrollo de sistemas de ideas y la comunicación favorece su difusión, por lo tanto, es fácil entender cómo estas prácticas sociales producidas y reproducidas por las subculturas políticas adquieren un papel central en todas las transformaciones de la sociedad. ¿Qué sucede, entonces, con la replicación de estas prácticas? Probablemente sucede que no siempre hay una condición de oposición, ideología *vs* utopía, como la define Mannheim (1987), sino que estos dos procesos se fusionan o, en algunos casos, una ideología emerge de un intento utópico. De esta manera, el relativismo se supera llegando al «relacionismo», ya que es posible relacionar los estilos de pensamiento con la cosmovisión⁹ de los estratos en los que se desarrollan, y esto permite el desenmascaramiento (de nuevo para recordar a Mannheim) de los objetivos reales.

Y si a esta condición se le aplican los dos lemas de Merton (2002) —según el primero, los individuos no saben si lo que se dice es cierto; pero al menos es importante; para el segundo, se puede demostrar que esto es así, pero no somos capaces de establecer su importancia— podemos decir que estamos más cerca del primero de los lemas. En este momento histórico y cultural, las subculturas favorecen procesos generalizados como las diferentes formas que adquieren guerras culturales. Sin embargo, si estos fenómenos son tan generalizados, es porque los medios de comunicación apoyaron su construcción. La narrativa que acompaña a estas subculturas o guerras culturales, en muchos casos puede considerarse como el «espejo distorsionador» de la realidad social (Mangone, 2022b): el foco está solo en temas, conceptos y/o ideas de interés para la «guerra» dejando fuera opiniones que no están de acuerdo con lo que se está librando. De hecho, esta forma de narrar no solo refleja los valores existentes en la sociedad, sino que, sin crear otros nuevos, modifica la jerarquía, promoviendo a los más cercanos a la propia posición personal.

Interviene aquí el concepto de *symbolic annihilation* [aniquilación simbólica] (Gerbner & Gross, 1976), acuñado para indicar la ausencia de representación en los medios de comunicación de algunas minorías, como para promover la estabilización, si no el refuerzo, de las desigualdades sociales. Este

⁹ Esta, para Mannheim, era la tarea de la sociología del conocimiento porque permite el estudio de los sistemas de pensamiento a través de la integración de ciertos factores: a) la auto-relativización del pensamiento y el conocimiento; b) el nuevo sistema de relación de la esfera social con la relativización del pensamiento; c) la aparición de la «conciencia desenmascaradora», y d) todo el sistema de pensamiento en su conjunto (no un pensamiento ni una idea) relacionado con el ser social que lo sostiene.

concepto fue retomado más tarde por Tuchman (1978a) y aplicado a la crítica de los medios de comunicación en el ámbito del feminismo para describir las formas en que se promueven estereotipos y se niegan identidades específicas. Este enfoque, articulado en la omisión, la trivialización y la condena, típicas de algunas subculturas políticas, no solo vilipendia a las comunidades identitarias, sino que trabaja para invisibilizar a sus miembros (a través de la falta explícita de representación en todas las formas de narrativa) o chivos expiatorios de los problemas de la sociedad. El conjunto de estos procesos que se expresan dentro de un sistema cultural, no solo producen simbolismos que contribuyen a la construcción de identidades (personales, sociales y culturales), sino que también proporciona modelos de identificación objetivos y relacionales en los que basar las interacciones entre los miembros de la comunidad/sociedad, ya que producen un *framing effect* [efecto de encuadre] (Iyengar & Kinder, 1987) en los que, sin embargo, el frame se entiende como una ventana al mundo (Tuchman, 1978b) a través de la cual los individuos tienen la oportunidad de aprender sobre sí mismos y sobre los demás. Los efectos de encuadre, por lo tanto, deben leerse como cambios de juicios, generados por alteraciones sutiles en la definición de un juicio o en la selección del problema social: un resultado casi persuasivo hacia los diversos públicos, tanto que quienes aplican las guerras culturales preparan formas y modos de comunicación de tal manera que tengan este efecto en su nivel más alto.

El encuadre, de esta manera, se presta a la posibilidad de que las audiencias tengan que reconstruir la realidad social a partir de contenidos filtrados por los medios de comunicación: un proceso en el que los individuos son estimulados por la información transmitida por los medios y, en particular, por las redes sociales, que parecen ser las principales fuentes y canales. En las actitudes prejuiciosas, por ejemplo, la información narrada puede contribuir a la construcción de representaciones estereotipadas hacia ciertas categorías de individuos, que luego también se reproducen en las interacciones personales cotidianas, en el entorno laboral o en el grupo de pares. No cabe duda de que las guerras culturales pueden contribuir a acercar y/o distanciar diferentes universos culturales, por lo que, si bien es cierto que la percepción del otro puede parecer lejana y, de la misma manera, las noticias pueden reducir esta distancia, es igualmente correcto decir que los encuadres —al delimitar una imagen precisa de la realidad— pueden imponer una cuidadosa organización de conceptos y argumentos dentro de ellos que, desde una perspectiva macro, definen visiones del mundo en las que recaen las narrativas.

En este marco de polarización e instrumentalización de las diferentes narraciones, el discurso político e institucional contemporáneo ha comenzado a adoptar el anti-wokismo como una narrativa articuladora de alcance global. Un ejemplo paradigmático, se encuentra en la intervención del presidente argentino Javier Milei en el Foro Económico Mundial de Davos (enero de 2025), donde el mandatario adoptó la lucha al wokismo como la principal bandera política de su gestión. En este escenario, Milei afirmó que «la ideología woke es el cáncer que hay que extirpar»¹⁰, comparándola con un «virus mental» provocado por un pensamiento único que distorsiona los pilares tradicionales de Occidente. La adopción de esta narrativa en una tribuna global como Davos ilustra cómo la lucha a la «agenda woke», y, por generalización, a las visiones progresistas, se han convertido en un frame político hegemónico adoptado por las nuevas vanguardias conservadoras y libertarias. Mediante este framing effect, las demandas de igualdad y derechos de las minorías son resignificadas mediáticamente como amenazas colectivistas, canalizando el descontento social y movilizando a subculturas políticas digitales mediante una lógica binaria de «batalla cultural». De hecho, tras esta intervención de Milei, la respuesta del ecosistema digital articulado alrededor a las causas identificadas como woke se desplegó mediante un repertorio de contra-narrativas que convirtieron en tendencia hashtag como #Davos, #Milei y #Feminismo señalando que la retórica presidencial apelaba a conspiraciones anacrónicas para eludir las reales desigualdades estructurales y desviar la atención de los costos sociales de sus políticas económicas, reconfirmando así una posición de resistencia frente al auge de las extremas derechas globales.

De esta manera, el proceso de encuadre que se desencadena en la perpetuación de las diferentes guerras culturales consistiría en el surgimiento de conjuntos de significados, a través de referencias y resonancias culturales (Gamson, 1992), que subrayan, una vez más, la importancia de la dimensión cultural (en el proceso de producción de significados), a pesar de que vivimos en una sociedad altamente fragmentada.

¹⁰ El discurso puede verse en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=3S-3hiDyBb_Q (consultado el 22 de septiembre de 2026).

CAPÍTULO QUINTO.

LAS GUERRAS CULTURALES: CULTURA DE LA CANCELACIÓN Y *POLITICALLY CORRECT*

I.- La génesis de las «guerras culturales»

Como se ha señalado en los capítulos anteriores, existe una estrecha relación entre la cultura, el poder y la política. Si hasta ahora hemos reflexionado centrando la atención en los aspectos teóricos generales, ahora nos enfocamos en unas subculturas políticas (o guerras culturales, según la terminología que hemos considerado) que se registran en algunas sociedades y en algunos momentos históricos, y que afectan —de manera tanto positiva como negativa— a los procesos sociales, culturales y políticos. Entre estas subculturas políticas, las principales que se han ido desarrollando y difundiendo en los últimos años son la cultura de la cancelación, el *washing* (lavado) y el *politically correct* [políticamente correcto] (Mangone & Picarella, 2024). Todas estas son prácticas que no nacieron en la modernidad, y, ni siquiera, son una novedad del tercer milenio, pero encuentran en la sociedad contemporánea un nuevo terreno fértil para imponerse de nuevo en el debate público.

En consideración de la génesis de estas prácticas, sintéticamente, la tendencia de borrar la historia, los símbolos y la memoria se remonta a la Antigua Grecia y al Imperio Romano (Picarella, 2024b). Aristóteles (1988), por ejemplo, en el tercer libro de la *Política*, afirmó que la *polis* instituyó el ostracismo como una práctica para exiliar de la ciudad (por un tiempo) a aquellos que eran demasiado ricos o políticamente influyentes. Esta práctica, que se llevaba a cabo con el voto de los ciudadanos (escribían el nombre de un político no deseado y si recibía más de 6.000 votos se le prohibía la entrada a Atenas durante diez años) no se utilizaba para el bien público, sino como un medio de control por parte del poder político que, escondiéndose detrás de la justificación del principio de igualdad, consideraba que la condición de los interdictos (la mayoría de las veces eran oponentes políticos) era dudosa precisamente con respecto a este principio. Una práctica similar también existió en el Imperio Romano, que la incluyó en los códigos de Derecho Romano bajo el nombre latino de *Damnatio Memoriae*, y que consistía en una sentencia ejemplar que

resultaba en la cancelación perenne, para la memoria futura, del nombre, la imagen y cualquier otro rastro identificativo de la identidad cultural de un individuo. Por esta razón, se eliminaban estatuas, retratos y documentos públicos promulgados durante la vida de quienes, por decreto del Senado romano, eran reconocidos como traidores y *hostes* (enemigos del Estado). Entre los muchos nombres sometidos a estas prácticas se encuentran los de Calígula y Nerón, pero la cancelación de personalidades, inscripciones, teorías filosóficas (la muerte de Sócrates es un buen ejemplo), teorías científicas o religiosas porque consideradas no alineadas con el Imperio puede interpretarse como un precursor de las prácticas actuales de *cancel culture* (cultura de la cancelación). Esta práctica perduró hasta la Edad Media, y fueron sometidos a ella también algunos papas —como, por ejemplo, el Papa Formosa— que la sufrió después de la muerte porque fue acusado de sacrilegio.

Más recientemente, pero aún lejos de la era digital, se impone la lógica del chivo expiatorio (Girard, 1986) que, sin embargo, se incorpora de hecho en las prácticas de la cultura de la cancelación. A través de esta lógica, el interés se orienta hacia la atribución de responsabilidad, y, por lo tanto, en la identificación de un culpable (el enemigo). En las sociedades y en sus organizaciones sociales diversificadas, existe una gran necesidad de encontrar y eliminar la causa primaria de sus males. Esta función fue claramente vislumbrada por Durkheim (1898), cuando reflexionó sobre el caso Dreyfus, y afirmó que cuando la sociedad sufre, siente la necesidad de encontrar a alguien a quien culpar y, de esta forma, vengar su decepción. Algunas explicaciones sociales tienen la función de identificar una causa del mal cualquiera, para justificar su eliminación radical,

comunidad víctima de la violencia o agobiada por algún desastre se entrega gustosamente a una caza ciega del «chivo expiatorio». Instintivamente, se busca un remedio inmediato y violento a la violencia insoportable. Los hombres quieren convencerse de que sus males dependen de un responsable único del cual será fácil desembarazarse (Girard, 1983, p. 88).

El proceso de asignación de culpas revela aspectos del pacto social en el que se basa una comunidad, y las estrategias puestas en marcha para defenderla de enemigos internos y externos. De hecho, el proceso de atribución de culpas y los procedimientos rituales para gestionarlas son un indicador de las estructuras sociales y políticas de una comunidad: el chivo expiatorio ejerce fuerzas sociales que no responden a lógicas racionales, a la inversa, es muy evidente

el elemento emocional e incontrolable porque incluso en lo que debería ser el Occidente desarrollado, la democracia y la libertad no están garantizadas perpetuamente.

No es solo la cultura de la cancelación la que encuentra sus raíces en la antigüedad, porque también prácticas como el lavado y el políticamente correcto (que a menudo resultan en censura y revisionismo, especialmente este último), existieron desde tiempos inmemoriales, y, cada vez que se adoptaron, tendían a destruir lo existente para crear algo nuevo o para evitar su nacimiento así dejando intacto el statu quo. De hecho, el debate es mucho menos actual de lo que se piensa. Para brindar una idea al lector, citamos solo algunos de los ejemplos más notorios de estas prácticas: durante la era precolombina (precolonización) el guerrero y sacerdote azteca Tlacaélel (c. 1398-c. 1480) hizo quemar los códigos de los pueblos derrotados (pero también de su propio pueblo) para crear el nuevo imperio azteca (Ostler, 2005); el Concilio de Nicea (325 d.C.) definió la verdad de la fe, y, automáticamente, también lo que no es cierto; en la época de la edad media, la Inquisición atacó todo lo que consideraba herejía y superstición, tanto es así que en 1515, la Iglesia Católica promulgó el *Índice de Libros Prohibidos* (*Index librorum prohibitorum*), una lista (válida hasta la primera mitad del SIGLO XX) que recogía obras consideradas perjudiciales para la fe cristiana (entre los autores censurados, solo por nombrar algunos, Rubelais, La Fontaine, Descartes, Montesquieu, Galileo, Copérnico, Kepler, Balzac, Víctor Hugo, Pascal, Kant, Sartre, Marx, Nietzsche, Schopenhauer, Erasmo de Rotterdam y Giordano Bruno). La última edición del *Índice* (de 1948), contenía unos cuatro mil títulos censurados por razones que iban desde la supuesta herejía hasta la deficiencia moral, la sexualidad o las ideas políticas. Otro ejemplo histórico muy importantes es la quema de libros en Alemania —se quemaron unos 25.000 libros de 94 escritores—, que tuvo lugar en Berlín el 10 de mayo de 1933, y fue una acción del Partido Nazi destinada a condenar al ostracismo títulos y autores considerados antialemanes (entre ellos, Benjamin, Brecht, Einstein, Freud, Kafka, Hemingway, London, Gorki y muchos otros). Lo mismo sucedió en Italia con la censura durante el período fascista.

Si bien estas pueden identificarse como las etapas de la historia cultural de la génesis de las guerras culturales, en el SIGLO XXI se confirma la estrecha relación entre cultura, poder y política, que se transfiere de los entornos físicos (offline) a los entornos digitales (online) en un proceso de *mutual shaping* (conformación mutua), que favorece los nuevos fenómenos de las subculturas políticas digitales, proyectándonos hacia la problematización de los procesos de

democratización (Ould Mohamedou & Sisk, 2017) que involucran a comunidades o incluso naciones enteras. En particular, si transponemos y ampliamos lo que se ha definido como la genealogía histórica de la cancelación (Mellino, 2023) a todas las formas de guerras culturales, podemos identificar algunos momentos fundamentales que promovieron el desarrollo de estas prácticas:

1. la colonización de las Américas por las culturas occidentales.
2. la reacción de los movimientos anticolonizadores, de liberación nacional o deconolones.
3. el nacimiento y desarrollo de movimientos sociales antirracistas y feministas en oposición a la cultura occidental dominante, que se entrelazan con los movimientos anteriores.
4. la reacción más o menos conservadora de los círculos políticos contra el cuestionamiento de sus privilegios simbólicos y materiales, reivindicado a nivel sociopolítico por los movimientos sociales.

Si esto es lo que sucedió en milenios anteriores, este tercer milenio quizás tenga demasiados ejemplos. Entre los primeros en terminar bajo censura o revisionismo (en la versión reescrita) está la productora cinematográfica Disney. Sus clásicos terminaron en el ojo de la tormenta del extremismo woke y de la misma batalla «progresista» iniciada por la multinacional cinematográfica. El último caso se refiere a la decisión de la *British Board of Film Classification* (Junta Británica de Clasificación de Películas, BBFC) de degradar la película *Mary Poppins* de U (universal) a PG (guía parental), por incitación al racismo y por lenguaje considerado discriminatorio. Específicamente, fue acusada la palabra «hotentotes» repetida dos veces por el almirante Boom porque reconocido como un término utilizado históricamente de manera despectiva por los colonizadores europeos para indicar a la población *khoikhoi* sudafricana. Del mismo modo, y en el mismo periodo (febrero de 2024), la misma institución británica degradó la película *Flash Gordon* —por violencia moderada, referencias sexuales y estereotipos discriminatorios— y la película *Rocky* —por la presencia de maltrato doméstico— de PG (guía parental) a 12 A (películas prohibidas a menores de 12 años), justificando estas decisiones como consecuencia de los cambios culturales y sociales que se están produciendo en la sociedad.

El hacha de la censura ya había golpeado también a cuentos de hadas como, por ejemplo, *Barba Azul* de Charles Perrault, acusado de instigar el feminicidio y, por lo tanto, no apto pedagógicamente para niños; así como el cuento de hadas de *Caperucita Roja* porque considerado sexista e inadecuado

para la sensibilidad de género. En esta última perspectiva, están las versiones actualizadas de *El Principito* que se convierte en *La Princesa* —pero también del *Zorro* y *El viejo y el mar*—, de los personajes y superhéroes de Marvel transpuestos a su homólogo femenino, o a una versión más femenina, en línea con las tendencias que apoyan la necesidad de una transición de la masculinidad tóxica a «saludable» (Walig, 2019). De la misma manera, están las peticiones de reinterpretación de cuentos de hadas basados en las historias de princesas besadas por el príncipe para romper hechizos y magia, un gesto considerado sinónimo de violencia sexual porque sin consentimiento. Entre la literatura infantil, fueron remitidos a revisión/censura el libro de Leo Lionni *Piccolo blu e piccolo giallo* (Pequeño azul y Pequeño amarillo) para transmitir mensajes homosexuales, o *The Dictionnaire fou du corps* (El Diccionario loco del cuerpo) de Katy Couprie para contener escenas que podrían impresionar a los jóvenes, y en los clásicos de Roald Dahl (en particular *Matilda*, *Charlie y la fábrica de chocolate*, *James y el melocotón gigante*) en los cuales las palabras consideradas ofensivas (por ejemplo, gordo, hombrecitos, hembra) fueron eliminadas y reemplazadas por un lenguaje inclusivo (enorme, persona pequeña, mujer).

MAUS, el famoso cómic de Spiegelman sobre el Holocausto, fue censurado como libro de texto escolar porque se consideró brutal, violento, con lenguaje cuestionable, inoportuno para los estudiantes. Del mismo modo, *The Bluest Eye* (El ojo más azul) de Toni Morrison (ganadora del Premio Nobel), se censuró por obscenidad. Pero también las películas de animación *Los Aristogatos*, *Lilly y el vagabundo*, *Dumbo*, *Peter Pan*, todas acusadas de transmitir mensajes denigrantes, discriminatorios y racistas (como se indica en el *disclaimer*, es decir el descargo de responsabilidad de las películas en cuestión). En este sentido, *Los Aristogatos* transmitirían una imagen despectiva hacia las poblaciones asiáticas porque el gato Shun Gon reproduce estereotipos relacionados con las características físicas y las costumbres de estas: ojos almendrados, dientes saltones, y para tocar el piano utiliza el Kuài Zi (para los chinos) o Hashi (para los japoneses), es decir los palitos orientales. La misma motivación se afirma para la otra película, *Lilly y el vagabundo*. En la versión actual, de hecho, los dos gatos siameses desaparecen, porque en la película original eran representados como ambiguos y poco confiables, y esto identificaría estereotipos ofensivos sobre la cultura asiática que ya no se pueden aceptar.

El racismo contra los esclavos estadounidenses, por otro lado, estaría presente en la película de animación de *Dumbo* en la que se canceló la presencia del cuervo negro Jim Crow (nombre de las leyes que impusieron la segregación

racial en los estados del sur de los Estados Unidos), y otros ajustes en esta dirección también están afectando la nueva versión del *Tío Tom* con el objetivo de eliminar todas las escenas e imágenes consideradas ofensivas para la comunidad afroamericana. En *Peter Pan*, además, el uso de la expresión piel roja se considera ofensivo y racista hacia los nativos americanos.

La campaña de revisionismo de Disney, sin embargo, ya había comenzado unos años antes, cuando las operaciones de «limpieza» golpearon la versión cinematográfica de *Alladin* con el reemplazo de un verso de la canción de apertura *Arabian Nights*: el verso «Donde te cortan la oreja, si no les gusta tu cara» se consideró demasiado cínico y perturbador de la sensibilidad de las personas, y entonces se reemplazó con «Donde es plano e inmenso y el calor es intenso». Lo mismo ocurre con *El Rey León*, donde se elimina la escena en la que Simba (el león) cae al suelo y se retuerce en el polvo y parece formar la palabra sexo (en realidad, «sfx» que identifica unos efectos especiales), o para *Who Framed Roger Rabbit*, donde se elimina la escena en la que el vestido de Jessica se levanta revelando sus piernas dando la impresión de no llevar ropa interior: en los diferentes cambios de escenas, se pasa de una primera versión en la que se muestra ropa interior blanca, a la última versión en la que el vestido no se levanta. Mismo destino para la comedia adolescente *Splash, una sirena en Manhattan* donde se borran algunas escenas rápidas que contienen desnudos, y para la película, *All that night*, icono de la compañía cinematográfica Touchstone (estudio creado por Disney para la distribución de películas y comedias para familias y un público más adulto) donde se elimina la palabra «fuck» pronunciada dos veces. Todas estas decisiones fueron justificadas por la plataforma de streaming Disney+ que declaró su firme deseo de defender la oferta familiar y la orientación inclusiva de su catálogo.

Otro revuelo se produjo con la censura de la película *Lo que el viento se llevó*, un clásico en la historia del cine. La acusación de ser una película no políticamente correcta y racista fue lanzada por el guionista John Ridley (2020), según quien en la película hay una romantización y glorificación de los estados confederados, del Sur perfecto contra el Norte violento, y se perpetúan los estereotipos sobre los negros. La plataforma HBO Max, propiedad de Warner Media, inicialmente eliminó la película y luego la volvió a lanzar con el descargo de responsabilidad inicial, advirtiéndole que la película «niega los horrores de la esclavitud» y acompañándola con dos videos cortos que la contextualizan históricamente. Del mismo modo, *Breakfast at Tiffany's* también se encuentra entre las películas sometidas a la corrección política con la

acusación de estereotipos y racismo, mientras que *The Dragon* está precedida por advertencias relacionadas con la raza y la sexualidad, y nuevamente *Forrest Gump* no se considera políticamente correcto porque hay escenas consideradas hostiles al derecho de manifestación de la contracultura y hay incitación al racismo por el nombre del protagonista igual al de su abuelo identificado como partidario del Ku Klux Klan. Y, finalmente, la *Pasión de Cristo* es acusada de antisemitismo, mientras que Quentin Tarantino es acusado de su lenguaje políticamente incorrecto y ofensivo debido a su uso en sus películas (especialmente en *Jackie Brown* y *Django desencadenado*) de la palabra «nigger» (negro) considerada como un insulto a los afroamericanos. Cabe señalar que, según el *Oxford English Dictionary-OED*, el término «nigger» inicialmente no tenía una connotación racista, sino un significado relativamente neutral que simplemente identificaba a las personas de piel negra (Oxford University Press, s.f.). La palabra se encontró en muchas novelas de finales del siglo XIX y principios del XX, todas limpiadas en la actualidad como, por ejemplo, el título de la novela de Agatha Christie *Ten Little Niggers* que desde los años ochenta del siglo pasado se ha cambiado a *And Then There Were None* (Pendergast, 2004). También hubo una fuerte controversia en torno a la novela de Mark Twain *Las aventuras de Huckleberry Finn*, donde se usa muchas veces la expresión «nigger», tanto que esta novela fue eliminada de la lista de libros de texto escolares luego de solicitudes de un grupo de padres en Arizona. Aunque el Tribunal Supremo rechazó el intento, desde 2010 las reediciones de la novela eliminaron la palabra «nigger», sustituyéndola por el eufemismo «N», o en la versión publicada por la editorial NewSouth Books se elimina también el eufemismo, así como la palabra indio, y se utiliza la más genérica palabra esclavo con la esperanza de «Contrarrestar la censura preventiva» (Page, 2011). Lo mismo ocurre con la novela *The Nigger of the Narcissus* de Joseph Conrad que desde 2009, en las reediciones publicadas por WordBridge Publishing, borra la palabra «nigger» del texto y del título y la remplacea por *The N-Word*, con la intención de mayor inclusividad y evitar ofender a la sensibilidad moderna (Titlestad, 2013). Evidentemente, el políticamente correcto y la censura se declinan en todas las dimensiones —no solo por la cuestión racial— porque por ejemplo en escuelas femeninas se canceló la representación de *Los monólogos de la vagina* de Eve Ensler porque fue reconocida como ofensiva para las «mujeres sin vagina». La misma dinámica de sanción social, totalmente desarrollada en plataformas digitales, castigó en 2019 el escritor y crítico cultural mexicano Guillermo Fadanelli, quién en sus columnas de

opinión en X, cuestionó de forma irónica y provocadora aspectos del lenguaje inclusivo, ciertas dinámicas identitarias y el avance de la corrección política en el ámbito cultural y literario. Dichas declaraciones sometieron Fadanelli a una vertiginosa campaña de cancelación y de boicot en línea, que conllevó en el mundo offline a cancelaciones y reestructuraciones de su participación en el marco de premios y presentaciones editoriales programadas.

Limpieza también para los textos de *James Bond* de Ian Fleming, donde se eliminaron todas las expresiones relativas a descripciones consideradas sexistas o raciales y se reeditará toda la serie introduciendo el descargo de responsabilidad en el que se destaca que las actualizaciones de las nuevas ediciones, sin dejar de ser fieles al texto original, se deben a la necesidad de no ofender la sensibilidad y susceptibilidad de los lectores que puedan sentirse ofendidos por términos y actitudes presentes en los textos. Se trata, entonces, de prácticas inquisitoriales que golpean todas las dimensiones de la cultura, de las películas, a los libros, al arte (por ejemplo, las obras de Francisco de Goya y de Gustave Courbet censuradas y prohibidas por ser demasiado explícitas), a la música (Beatles, Sex Pistols, Madonna, Guns N' Roses, todos censurados por alusiones a las drogas, a contenido sexual, a la política).

Las dinámicas y procesos analizados a través de los múltiples ejemplos presentados destacan que las tendencias existentes influyen significativamente en las sociedades actuales a nivel mundial (Schwartz, 2001). El mito de la pureza y el rigor de la intransigencia disfrazan al capitalismo y a la derecha reaccionaria de progresismo. Sin embargo, la otra cara de la moneda es que la amenaza del extremismo también impregna los movimientos sociales y los propios ambientes de izquierda. El resultado, como se explorará en las siguientes páginas, es la creación de una atmósfera asfixiante, donde la deconstrucción como fin en sí mismo se convierte en la herramienta para redimensionar la conciencia crítica de la opinión pública sobre los reales problemas sociopolíticos y socioeconómicos y, en consecuencia, contribuir a polarizar y fragmentar el espacio democrático y dialógico.

II.- Cultura de la cancelación, definiciones y formas

Existe mucha confusión sobre el concepto de cultura de la cancelación (Mangone & Picarella, 2024), tanto sobre lo que realmente significa (se considera erróneamente sinónimo de woke y cultura de la denuncia, o incluso de corrección política) como sobre cuándo se desarrolló, pero una cosa es cierta: existe en la medida en que es narrada por los medios de comunicación y, en particular,

por los medios digitales (Gualda et al., 2026). Para comenzar a aclarar estos dos aspectos, recordemos dos episodios (geográficamente distantes entre sí, uno concierne a los Estados Unidos y el otro a Europa) pero que nos hacen entender muy bien el clima político-cultural de estos primeros veinte años del tercer milenio.

El 7 de julio de 2020, como ya se mencionó en el capítulo anterior, *Harper's Magazine* publicó una carta abierta en su sitio web, *A Letter on Justice and Open Debate* (Ackerman et al., 2020) en la que hay una dura crítica porque, aunque nunca se menciona en esta carta el termino cultura de la cancelación, sin embargo, se argumenta el peligro de una restricción del debate público que limita las posibilidades de participación democrática.

Otro episodio se refiere a la Unión Europea que, a finales de 2021, emitió unas directrices tituladas *#UnionOfEquality. Directrices de la Comisión Europea para la Comunicación Inclusiva* (European Commission, 2021). Estas directrices establecen un propósito de normas comunes para la comunicación inclusiva (externa e interna) y proporcionar ejemplos prácticos y asesoramiento a todos los colegas de la Comisión. El debate se desencadena en referencia al apartado «Cultura, estilo de vida y creencias» de estas directrices, porque se invita a utilizar un lenguaje neutral para evitar cualquier tipo de intolerancia, prejuicio y estereotipo. Por ejemplo, para mayor claridad, una acción solicitada en este apartado es: «Evitar describir a las personas como casadas o solteras (esto invisibiliza a las parejas que conviven)».

Inmediatamente después de la difusión, en Italia (en particular) se publicaron una serie de artículos periodísticos y posts de políticos (de diferentes partidos) de indignación. Ejemplos de ello son los artículos de los periódicos *il Giornale* (28 de noviembre de 2021) y *la Repubblica* (29 de noviembre de 2021) que titulan respectivamente lo siguiente: «En Europa está prohibido decir Navidad o incluso llamarse María» (Giubilei, 2021) y «Nunca decir Navidad: el decálogo de la UE que quiere dictar las palabras correctas» (Ginori, 2021); o los comentarios de Giorgia Meloni (Fig. 1) —aún no primera ministra— y de Matteo Renzi (Fig. 2).

Estas reacciones tendrán el efecto, por un lado, de las disculpas de Helena Dalli (entonces Comisaria de Igualdad de la Unión Europea) y, por el otro, del retiro de las directrices, descartándolas como un borrador interno que aún no se había revisado y no se había difundido.

Estos episodios contienen todos los elementos que caracterizan a la cultura de la cancelación: desde la centralidad del tema en el debate público en par-

ricular en algunas áreas geográficas como Estados Unidos de América (ver la carta) o algunos países europeos (ver Italia), hasta la gran confusión en torno a esta práctica y los efectos producidos por su aplicación. A continuación, intentaremos aclarar mejor todos estos elementos y el papel que asume esta forma de guerra cultural en el desencadenamiento de cambios en la actual sociedad fragmentada.

► Figura 1. Post Facebook de Giorgia Meloni y traducción completa al español.



Fuente: Giorgia Meloni (2021, 28 de noviembre). Il politicamente corretto non risparmia niente e nessuno. La Commissione Europea, tramite un documento interno, considera il Natale una festività [Imagen adjunta] [Post]. Facebook. <https://www.facebook.com/giorgiameloni.paginaufficiale/posts/10159585289077645>

- [La corrección política no perdona nada ni a nadie. La Comisión Europea, a través de un documento interno, considera la Navidad como una fiesta poco 'inclusiva'. Los nombres Maria y Giovanni también están bajo la lupa. ¿La razón? Podrían ser 'ofensivos' para los no cristianos. En nombre de una ideología siniestra, quieren suprimir la cultura de un pueblo. Nuestra historia y nuestra identidad no se borran, se respetan]

► Figura 2. X Post de Matteo Renzi y traducción completa al español.



Fuente: Renzi, M. [@matteorenzi]. (2021, 30 de noviembre). La Commissione Europea ha ammesso l'errore e ritirato il documento che suggeriva di non usare la parola «Natale». Bene così. [Post]. X. <https://twitter.com/matteorenzi/status/1465659769944002565>

- [La Comisión Europea admitió el error y retiró el documento que sugería no utilizar la palabra 'Navidad'. Está bien. Era un documento absurdo y equivocado. Una comunidad no le teme a sus raíces. Y la identidad cultural es un valor, no una amenaza]

La introducción de esta terminología en el lenguaje actual es relativamente reciente, de hecho, en 2019 el diccionario australiano *Macquarie Dictionary* la nombró palabra del año y en 2020 el *Oxford Dictionary* también hizo lo mismo. No es posible identificar una fecha precisa en la que el término entró en su uso actual y, precisamente a la luz de la confusión que existe sobre este término, su uso también se diferencia en función del significado que se le asigna. A pesar de esto, sin embargo, podemos argumentar que el término cultura de la cancelación se originó (más o menos a partir de 2015) a partir de *Black Twitter* (consistencia de los usuarios negros de Twitter, ahora X, capaces de movilizar a un gran número de individuos para moderar el discurso racista y misógino),

con los hashtags *#cancelled* o *#x'isover* en los que «x» indica una persona o una organización (Roos, 2020). De aquí, pues, nacieron los debates sobre la cultura de la cancelación, un término que comenzó a afirmarse en 2017 con el movimiento *#MeToo* en Estados Unidos que, tras la revelación pública del acoso y agresión sexual perpetrado por Harvey Weinstein a algunas mujeres, lucha contra el abuso sexual y la violencia contra las mujeres con una estrategia basada en campañas de denuncia pública y boicoteo de personajes (más o menos conocidos, y más o menos colocados en el centro de las acusaciones de acoso o violencia). El término, sin embargo, comenzó a ganar relevancia en 2020 con las acciones del movimiento *Black Lives Matter* tras las protestas por el asesinato de George Floyd.

Aunque no hay unidad en términos de definición, sin embargo, las diferentes definiciones tienen algunos puntos en común. Intentemos dar una visión general de las definiciones que ciertamente no es exhaustiva, pero da una buena idea de la confusión que existe en torno a esta práctica.

De entrada, es posible decir que cultura de la cancelación «puede definirse en sentido amplio como el intento de condenar a alguien al ostracismo por infringir las normas sociales» (Norris, 2020, p. 2) o, en un sentido más estricto, como «la práctica de retirar el apoyo (o cancelar) a figuras públicas y empresas después de que hayan hecho o dicho algo considerado censurable u ofensivo» (Lizza, 2020), o incluso cómo

La retirada de cualquier tipo de apoyo (audiencia, seguimiento en redes sociales, compra de productos respaldados por la persona, etc.) a quienes se considere que han dicho o hecho algo inaceptable o muy problemático, generalmente desde una perspectiva de justicia social especialmente atenta al sexismo, el heterosexismo, la homofobia, el racismo, el acoso escolar y cuestiones afines (Ng, 2020, p. 623),

O, en última instancia, «‘cancelar’ es una expresión de agencia, una decisión de retirar la atención de alguien o algo cuyos valores, (in)acción o discurso son tan ofensivos, que uno ya no desea agradecerlos con su presencia, tiempo y dinero» (Clark, 2020, p. 88). Cada una de estas definiciones se caracteriza por algunas particularidades, pero entre ellos hay varios elementos comunes que se pueden resumir de la siguiente manera: «(a) la vergüenza pública de un comportamiento inaceptable, y (b) la retirada de apoyo, que están (c) motivadas por el deseo de ver a las personas objetivo experimentar algún tipo de consecuencia o sanción debido a sus acciones (por ejemplo, perder el empleo,

otras fuentes de ingresos) o para garantizar que estas personas sean desterradas socialmente» (Tandoc et al., 2024, p. 1946).

Pero ¿qué surge de estas características comunes? Surge que la acción de cancelar se produce principalmente con denuncias en las redes sociales, facilitadas por la difusión del uso de plataformas que garantizan formas de anonimato y que se traducen de manera muy similar a las denuncias clásicas que requieren el proceso de condena/castigo para impulsar el cumplimiento de las reglas. Además, de estas características comunes, también surge que las razones que empujan a las personas a acercarse y seguir la cultura de la cancelación no son únicas. A menudo, están vinculados a valores morales personales (condenar actitudes consideradas incorrectas o injustas hace que la conciencia se sienta limpia). Van desde el deseo de condenar y, por lo tanto, desterrar un sujeto que es objeto de la acusación para evitar que continúe en sus acciones consideradas negativas, hasta la promoción de la responsabilidad individual sobre los problemas sociales. En este último caso, un ejemplo son las campañas de boicoteo contra algunas marcas famosas acusadas de trato poco ético a los trabajadores o de contaminación ambiental.

Para entender la dinámica de la cultura de la cancelación en su complejidad, sería necesario entender qué significa para los individuos y cómo la perciben, esto nos permitiría entender cómo los propios usuarios de las redes sociales entienden este tipo de fenómenos. Esto no es fácil si tenemos en cuenta el hecho de que los estudios científicos sobre este tema se están difundiendo solo en los últimos años (Saint-Louis, 2021; Gualda et al., 2026), mientras que existen múltiples análisis periodísticos de molde sensacionalista.

Evidentemente, la cultura de la cancelación adopta estrategias similares a la lógica del boicoteo de los consumidores para retirar el apoyo a las marcas y empresas para así dañar su reputación, y, además, utiliza preferentemente las redes sociales para avergonzar a las personas u organizaciones consideradas culpables, con la intención de ejercer presión para solicitar y provocar formas de sanciones y castigos (limitación del acceso a plataformas públicas, difamación para destruir carreras públicas, instigación de acciones legales). En los últimos años, sin embargo, esta práctica también ha dejado el mundo de las plataformas digitales para aterrizar en el mundo físico implementando el llamado *mutual and social shaping* (MacKenzie & Wajcman, 1999), es decir, ese modelado recíproco entre tecnología y cultura que tiene lugar porque las tecnologías se ubican socialmente y forman parte, con la sociedad y la cultura, de los mismos procesos. En los últimos tiempos, de hecho, la práctica de borrar

la cultura llegó hasta la demolición o el daño de las estatuas de Cristóbal Colón, o de los presidentes George Washington y Thomas Jefferson en los Estados Unidos de América.

Durante las protestas sociales en América Latina (2019-2021) hubo una línea de acción común caracterizada por la demolición de estatuas simbólicas del pasado colonial. Desde muchos lados (particularmente desde las clases altas) la acción fue leída como vandalismo, desde muchos otros como el cuestionamiento de las narrativas oficiales, y como la necesidad de repensar los símbolos y las narrativas colectivas, con sus evidentes aspectos de invisibilidad y prejuicios para imaginar otros futuros posibles a partir de diferentes recuerdos, identidades y culturas. Por lo tanto, como una acción de resignificación para participar con sus voces, experiencias y sentimientos en la construcción de lo común y público, un ejercicio de deconstrucción o desmantelamiento de aquellos símbolos y representaciones de la memoria hegemónica donde las clases excluidas no tienen reconocimiento del papel de agentes históricos y políticos (tanto en el pasado como en el presente). En Colombia, por ejemplo, la protesta social comenzó (28 de abril de 2021) con un gesto simbólico: el derrocamiento, en Cali (Valle del Cauca), de la estatua del conquistador español Sebastián de Belalcázar por parte de un grupo de indígenas Misak. El 7 de mayo en Bogotá, el símbolo político del país fue el turno de la estatua de Gonzalo Jiménez de Quesada, fundador de la capital. Días después, manifestantes de diferentes sectores sociales llevaron a cabo ataques a los monumentos de ex presidentes, políticos, héroes de la Independencia, conquistadores españoles, etc. De esta manera, estatuas de personajes tan diversos como Misael Pastrana, Diego de Ospina y Medinilla, Gilberto Alzate Avendaño, Simón Bolívar, Andrés López de Galarza, Policarpa Salavarrieta, Antonio Nariño y Cristóbal Colón, entre otros, han sido desfiguradas, manchadas, pintadas, destronadas de sus pedestales en ciudades como Neiva, Pasto, Popayán, Ibagué y Barranquilla. Otros símbolos del pasado común o de la identidad nacional fueron resignificados: la bandera se colocó al revés, con el rojo en la parte superior como signo de denuncia de la sangrienta represión estatal, acompañada de murales y grafitis. Junto a estas acciones, se han erigido nuevos símbolos territoriales, por ejemplo, en Cali se construyó colectivamente el Monumento a la Resistencia en Puerto Resistencia (uno de los símbolos de la concentración masiva). La resignificación de los espacios públicos continuó con el cambio de nombre de calles y plazas: la Avenida Misak (antes Jiménez) en Bogotá, el Viaducto Lucas Villa (antes César Gaviria Trujillo) en Pereira y el Parque de la Resistencia (antes

Parque de los Deseos) en Medellín. Otro ejemplo simbólico fue en Bogotá con la demolición por parte de manifestantes del Monumento a Los Héroes (un monumento dedicado a los héroes de la patria y la institución militar), el principal punto de encuentro de las protestas en la capital.

La misma situación en Chile durante las protestas sociales del mismo período, con más de 400 monumentos nacionales y esculturas dedicadas a personajes de la colonización y personajes prominentes del ejército chileno. Entre los diversos ejemplos: en Santiago, en la Plaza Baquedano, generalmente conocida como Piazza Italia, la estatua del general chileno Manuel Baquedano fue derribada por los manifestantes. En el norte del país se derribaron estatuas de Cristóbal Colón, en el norte de Santiago se sustituyó la estatua del soldado de la colonización española Francisco de Aguirre por una escultura de una mujer diaguíta como homenaje a las etnias precolombinas. En Temuco, poblado principalmente por mapuches étnicos, se retiró el busto del conquistador Pedro de Valdivia y se colgó la cabeza de la escultura en manos del guerrero de la resistencia anticolonizadora Caupolicán. En Punta Arenas, la estatua de José Menéndez, uno de los principales perpetradores del exterminio de la etnia Selk'nam, fue derribada y colocada al pie de la estatua del indio Patagón, en honor a los pueblos indígenas que vivían en esa zona antes de la colonización.

En este punto de nuestra reflexión, es necesario aclarar algunos aspectos más: la cultura de la cancelación no es sinónimo de woke culture, que hemos profundizado en el capítulo anterior, tampoco de *call-out culture* o de corrección política, todas identificadas como guerras culturales.

En específico, la *call-out culture* (cultura de llamado) tiene un origen más reciente, pero también se remonta al mundo digital. Nació en la red social Tumblr, que permite publicar y compartir contenidos multimediales. Para ser más precisos, recordamos que en 2010 nació un blog llamado «Tu favorito es problemático», en el que se recogían comportamientos o declaraciones de personajes públicas o celebridades que se consideraban ofensivos (especialmente hacia minorías y/o grupos de población vulnerables) y se difundían en la web como una especie de deshonor para estos comportamientos. El blog tenía la función de vigilancia digital (Loveluck, 2020) con acciones online de vigilancia, disuasión o castigo contra estos personajes (denuncia pública o atención no solicitada) realizadas en nombre de la justicia, el orden o la seguridad social. Siempre en términos de diferencia terminológica (Perry, 1992), el *politically correct* (corrección política) indica una orientación ideológica y cultural con la que se evita cualquier ofensa potencial contra ciertas categorías

de individuos, como si fuera una forma de respeto extremo. De acuerdo con esta orientación, las opiniones expresadas (en cualquier forma oral o escrita) deben aparecer libres de prejuicios que se basan en diferentes variables (raza, etnia, religión, género, etc.) tanto lingüística como sustancialmente. En este sentido, se colocan el mencionado episodio del documento *#UnionOfEquality* de la Unión Europea, o la elección lingüística de utilizar el símbolo schwa «ə» en Italia (Ghenó, 2022) para abolir el uso del plural masculino y reducir la dominación lingüística patriarcal, o de igual forma, el uso de @, X, o en el mundo hispanohablante del sufijo es (todos/todas = todes). De esta definición se desprende claramente que el *politically correct* no puede considerarse un sinónimo de *cultura* de la cancelación.

A esta altura, se entiende porque es importante conectar estas prácticas y tendencias de la cultura de la cancelación a la más amplia cuestión de democratización de la esfera pública y de los debates. La ambigüedad de la *cancel culture* conlleva que si esta tendencia puede dar voz a grupos que por diversas razones no la tienen (diferentes posiciones sociales y culturales), también impulsa el debate sobre la libertad de expresión y, por lo tanto, sobre la reducción del pluralismo de opiniones. Tampoco cabe duda de que estas praxis tienen un valor político significativo mientras se centran en narrativas de tipo mediático dado el uso masivo de los medios digitales. Esto es cierto porque las narrativas son en sí mismas potencialmente subversivas precisamente porque nos permiten dar voz, pero también pueden ser hegemónicas porque expresan efectos ideológicos y supuestos dominantes considerando su carácter convencional. Como señala Paliy (2024), la *cancel culture* opera de manera efectiva como una herramienta de influencia y de impacto social que condensa dinámicas de presión colectiva, reconfigurando las normas de aceptabilidad en el discurso público. En este sentido, se convierte en una dinámica estructural y en un mecanismo discursivo de poder e influencia sobre la opinión pública y el comportamiento social y, por lo tanto, el fenómeno trasciende la protesta punitiva e interviene activamente en la legitimación o deslegitimación de las narrativas hegemónicas y de la propia disidencia.

Si estas guerras culturales traen consigo todas las ambigüedades conceptuales que se han esbozado anteriormente, es porque las narrativas perpetradas por los medios de comunicación de masas (en particular a través de las redes sociales) las han construido de esta manera, a menudo tergiversando los fenómenos en gran medida tanto por la cantidad de cobertura que se dedica a eventos específicos como por la polarización y univocidad de los marcos narrativos.

Las guerras culturales enfatizan algunos temas, conceptos o categorías mentales e invisibilizan otros temas, modifican la jerarquía de valores de la sociedad, fortaleciendo aquellos que promueve y vaciando de significado aquellos que ignora (intencionalmente o no) produciendo también efectos perversos y consecuencias negativas. El nuevo campo de batalla (de ahí el uso de la terminología guerras culturales) es la cultura, utilizada como lugar preferido para comenzar las nuevas cruzadas de las sociedades fragmentadas.

III.- *Politically correct* e intentos de inclusión

Con la evolución de la especie humana, entramos en lo que se reconocerá como la era del lenguaje (Goody, 1990; Ong, 1987), entendida como una forma de mediación simbólica universal (hermenéutica).

El lenguaje debe analizarse a partir de la existencia de los individuos (Ricoeur, 2003), teniendo en cuenta la dimensión histórico-social, la intencionalidad de quien habla y la relación con el interlocutor, todas indispensables para la comprensión de la acción. De hecho, la acción necesita de la palabra que, articulada a través del lenguaje, nos permita atribuir significados a nuestras propias acciones y a las de los demás, y también coordinar las acciones de las pluralidades.

El lenguaje es tan importante como herramienta y en la vida de los individuos que, en el campo de la etnometodología, se considera uno de los problemas fundamentales de la sociología ya que diferentes situaciones comunicativas producen elementos comunes (universales) que no son lingüísticos (Cicourel, 1973). Según Schwartz y Jabobs (1979), estos se pueden resumir de la siguiente manera: 1) múltiples fuentes de información (sonidos, signos, etc.) se utilizan selectivamente sobre la base de la necesidad de entender y ser comprendido; 2) los significados no se obtienen única y exclusivamente de los sonidos por medio de un código. Lo que se entiende siempre es más de lo que se ha pronunciado porque la situación permite un continuo fluctuar entre lo que se dice y lo que se entiende (si pensamos en las redes sociales que hacen un gran uso de las imágenes, entendemos cómo en realidad el significado se construye a partir del texto escrito o de la palabra, pero también por la imagen que lo acompaña; 3) hablar y escuchar son casi siempre condiciones de improvisación (en un sentido amplio).

A la luz de estos elementos universales, el sentido de la estructura social también se proporciona por medios distintos de los que normalmente se consideran competencia lingüística. A partir de este punto de vista, Cicourel

(1973) comenzó a estudiar lo que denominó «procedimientos interpretativos» que permiten al actor generar respuestas adecuadas (generalmente innovadoras) al cambio de escenarios situados. Por lo tanto, el análisis debe dirigirse a cómo los individuos y/o grupos sociales crean el lenguaje, la forma en que impregna cada experiencia individual y cómo la interpreta y, por lo tanto, el conocimiento de la situación del mundo social vivido.

En los últimos años, la reflexión se enfoca sobre cómo los cambios sociales pueden contribuir a generar transformaciones, incluso profundas, en el léxico. En algunos casos, por ejemplo, el cambio está vinculado a la aparición de una nueva sensibilidad social sobre de un tema o problema que contribuye a cambiar las formas y modos de mirar la realidad social. Es decir, aunque el objeto de referencia permanece inalterado, el léxico puede sufrir cambios que sugieran nuevas perspectivas de significado (Mangone, 2022c). Es igualmente cierto, sin embargo, que las transformaciones lexicales a menudo son el resultado de una retórica de lenguaje «políticamente correcto», pero que en sí mismo es incapaz de profundizar el problema a nivel estructural y, de hecho, no transforma la manera en que los individuos se relacionan con la cuestión. Esto porque, no está claro si las variaciones lexicales que caracterizan la forma de indicar ciertos temas, categorías o problemas sociales son atribuibles a un cambio real de actitud (u opinión) por parte de la opinión pública, o es genéricamente a una moda.

Según Hughes (2010), la corrección política se refiere a un tipo de lenguaje que es utilizado más o menos conscientemente por un grupo social que lo considera apropiado y capaz de reflejar sus creencias, valores e ideales. En este sentido, por tanto, lo que no se considera «políticamente correcto» es censurado por el propio grupo social al considerarlo como ofensivo. En el sentido moderno, el concepto se remonta al lenguaje marxista-leninista porque durante la Revolución Rusa de 1917 se utilizó para indicar lo que estaba «alineado» y, por lo tanto, se corrigió con las visiones e ideales del Partido Comunista. Desde la década de 1960 en Estados Unidos de América, la corrección política se ha relacionado directamente con las luchas de los movimientos sociales minoritarios que denunciaban la discriminación y reivindicaban los derechos civiles, retomando el significado utilizado por los partidos comunistas (mencionado anteriormente) de alineación correcta con lo que establece la dirección del partido. Entre las décadas de 1970 y 1980, la corrección política adquirió un tinte irónico por parte de los liberales estadounidenses y las corrientes de centroizquierda que utilizaron el término para criticar la retórica ortodoxa del

extremismo de izquierda. Los conservadores, por otro lado, se apropiaron del término durante la década de 1990 para oponerse a lo que percibían como una metodología de enseñanza universitaria demasiado cercana a la izquierda liberal (Epstein, 1992).

Es bastante problemático establecer una definición que satisfaga adecuadamente los matices ambiguos de un concepto altamente polisémico como el del lenguaje «políticamente correcto». El llamado al uso del lenguaje políticamente correcto hoy impregna cualquier discurso y se entrelaza con una amplia gama de temas (Reutner & Schaforth, 2012). Desde un punto de vista estrictamente lingüístico, el uso de un lenguaje políticamente correcto debería tender a la inclusión y, por lo tanto, a la eliminación de cualquier forma de exclusión de grupos o minorías a través del lenguaje. Nuestro pensamiento, de hecho, determina la percepción que tenemos de la realidad, y evidentemente este proceso está influenciado por el lenguaje que usamos. Por lo tanto, es el lenguaje el que da forma a la manera en que leemos la realidad y cómo actuamos en ella, revelando y difundiendo también nuestros prejuicios (Sapir, 1956; Whorf, 1956).

Sin embargo, según Rodríguez González (1988), sería ingenuo creer que un cambio de lenguaje es suficiente para el cambio social. El lenguaje posee una esencia política innegable y, de hecho, según Lakoff (1990), el lenguaje es el iniciador e intérprete de las relaciones de poder, desde el nivel micro al nivel macro. De hecho, se reactualiza la relación foucaultiana entre poder y conocimiento (Foucault, 1970), según la cual el poder está íntimamente ligado al conocimiento y la información y, en particular, a la forma en que se transmite la información a través de la articulación de una serie de elementos discursivos según estrategias subversivas que se implementan con sutileza. Con referencia, por lo tanto, al lenguaje políticamente correcto, para Guitart Escudero (2006) el concepto en sí debe evaluarse de acuerdo con una doble interpretación: en un sentido amplio, refiriéndose a las teorizaciones de la filosofía posmodernista que entiende el lenguaje como una construcción social; mientras que, de manera más delimitada, se vincula a las reivindicaciones de las minorías excluidas con la intención de revertir el equilibrio de poder.

El mantra de la corrección política se asocia, por lo tanto, con lo que se establece social y culturalmente como correcto en un momento particular, confiando en la implementación de un código de expresión y de conducta que se refiere a las visiones orwellianas sobre la relación entre lenguaje, pensamiento y realidad. Orwell (2000), de hecho, definió la neolengua como una herramienta

lingüística capaz de manipular la realidad para reflejar una visión inducida políticamente, eliminando cualquier fuerza evocadora del lenguaje mismo, para lograr una transformación de la visión del mundo y la sociedad. El debate actual sobre la corrección política se centra, entonces, en las definiciones más o menos aceptadas, y, de manera más específica, en su capacidad para limitar la libertad de expresión. En este sentido, si por un lado los partidarios de la corrección política —en línea con la hipótesis anterior de Whorf— creen que es una herramienta para limitar la exclusión social de ciertos grupos y minorías y para bloquear ciertas actitudes excluyentes (especialmente en la era de las plataformas y las redes sociales), por otro lado, los críticos de la corrección política argumentan que la imposición de límites lingüísticos contrae el debate y la confrontación en el espacio público, porque afecta la libertad de expresión a través de una especie de autocensura.

Para Asher y Simpson (1994), las áreas específicas del tabú dependen, de manera específica, de las culturas y los tiempos, pero la necesidad del veto es perenne. Del mismo modo, para Lewandowski la base del tabú se encuentra «[...] en un realismo conceptual mágico que equipara palabras y nombres con significados/objetos designados, en la creencia en el poder mágico de la palabra, cuya enunciación puede causar cambios en el mundo, vergüenza frente a lo sagrado y lo intocable, y el miedo al mal, a lo amenazante, a lo peligroso» (Lewandowski, 1982, pp. 154-155). Como señala Umberto Eco (2021), si la concepción de corrección política se inspira en sí misma al respeto por todos y oposición a cualquier forma de discriminación; sin embargo, ha llevado a formas extremas porque se dirige hacia excesos acusatorios que rayan en un fundamentalismo que asume solo una versión como veraz, negando todos los demás.

Existe entonces una estrecha relación entre cultura y lenguaje porque el lenguaje es el reflejo de la cultura y la sociedad en la que se expresa. En las sociedades actuales, el eufemismo se ha convertido en la principal herramienta para expresarse de una manera políticamente correcta. Recordando a Orr, «el eufemismo es esencialmente un hecho social, ya que se origina en la acción, en la presión que ejerce la comunidad sobre el individuo» (1953, p. 167), y contextualizando esta definición en las actuales sociedades fragmentadas y fluidas, probablemente es necesario considerar que el uso de este lenguaje eufemístico «correcto» es una función de los grupos sociales que lo utilizan, o de los grupos sociales que tienen ciertos intereses económicos y políticos. Y, de la misma manera, es necesario considerar las divergencias diatópicas porque

es en relación con la clase social y el nivel cultural de cada individuo que el eufemismo tiene un mayor impacto como fenómeno social. De hecho, el uso de un lenguaje funcional, hermético y políticamente correcto, lleno de eufemismos diseñados para no ofender sensibilidades, empuja a los más críticos a hablar de la imposición de «expresiones ornamentales» para ocultar la realidad, o de una nueva forma de censura de palabras e imágenes que recuerda de nuevo la predicción orwelliana de enmascarar la realidad cuando algo molesta.

Establecer un código de expresión políticamente correcto ya es una práctica, incluso en los sistemas democráticos más sólidos, y según los más críticos esto parece empujar las sociedades precisamente en esta dimensión orwelliana. Pero, ¿el uso de estas fórmulas sintácticas y léxicas realmente elimina el problema mucho más amplio y profundamente arraigado del sexismo social? ¿Un cambio en el lenguaje, realmente presupone un cambio de mentalidad e impacta la transformación de la sociedad? ¿No es el sentido y la importancia del mensaje lo que es discriminatorio en lugar de un término? ¿El énfasis excesivo en las consideraciones lingüísticas está desviando la atención y la reflexión de lo que realmente se está logrando para construir sociedades más inclusivas?

Las posiciones más críticas destacan el riesgo de censura-autocensura y limitación de la libertad de expresión con la imposición de códigos lingüísticos considerados políticamente correctos y que se validan como la única posición aceptada. Imponer sin discutir, reaccionar con la cancelación —por lo tanto, descalificar— lo que no se considera «alineado», impulsa hacia la erosión de uno de los pilares de la democracia, que es precisamente el diálogo y el respeto de la visión de todas las partes.

El riesgo es entrar en una esfera gris, en una suerte de maniqueísmo 4.0 y 5G donde lo que importa es identificar al enemigo y aniquilarlo, provocando así una reversión abrupta de las intenciones de mayor igualdad y respeto al predominio del sentido de resentimiento-victimismo vengativo.

Esto también produce otro efecto, a saber, una homogeneización polarizadora que es muy útil para el juego de las grandes fuerzas capitalistas que, precisamente en la fragmentación y atomización inducida por los extremos de la corrección política, por el woke y por la cancelación, pueden encontrar un aliado importante para mantener el control social. Recordando las reflexiones de Camus (1975) sobre la diferencia entre revolución y rebelión, se puede decir que la dinámica revolucionaria hace que todo revolucionario termine siendo un opresor o un hereje, al tiempo que enfatiza que los pensamientos que intentan guiar nuestro mundo en nombre de la revolución se han convertido

en ideologías de consenso, no de rebelión. O también las críticas de Pasolini al fanatismo de la intelectualidad progresista, que acaba traducéndose en una simple esclavitud al abolir cualquier auténtica alteridad. En los extremos de estos fenómenos, probablemente es útil actualizar el concepto de «enraizamiento» de Simone Weil (2023) que, refiriéndose a las dinámicas que tienen lugar en las sociedades actuales, nos empuja a reflexionar sobre el anclaje extremo en la ideología totalizadora acompañado, sin embargo, de un desarraigo con respecto al problema real y los esfuerzos por su resolución efectiva.

Un último aspecto que no debe pasarse por alto a la hora de interpretar estas prácticas actuales es que todas estas dinámicas se aplican en diferentes contextos culturales y, como bien ha aclarado Hall (1978), tienen un peso y un papel en los procesos comunicativos. Esto lleva a distinguir entre: *High Context*, típico de los países del área asiática (India, China y Japón) o de los países europeos del área mediterránea (Italia, España, Portugal y Grecia) es decir, aquel en el que la mayor parte de la información transmitida no es explícita en el mensaje, sino que reside en los elementos no manifiestos (gestos, símbolos, silencios, rituales, etc.) hacer implícito el significado dentro del contexto; y *Low Context*, típico de algunos países americanos y países del norte de Europa (especialmente los países escandinavos) es decir, aquel en el que predomina la comunicación verbal y es muy clara y directa, el contexto no transmite significados adicionales ya que todo está ya explicitado en la información proporcionada para que no haya margen de ambigüedad.

A la luz de esta última explicación, según la lógica de la corrección política, es necesario adaptar el lenguaje y también las actividades políticas y sociales de tal manera que no se vuelvan ofensivas para ciertas categorías (mujeres, minorías étnicas, etc.) —teniendo en cuenta la diferencia de contextos antes mencionada— aunque, en muchas ocasiones, esta práctica mueve hacia dos derivas. La primera, es una forma de «discriminación positiva» (Mastrangelo & Petrucci, 2020, p. 13), es decir, el reconocimiento de privilegios particulares a las minorías; la segunda, se refiere a aquellas prácticas que parecen ser el producto de una suerte de «inquisición medieval» sobre las visiones o posiciones que se oponen a las ideas hegemónicas.

A la luz de todas estas dinámicas, nos preguntamos si cancelar, censurar, revisar y limpiar la cultura realmente resuelve los problemas sociales y llena los vacíos estructurales, o es simplemente una forma de ignorar algunos problemas, para centrar la atención pública en lo que está de moda. ¿Aplanar a la sociedad sobre lo que se considera o no políticamente correcto no es más

bien una forma de evitar cualquier diálogo, confrontación, discusión compleja, reflexión crítica? Los mismos descargos de responsabilidad (insertados en los productos culturales) pueden considerarse de la misma manera que las prácticas mencionadas anteriormente porque todo cae dentro de la lógica dual, cultura y capitalismo.

Moldear la sociedad, las opiniones, las actitudes, pretender erradicar las causas de los problemas estructurales a través de estas prácticas, significa (como demostrado en las páginas anteriores) obtener el resultado contrario, es decir, radicalizar y estabilizar los problemas estructurales cada vez más.

CAPÍTULO SEIS.

LAS GUERRAS CULTURALES: LAS DIFERENTES FORMAS DE «LAVADO» (*WASHING*)

La atención de los seres humanos se centra en la necesidad de estar informados, en dominar la naturaleza, en interpretar y guiar las acciones, y en el objetivo emancipador de criticar y liberar la realidad y la conciencia humana de los poderes e ideologías opresivas, todo esto sobre la base de lo que afirmó Habermas (1986), según el cual la sociedad y los seres humanos se estructuran sobre medios determinantes como el trabajo, el lenguaje y el poder. En cuanto al mercado, por ejemplo, esto se traduce en que la comunicación publicitaria siempre ha sido una acción dirigida a persuadir a un potencial comprador, con la intención de aumentar los ingresos y fomentar el consumo (O'Guinn et al., 1999). Sin embargo, los nuevos problemas que involucran a las esferas de la política, la sociedad, la cultura y la economía hacen necesario reflexionar sobre la responsabilidad ética y social de las estrategias de marketing publicitario difundidas tanto en analógico como en digital. Desde un punto de vista ético, está claro que las corporaciones incurren en graves irregularidades, que van desde información falsa sobre sus productos y servicios hasta el uso de mensajes sugestivos para apelar a las emociones del consumidor, sin dar por sentadas las prácticas habituales de competencia desleal, la difusión de micronarrativas mitificadoras, la imposición de roles sociales, la difusión de patrones culturales teñidos de racismo, sexismo y homologación (Baudrillard, 1974), el abuso del naciente fenómeno del *washing* (lavado), cuyo significado ha evolucionado a lo largo de los siglos.

Este término, nacido ya a finales del siglo XVI para indicar literalmente el lavado de una superficie, a partir de 1700 adquirió una connotación figurativa para «cubrir, ocultar». En la actualidad, el término se utiliza para denunciar los intentos de organizaciones, gobiernos, empresas u organizaciones de ocultar o tergiversar acciones consideradas objetables o moralmente reprobables (o incluso criminales), especialmente en el ámbito medioambiental (el llamado

*greenwashing*¹¹). Más recientemente, el término ha adquirido connotaciones raciales e ideológicas, por ejemplo, con el *whitewashing* (blanqueo) presente en los campos cinematográfico y artístico-cultural, o el *pinkwashing*¹², pero como veremos en las siguientes páginas, las prácticas de lavado son múltiples.

I.- El *greenwashing* y la retórica de la sostenibilidad

Según Greenpeace (2012), el *greenwashing* (lavado verde) es una acción engañosa de las empresas para que sus objetivos, productos y servicios se identifiquen como respetuosos con el medio ambiente. Del mismo modo, Lyon y Maxwell (2015) argumentan que las empresas tergiversan selectivamente sus políticas ambientales a través de sus mensajes publicitarios, construyendo así una imagen que no corresponde con la realidad. Es un fenómeno complejo y difícil de reconocer a simple vista, porque a medida que la sociedad toma conciencia del impacto negativo de muchas actividades comerciales en el medio ambiente, comienza a buscar y comprar productos ecológicos. Como resultado, ante la creciente demanda *ecofriendly* y la presión de las instituciones nacionales e internacionales basadas en objetivos globales de sostenibilidad —incorporados en la Agenda 2030 (UN, 2015)—, las empresas están implementando políticas ambientales internas que en muchos casos conducen al *greenwashing* corporativo, intentando demostrar a través de estrategias de comunicación precisas que sus productos, servicios y actividades son sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Diferentes estudios destacan las implicaciones negativas del *greenwashing* en el rendimiento financiero de las empresas en diferentes contextos (Orlitzky et al., 2003). Algunas industrias, particularmente aquellas que son visiblemente contaminantes (por ejemplo, la moda), están sujetas a un mayor escrutinio del consumidor (Stevens et al., 2005) debido a un principio comúnmente aceptado de que tienen una obligación moral mínima con la sostenibilidad ambiental.

¹¹ El término fue utilizado por primera vez en 1986 por el activista Jay Westerveld, quien acusó a la industria hotelera de reutilizar las toallas no para apoyar los ideales ambientalistas, sino para ahorrar en tarifas de lavandería (de Freitas Netto, 2020).

¹² El término se refiere a la icónica cinta rosa, un símbolo internacional de concientización sobre el cáncer de mama, acuñado a principios de los años 90 por Breast Cancer Action. Inicialmente se utiliza para indicar organizaciones que apoyan públicamente la lucha contra el cáncer de mama, luego, sin embargo, indicará aquellas empresas que con sus prácticas comerciales producen y venden productos que contienen sustancias químicas que pueden causar o agravar el cáncer.

Esto evidentemente genera una buena reputación a corto y mediano plazo que aumenta las ventas y los beneficios de la marca. Mediante el *aspirational talk* la empresa describe lo que anhela ser (pero no lo que realmente es), por ejemplo, anunciando objetivos de reducción de emisiones de dióxido de carbono que son distantes y difíciles de alcanzar. Ejemplos de estos discursos aspiracionales, generalmente seguido de acusaciones de lavado verde, son las campañas de las compañías eléctricas que anuncian que ya son verdes, cuando en realidad la producción de energía renovable es un porcentaje relativamente pequeño de su cartera. Los discursos aspiracionales se construyen y comunican sin conexión con los principales stakeholder (Winker et al., 2020) y, por lo tanto, esta desconexión aumenta las acusaciones de estos últimos a medida que el mensaje comunicado a la opinión pública se vuelve más distante de la realidad.

El fenómeno del *greenwashing* parece más desenfrenado que nunca y si, por un lado, nos enfrentamos a una profusión de compromisos ambientales, sociales y de gobernanza, por otro lado, estas acciones parecen estar cada vez más empañadas por declaraciones cuestionables y engañosas. Sin olvidar que el mundo aún está lejos de resolver los acuciantes problemas ambientales y sociales de nuestro tiempo. El optimismo generado por las crecientes demandas de transparencia y ecoetiquetas por parte de los grupos de interés sobre la posible desaparición del *greenwashing* (Bowen, 2014) choca, por el contrario, con una normalización de un fenómeno que se ha convertido en una práctica con efectos perniciosos y sobre la cual el debate académico actual aún parece miope (Montgomery et al., 2024).

También es necesaria una aclaración terminológica, porque el término *greenwashing* difiere del más reciente *greenhushing*, que es un término utilizado para describir cuando una empresa u organización no comunica deliberadamente sus prácticas de sostenibilidad. El término fue acuñado en 2008 por la consultora Treehugger, que afirmaba encontrarse a menudo con clientes que temían sus iniciativas sostenibles (Font et al., 2017). Según Schoeneborn (2017), las principales razones del *greenhushing* son, en primer lugar, los costes, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (pymes), relacionados con la inversión en comunicación o la creación de oficinas dedicadas al marketing y la comunicación y, en segundo lugar, las empresas pueden optar voluntariamente hacer *greenhushing* por temor de ser objeto de críticas. En este sentido, el *greenhushing* podría ser una estrategia precisa de las empresas para

evitar ser acusadas de *greenwashing*, soslayando arriesgar su reputación con impulsos de moda que podrían tener efectos controvertidos en los mercados.

A través de esta dinámica, la sostenibilidad se transforma en branding, y las prácticas de *greenwashing* se convierten en la gramática del capitalismo woke que explota la crisis ecológica: un packaging ecofriendly maquilla de «verde» sus intereses, puntuales estrategias de marketing y de comunicación para posicionarse en una lógica de mercado que exige mostrarse virtuosos, pero sin cambiar realmente.

Evidentemente, detrás de esta retorica comunicativa se esconde una estrategia de poder: hablar de ecología para seguir contaminando, y, además, un problema político más profundo, porque la praxis del lavado verde es una de las más graves amenazas para la transición ecológica mundial. En este sentido, el problema político de base reside en el riesgo de metamorfosis de la transición ecológica en la nueva fase de la acumulación capitalista. De hecho, si por un lado si multiplican Cumbres y Summit sobre los cambios climáticos —paradójicamente patrocinadas por las mismas multinacionales y marcas reconocidas—, y por el otro las campañas de comunicación corporativas siguen lanzando colecciones *friendly* o proclaman sostenibilidad por reducir de unos pocos puntos las emisiones, la gobernanza internacional avanza demasiado lentamente frente a esta poderosa operación de distracción masiva que permite al capitalismo de reinventarse —apoderándose de la bandera woke— y de absorber el lenguaje de los movimientos ecologistas para vaciarlo de significado político y social.

II.- El *pinkwashing*: falsa igualdad de género

El *pinkwashing* (lavado rosa) es una práctica inicialmente referida a organizaciones que anuncian públicamente su apoyo a la lucha contra el cáncer de mama (por ejemplo, botellas de agua con cinta rosa ilustrada en la etiqueta), pero al mismo tiempo se basan en praxis comerciales que exacerban el problema, porque a menudo sus productos contienen químicos que pueden empeorar este tipo de enfermedades¹³. En 2001, las sobrevivientes estadounidenses de cáncer de mama acuñaron el término *pinkwashing* para condenar las campa-

¹³ *Think Before You Pink*, por ejemplo, fue lanzado en 2002 por Breast Cancer Action (la misma organización que acuñó el término) en respuesta a la creciente preocupación por la cantidad de productos de cinta rosa en el mercado. Esta innovadora campaña pide transparencia y responsabilidad a las empresas que participan en la recaudación de fondos para el cáncer de mama, y alienta a los consumidores a hacer preguntas críticas sobre las

ñas de concientización pública apoyadas por fundaciones y empresas que, sin embargo, se beneficiaron de la venta de los productos de color rosa a expensas de las mujeres que profesaban defender. Los activistas han denunciado a la Fundación Susan Komen y sus patrocinadores corporativos (incluidos Kentucky Fried Chicken y Coca-Cola) por monetizar el cáncer de mama a través de las campañas con el símbolo de la cinta rosa.

Del mismo modo, se movieron acciones legales contra empresas como 3M, acusadas de pinkwashing alegando que la elaboración de sus productos de color rosa aumentaba el riesgo de cáncer. En 2004, el informe anual de 3M reconoció su donación de \$ 300,000 a un centro de investigación para el cáncer, luego de un gasto de \$ 500,000 para una campaña con la cinta rosa, que aumentó las ventas de Post-it en un 80 % (3M, 2005). En 2017, el estado de Minnesota demandó a 3M, argumentando que «para sus ganancias», la compañía «ignoró deliberadamente el riesgo sustancial de daño a la población y el medio ambiente de Minnesota debido a su continua producción de PFC y su inadecuado proceso de desecho». Al año siguiente, las partes llegaron a un acuerdo de 850 millones de dólares para favorecer la eliminación de estos productos químicos cancerígenos (Marcotty, 2017).

En el contexto del movimiento LGBTQIA+, el término lavado rosa es ampliamente utilizado para describir una serie de estrategias y políticas de marketing con el arcoíris, destinadas a promover una imagen *queer-friendly* con la esperanza de ser percibidos como modernos y tolerantes (en este sentido, por ejemplo, Marriott International, Delta Airlines, United Health Group, Morgan Stanley y Bank of America). En 2010, casi una década después de que las feministas crearan el término, el movimiento *Boycott, Divestment, Sanctions* (BDS) se apropió del término para insistir en que el compromiso y la promoción de los derechos LGBTQIA+ por parte de Israel es ilusorio y sirve para ocultar (es decir, hacer lavado) presuntos crímenes contra los palestinos (Shafie & Chávez, 2019; Puar, 2011). En los últimos años, además, se ha producido una unión entre el *pinkwashing* y el *greenwashing*, lo que extiende la categoría al lavado de género (*gender-washing*). Un ejemplo es la empresa Novartis Pharmaceuticals Corporation, que presume su inclusión por 14 veces en la lista de Working Mother pero, sin embargo, en 2010 Novartis perdió el mayor caso de discriminación de género jamás llevado a juicio, con una nueva

promociones de cinta rosa. Ver el sitio web: <https://www.bcaction.org/about-think-before-you-pink/> (Recuperado el 16 de septiembre 2026).

demanda presentada en 2015. En la demanda de 2010, el tribunal estableció más de \$ 250 millones en daños por cuestiones de género y discriminación por embarazo. El tribunal se enteró de las decisiones de los ejecutivos (hombres) que argumentaron abiertamente que no preferían contratar a mujeres jóvenes y alentaron a las contratadas a recurrir a abortos o no quedar embarazadas. Otro ejemplo de lavado de género es Nike, cuya iniciativa *Girl-Effect* tenía como objetivo alentar a los líderes mundiales a invertir en la formación de las jóvenes en el Sur Global, pero desató el escándalo por el uso de mano de obra infantil en sus cadenas de suministro en esos países. La averiguación sobre las prácticas laborales de Nike comenzó con el lanzamiento de dos informes patrocinados por sindicatos, seguidos de documentales de televisión en el Reino Unido y los Estados Unidos, y la creación de varios sitios web para documentar el abuso. Un artículo en la revista *Life* en 2002 difundió la famosa imagen de niños paquistaníes sentados en el suelo polvoriento cosiendo balones de fútbol. Gran parte de la atención de los medios se centró en la explotación de los trabajadores asiáticos de Nike, el 90 % de los cuales eran mujeres, pagadas por debajo de la subsistencia, expuestas a maquinaria y productos químicos peligrosos para la salud, a abuso sexual y físico por parte de los ejecutivos y negados de la libertad de expresión y asociación (Waller & Conaway, 2011).

Otro ejemplo de lavado de género es el caso del «banano Chiquita». La historia de Chiquita Brands Corporation (<https://chiquitabrands.com/>), anteriormente United Fruit Company, está estrechamente ligada a la historia de la colonización en América Latina y el Caribe, y sus cadenas de suministro están profundamente racializadas. La investigación feminista a principios del siglo XX documentó cómo el acoso sexual, la discriminación y las violaciones de los derechos laborales en áreas como la salud y la seguridad, los salarios y las horas de trabajo eran una constante para los trabajadores de las plantaciones latinoamericanas (Prieto-Carrón & Larner, 2010). Sin embargo, la imagen que la compañía ha transmitido a millones de consumidores en todo el mundo (el logotipo en la etiqueta de cada plátano) enfoca sobre la «cara amigable de una mujer latinoamericana» (Enloe, 2014, p. 8). Chiquita Banana representa sin duda la percepción racial, estereotipada y «exotizada» de la belleza latinoamericana. De igual manera, el patrocinio de la campaña *Girl Up* de la Fundación de las Naciones Unidas por parte de Caterpillar Inc., que podría conceptualizarse como una forma de lavado de género, pero también de lavado azul (*blue washing*) es decir, un intento de afiliarse a la ONU y sus principios humanitarios, a pesar de las críticas de los Relatores Especiales de la ONU

sobre el papel que siguen desempeñando las multinacionales en la ocupación de territorios en las diferentes partes del mundo.

Otro término relacionado, *purplewashing* (lavado púrpura), fue acuñado por la escritora y activista española Brigitte Vasallo, autora del libro *Pornoburka* en el que analiza la relación entre racismo y misoginia. En una entrevista con El Confidencial, la autora señala que el término indica «el proceso de instrumentalización de las luchas feministas con el objetivo de legitimar políticas racistas y de exclusión contra minorías. Es un término que deriva del pinkwashing para la creación de una identidad nacionalista sobre el (supuesto) respeto a estos derechos, pero se refiere a la necesidad de nombrar específicamente la instrumentalización de los derechos de las mujeres a la que el pinkwashing no se refiere necesariamente» (Lenore, 2016). Hay varios ejemplos de lavado púrpura: por ejemplo, el anuncio de la máquina de afeitar Gillette, #Gillette Razor, en el centro de un acalorado debate en 2019. El comercial, que tenía como objetivo tomar una posición contra el acoso sexual y el *catcalling* (comentarios, silbidos, piropos o avances no deseados en espacios públicos), provocó fuertes críticas sobre las verdaderas intenciones de la campaña, es decir, defender una causa, o simplemente usarla para explotar la ola de conciencia sobre la igualdad de género impulsada por el movimiento #MeToo? Para celebrar el trigésimo aniversario de su eslogan «The Best Men Can Be», la marca Gillette anzó una nueva campaña de marketing a través del vídeo *We Believe: The Best Men Can Be*. El video comienza con los hombres mirándose pensativos frente al espejo, con palabras y frases de fondo como «intimidación, #MeToo, masculinidad tóxica», mientras una voz en off hace la pregunta «¿Es lo mejor que un hombre puede conseguir?». A esto le siguen las imágenes y la música tradicional de los antiguos anuncios de la marca, interrumpidos por varias tomas que muestran a un bebé llorando, una caricatura con una mujer sexualizada, un hombre en la televisión fingiendo tocar el trasero de una mujer. El objetivo del comercial es mostrar diferentes escenarios que representan la masculinidad tóxica en la vida cotidiana de mujeres y niños. El video termina con las frases: «Solo desafiándonos a nosotros mismos a hacer más podemos, acercarnos a lo mejor de nosotros. Estamos tomando medidas en thebestmancanbe.org. Únete a nosotros» (Topping et al., 2019).

Este comercial ha sido duramente criticado porque algunos consideraron hipócrita a la marca porque es sexista, otros no están de acuerdo con los valores feministas que la marca dice apoyar; según Glocalities (Muravina, 2019), la crítica se justifica en relación con el público objetivo al que se dirige Gillet-

te (masculino, con valores culturales más conservadores). Gillette, con este comercial que tenía como objetivo atraer a los millenials —a quienes nunca logró convencer— perdió ingresos y muchos consumidores, y además obtuvo el efecto contrario porque hasta se alejó de su público principal (Cage, 2019). Las críticas de *purplewashing* se basaron en la incoherencia de Gillette al tratar de combatir el sexismo, ya que a pesar del comercial, sigue utilizando el llamado impuesto rosa (Pink Tax), así como lo hace la multinacional P&G: la empresa dedica artículos enteros a la igualdad de género y al papel de la mujer en su empresa, pero su gestión está formada esencialmente por hombres. El anuncio de Gillette de retirar el comercial reforzó la idea del público de que era lavado púrpura: recuperar a sus clientes y capitalizar las luchas feministas mientras vendía las maquinillas de afeitar más costosas para las mujeres.

Del mismo modo, la campaña publicitaria de 2022 de la marca francesa Camaïeu, en colaboración con la agencia Buzzman y la asociación SOLFA, que ayuda a mujeres necesitadas. Camaïeu publicó en sus redes sociales fotos de modelos maquilladas con moretones en la cara, insertando, debajo de las fotos, el siguiente mensaje: «1 de cada 10 mujeres es víctima de violencia». Estos carteles también se han exhibido en tiendas. Buzzman también publicó un tweet que decía que: «Al llamar al 3919, @Camaïeu_France te puede ayudar a denunciar la violencia contra las mujeres mientras haces tus compras»¹⁴. El resultado esperado por la marca, sin embargo, no se logró: muchos internautas se indignaron y desataron críticas en Twitter (actual X), apoyadas por la prensa que acusaba a la marca de *purplewashing*. El principal problema se refiere al maquillaje, el efecto teatral no se corresponde con la realidad (generalmente los golpes se infligen en partes menos visibles del cuerpo para no despertar sospechas) y está combinado con ropa para vender. El maquillaje respeta los estándares de sentido común, es decir, no «desfigura» a las modelos por los golpes. A pesar de que hubo una acción por parte de la marca, como la venta de una camiseta con el número 3919 y la donación del 100 % de las ganancias a la asociación SOLFA (CNEWS, 2022), el público sin embargo interpretó de manera negativa la campaña, entendiéndola como una falsa instrumentalización para vender ropa.

¹⁴ 3919 es una línea telefónica francesa que proporciona información y orientación a las víctimas de violencia sexual y de género, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Otro ejemplo fue la campaña *Body Positivity* de Dove de 2017¹⁵. El eslogan «Celebra las muchas formas y tamaños de la belleza» acompañó el lanzamiento de la edición limitada de 6 botellas de jabón, cada una con una forma diferente para parecerse a los cuerpos de las mujeres (delgadas, redondas, altas etc.).

El video comienza con una máquina de fabricación y la frase «No hay una forma perfecta» y termina con una descripción general de las botellas y el eslogan «La belleza viene en todas las formas y tamaños». Con estas botellas, la marca quería mostrar que todas las mujeres son hermosas, considerando que «una de cada dos mujeres cree que las redes sociales las presionan para verse de cierta manera». La marca concluyó explicando que querían difundir confianza a través de su influencia en los medios de comunicación. Las reacciones al video difundido en las redes sociales fueron bastante variadas, algunos elogiaron la originalidad del anuncio, mientras que otros lo criticaron fuertemente. En esta perspectiva, la acusación de *purplewashing* se basa en el uso de la positividad corporal para vender el producto comprando una botella en función del tamaño del cuerpo, lo que se traduce en un estímulo simplista para verse a sí mismo solo en términos de condición física. La revista Forbes señala que la campaña publicitaria es deshonesto y no corresponde a los valores que defiende la marca, cosificando a las mujeres a través de la comparación con las botellas, lo cual es incoherente con las luchas del feminismo (Dan, 2017). En este sentido, la brecha entre los valores declarados de la marca y lo que se muestra, especialmente en la gestión interna de la empresa, no hace que su enfoque sea sincero. La marca Dove, en un intento de lanzar una imagen renovada en un sentido feminista, ha abrazado el estereotipo, porque según los críticos, las formas de las botellas son una forma torpe no solo de recordar los cuerpos de las mujeres, sino también de mercantilizarlos reduciéndolos a botellas de jabón. El público percibió el mensaje como una caricatura que utilizaba los valores del feminismo con fines promocionales más que como una defensa de la positividad corporal.

La campaña-experimento social *#LikeAGirl* de 2014 de la marca estadounidense de higiene íntima Always es otro ejemplo. El video comenzaba con la pregunta «¿Qué significa hacer algo ‘como una chica’?», por lo que se deben hacer cosas como las haría una chica: correr, pelear, tirarte. Cada uno

¹⁵ Para comprender el estilo de la campaña, consulte la página web: <https://www.branding-news/2017/05/10/doves-real-beauty-bottles-spread-confidence-with-curvy-packaging/> (Recuperado el 16 de septiembre 2026).

da una versión bastante estereotipada de una chica que parece débil, que corre de manera extraña, que se queja. Luego, la marca hace la misma pregunta a las jóvenes. Estas imitan las mismas acciones de una manera completamente normal y sin exagerar en las expresiones. Una de las chicas pregunta: «¿Qué significa para ti cuando digo que corras como una chica?» y la joven responde: «Significa correr lo más rápido que puedas». El video termina con la frase «Hagamos #LikeAGirl significa cosas increíbles». El objetivo de la campaña es romper la imagen peyorativa asociada a la expresión ‘como una chica’, enfatiza la ruptura de códigos y la confianza en sí misma.

La marca no se detuvo en su primer video y continuó publicando más con chicas jugando fútbol, actrices hablando sobre la confianza en sí mismas en su canal, etc. Tanto el público como la prensa dieron un gran apoyo a este anuncio. Además de un premio Femvertising, Always también ha recibido numerosos premios, incluido un premio Emmy. La versión corta del video también se mostró en el Super Bowl de 2015. Incluso hoy en día, se utiliza el hashtag #LikeAGirl y el video fue compartido millones de veces en más de 150 países. La campaña impulsó las ventas de Always (Houston, 2022) , aunque no faltaron las críticas. Aunque la marca ha logrado renovar su imagen, sin embargo, al igual que Gillette y P&G hay inconsistencia entre lo que quieres mostrar y lo que haces, porque esta marca también reclama la igualdad de género sin respetarla realmente para los altos cargos internos, y por lo tanto también en este caso parece que el feminismo y sus valores han sido el ámbito de moda en el que centrarse. También se han planteado acusaciones en relación con la toxicidad de los productos menstruales de la marca vendidos en África, contradiciendo entonces las campañas publicitarias sobre cómo cuidar la salud femenina. Otro elemento de crítica es el segmento poblacional objetivo de la marca, claramente las chicas y las mujeres jóvenes, pero, en la cuarta ola del feminismo, el énfasis está también en la interseccionalidad y la inclusión de las diferentes comunidades y sensibilidades, y, por lo tanto, esto también demuestra discrepancia con las reivindicaciones más actuales.

Un interesante ejemplo de contra-lavado púrpura, por otro lado, es la marca brasileña Pantys, una marca de prenda interior menstruales y también para la incontinencia. Los productos han sido diseñados con tecnología patentada y es la primera marca de lencería menstrual clínicamente probada. Otro punto que la distingue de muchas de sus competidoras es que esta ofrece diferentes tipos de prendas, para satisfacer todo tipo de necesidades, y en todas las tallas, y, además, compensa sus emisiones de carbono al 100 % (Maes, 2022). De

conformidad con los principios de transparencia, la etiqueta indica el impacto de carbono de su producción en cada uno de sus productos y se compromete a compensarlo con diversos proyectos, especialmente en Brasil, donde, por ejemplo, trabaja para regenerar la selva amazónica, promover las energías renovables y reducir las emisiones de metano de los rellenos brasileños¹⁶. Gracias a su compromiso con el medio ambiente, la marca cuenta con la certificación ECO X CEPTION, que se otorga a las marcas que cumplen al menos el 75 % de los criterios ambientales. La marca también cuenta con la certificación B Corporation, una certificación evaluada por una red sin ánimo de lucro que reúne a empresas que cumplen criterios como la inclusión y los aspectos de responsabilidad económica, social y medioambiental. Los anuncios de marca, por lo tanto, comparten muchos de los valores asociados con el feminismo: inclusión, interseccionalidad, positividad corporal, autoempoderamiento, etc. Pantys dice que su misión es romper el tabú en torno a la menstruación y, a diferencia de la marca Always, no cae en el *purplewashing* porque mantiene una ética acorde con sus valores e imagen feminista.

III.- *Rainbow washing* e inclusión

Desde los años 90, se desarrollaron acciones y políticas sociales en la mayoría de los países del norte global, en consideración de las reivindicaciones de igualdad, no discriminación, respeto a los derechos humanos y la inclusión social y económica de las personas LGBTQIA+. En los años siguientes, se agregaron avances en el campo del reconocimiento y legitimación de las relaciones matrimoniales formales y las adopciones (Heinz et al., 2002).

Sin embargo, junto con estos avances, las comunidades LGBTQIA+ son objeto de una fuerte instrumentalización por parte del mundo político y corporativo que puede incluirse en la amplia categoría de *gender washing*, es decir, la explotación instrumental de las cuestiones de género (Fox-Kirk et al., 2020), y, más específicamente, se pueden identificar con las tendencias y prácticas de *rainbow-washing* (lavado arcoíris), del nombre de la bandera con los colores del arco iris que representa al movimiento social. En el *Urban Dictionary*, un diccionario creado por usuarios de la web, la entrada *Rainbow-washing* se introdujo en 2015 y se define de la siguiente manera:

¹⁶ Véanse los artículos «Pantys, la culotte menstruelle saine et inclusive», «Pantys femme» e «Au Sujet De Nos Critères ECO-X-CEPTION», al sitio web de moda «L'Exception» (<https://www.lexception.com/fr-fr>).

«El acto de utilizar o añadir los colores del arco iris y/o imágenes a la publicidad, ropa, accesorios, lugares emblemáticos, etc., con el fin de indicar un apoyo progresista a la igualdad LGBTQ (y ganar la credibilidad de los consumidores), pero con un mínimo de esfuerzo o resultado pragmático». (Parecido al «green-washing» con las cuestiones medioambientales y al «pink-washing» con el cáncer de mama) (Establishment, 2015).

También en este caso, como en los analizados anteriormente, la funcionalidad de instrumentalizar las reivindicaciones de la comunidad LGBTQIA+ se reduce a las necesidades comerciales relacionadas con la rentabilidad, al atractivo de la marca en los mercados, la captura de nuevos stakeholders comerciales y la alineación con las tendencias sociopolíticas de moda, sin incidir realmente en el problema sistémico y estructural de las desigualdades sociales. Según Özbilgin y Erbil (2024), el fenómeno puede enmarcarse en la consideración de dos clasificaciones diferentes, a saber, *rainbow burning*, que se relaciona con la instrumentalización de las luchas de la comunidad LGBTQIA+ a través de métodos alimentados por el populismo y el odio que produce criminalización, exclusión y deslegitimación como consecuencia; mientras que el *rainbow-washing* se refiere principalmente al uso de estas luchas y sus símbolos como meras herramientas publicitarias que abordan el problema de manera superficial.

En este sentido, los casos de lavado arcoíris son muy frecuentes, sobre todo durante el mes de junio, tradicionalmente el mes de *#Pride* (Orgullo) cuando las grandes marcas comerciales lanzan campañas y mensajes para mostrar su apoyo al movimiento, pero que sin embargo siguen siendo acciones aisladas. Ejemplos recientes pueden referirse a la campaña *#Proud to Ride* de 2019 de Uber Technologies, la plataforma tecnológica estadounidense que opera en todo el mundo para los servicios de movilidad. La campaña ofrecía servicios en vehículos decorados con la bandera del arcoíris; sin embargo, la compañía ha sido criticada repetidamente por episodios anteriores de discriminación y acoso contra pasajeros LGBTQIA+, y las acusaciones de lavado arcoíris se dirigieron al uso de la bandera por parte de la multinacional solo durante el mes del orgullo LGBTQIA+. Críticas que la compañía intentó eludir en 2023 al incluir en su página web una sección *Move with Pride* y al lanzar también las Directrices de Transición de Género para estructura organizacional a nivel mundial, pero, a pesar de estas intervenciones, los vehículos con la bandera arcoíris igualmente no circulan durante todo el año.

Una situación similar también se registra para LATAM Airlines, empresa chilena reconocida como uno de los holdings aéreos más grandes de América

Latina, que en 2018 realizó la campaña *#AmorSinDistancia*. En las redes sociales de la compañía (Fig. 3), el eslogan «En LATAM creemos en el #AmorSinDistancia» fue acompañado de una foto en la que aparecían dos chicas en el fondo sonriendo y tocándose tiernamente las narices, y en primer plano la inscripción blanca «somos libres de volar a» seguida de la inscripción arcoíris «nuestro propio destino», y, finalmente, cerraba nuevamente una inscripción blanca «juntos, más lejos» (entonces, «somos libres de volar a nuestro propio destino juntos, más lejos»).

► Figura 3. Post Facebook de LATAM Airlines



Fuente: LATAM Airlines (2018, 28 de junio). En LATAM creemos en el #AmorSinDistancia [Imagen adjunta] [Post]. Facebook. https://www.facebook.com/story.php/?story_fbid=2081673401904866&id=100064896181827

La acusación de lavado arcoíris que se desató en las redes sociales, también en este caso, se refería a que, después del mes del Orgullo, la publicidad desaparece de la plataforma y las redes sociales y no hay rastro de la posición de la empresa sobre los derechos de la comunidad LGBTQIA+ (la aerolínea

ya había sido criticada por razones similares por la instrumentalización de la cinta rosa durante el mes de prevención del cáncer de mama).

La marca H&M también ha sido acusada de lavado arcoíris, en particular por la colección de ropa y accesorios con los colores de la bandera arcoíris en la campaña *Pride Out Loud: Love for All* de 2018, lanzada durante el mes del orgullo LGBTQIA+ a través de una colaboración con la revista Out en la que participaron algunos influencers que son miembros de la comunidad (entre ellos la cantante pop Kim Petras, el campeón olímpico Gus Kenworthy, el rapero y artista drag Aja y las modelos Shaun Ross y Gabrielle Richardson). Aunque la famosa compañía de moda declaró que un porcentaje de las ganancias de las ventas de estos artículos se donaría a United Nations Free & Equal (la campaña oficial de las Naciones Unidas contra la discriminación de la comunidad LGBTQIA+ en el mundo), se comprobó que la colección no estaba disponible para los mercados de países donde la homosexualidad es ilegal (por ejemplo, Malasia, Kuwait, Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita), lo que desató críticas por la falta de coherencia entre los valores promovidos y las prácticas reales de la marca. Muy similar es también el caso de Primark, una empresa irlandesa también en el sector de la moda. Con motivo del #Pride de 2018, la compañía declaró que el objetivo de su colección era apoyar a la comunidad LGBTQIA+ a través de una donación del 20 % de los ingresos de las ventas a *Stonewall* (Asociación británica por los derechos de la comunidad LGBTQIA+). Esta campaña, sin embargo, resultó ser un boomerang para la marca por las quejas de lavado arcoíris, ya que las prendas se produjeron en Turquía, donde existen fuertes limitaciones a la libertad de expresión, así como fuertes tendencias homofóbicas, y también porque la asociación *Stonewall* unos meses antes de las manifestaciones que tendrían lugar en Londres retiró la participación en los eventos. Primark también fue criticado por elegir, por fines publicitarios, una asociación famosa que no estaba entre los organizadores y no participaría en los eventos del mes del Orgullo, en lugar de apoyar a asociaciones y organizaciones locales más pequeñas.

En 2013 en Italia el caso de la famosa marca de pasta Barilla causó sensación, pues durante una entrevista del entonces gerente Guido Barilla en Radio24, al ser preguntado por qué en sus anuncios siempre y solo había una familia tradicional sin ninguna referencia a los valores de diversidad e inclusión, el ejecutivo respondió «No haremos publicidad con homosexuales porque nos gusta la familia tradicional. Si los homosexuales no están de acuerdo, siempre pueden comer pasta de otra marca». Con este comunicado,

repentinamente las ventas disminuyeron de un 20 % y en las redes sociales, en particular Twitter (ahora X), se desató la campaña #BoycottBarilla, en la que también participaron personajes famosos como Mia Farrow. Tras la disculpa oficial del ejecutivo, la compañía se comprometió a través de una serie de estrategias como reuniones con representantes de la comunidad y con activistas, el establecimiento interno del Diversity & Inclusion Board, donaciones a asociaciones y nuevos comerciales internacionales mucho más cercanos a las nuevas sensibilidades de género. También han caído fuertes acusaciones de *rainbow* contra McDonald's, Walmart y Amazon, a pesar de que estos suelen estar muy activos durante el mes del orgullo, pues en 2021 —sobre la base de documentos relativos a las inversiones de empresas publicados por la Agencia de Valores y Seguridad (SEC) de Estados Unidos de América— se supo que estas tres grandes multinacionales donaron grandes cantidades de fondos a políticos republicanos que votaron en contra de la Ley de Igualdad, un proyecto de ley que tenía como objetivo reconocer en EE.UU. mayores garantías para las personas LGBTQIA+.

En conclusión, es posible afirmar que las estrategias de comunicación crean consumidores y usuarios poco críticos, y esto se combina perfectamente con las lógicas y necesidades del capitalismo woke (Lewis, 2020). De esta forma, se impulsa hacia la construcción de subjetividades alineadas con la cultura de mercado imperante (Colón Zayas, 2001; Lipoviesky, 2012) al legitimar narrativas confusas que involucran al sujeto, la cultura, la sociedad y el medio ambiente.

Esta situación es producto del debilitamiento gradual del Estado frente al neoliberalismo ciego que ratifica y glorifica las fuerzas del mercado, que no ve otra ley que la de la máxima ganancia (Bourdieu, 1999). Un capitalismo desenfrenado llevado al límite de su eficiencia económica por la introducción de formas modernas de dominación para perseguir el consumismo a cualquier precio, fuertemente favorecido por las estrategias de comunicación (estudios de mercado, técnicas de manipulación publicitaria, etc.), por la pervasividad de las redes sociales y la elaboración de perfiles de consumidores a través de algoritmos y percepciones derivadas de las plataformas digitales.

CONCLUSIONES.

¿EL FUTURO DE LAS DEMOCRACIAS SERÁ REHÉN DE LAS PLATAFORMAS?

Cuando los procesos de comunicación se transforman en herramientas estratégicas, configuran un espacio de poder y de lucha que va más allá del intercambio de información. Y esto es aún más cierto en las actuales sociedades fluidas, fragmentadas y polarizadas, dentro de las cuales la comunicación se ha convertido en un mecanismo para ejercer el poder. La fuerte influencia de las plataformas y de las redes sociales en los procesos socioculturales y en los procesos colectivos de toma de decisiones lleva a hablar de «disrupción de la democracia» (Sorensen, 2020) para subrayar el oscuro papel que los ecosistemas digitales pueden desempeñar en los sistemas democráticos. A esto hay que añadir la relación ya consolidada entre la sociedad y la IA, y la política y la IA generativa y sus sistemas algorítmicos (Klinger & Svensson, 2018), para influenciar/manipular la opinión pública y no sólo para la orientación al voto sino también para todos los aspectos de la e-democracia que, en algunos casos, transforma lo digital en una herramienta útil para la participación y la conquista de una hegemonía alternativa (al capitalismo u otras formas de opresión) para configurar diferentes formas de colaboración y de bienes comunes digitales, y, en otros casos, se convierte en un instrumento de control de las masas. Ante esto, la pregunta final que nos hacemos es si el futuro de las democracias será rehén de las plataformas, habiendo ilustrado en este libro las fortalezas, pero sobre todo las debilidades de estas para el desarrollo y la consolidación de los sistemas democráticos.

La lógica y los mecanismos de funcionamiento de la *platform society* refuerzan, por lo tanto, la hipótesis de que el control de la comunicación es uno de los poderes más fuertes y decisivos de la actualidad. El nuevo paradigma impuesto por esta lógica puede favorecer sin duda una mayor democratización de los espacios y procesos de comunicación e información, pero, al mismo tiempo, amplifica las posibilidades de manipulación y de creación de posverdades por parte de los grupos de poder que controlan las plataformas. Esto empuja a reflexionar sobre el entendimiento de que las plataformas y los ecosistemas digitales no son neutrales, que hay una intención precisa detrás de cada men-

saje/contenido viral que explota en burbujas informativas, y que todo esto se refleja e impacta en la esfera social y política. De hecho, los algoritmos que operan el funcionamiento de las redes sociales y de las plataformas alimentan narrativas polarizantes porque priorizan el contenido que genera mayores interacciones y reacciones, gestionando y transmitiendo así el flujo de información y comunicación hacia objetivos de control del comportamiento de consumo, o de control de corrientes de pensamiento y visiones socioculturales, o de control de la configuración de la agenda política (Maurer, 2021).

La distorsión de la percepción de la realidad a través del filtrado y modelado realizado por algoritmos y plataformas transfiere la lucha por el poder en los ecosistemas digitales, y es en estos entornos donde se desarrollan por completo las nuevas guerras culturales. Su impacto en las dinámicas de mercado, en la política, en las esferas privada y personal materializa el poder estratégico de los nuevos medios de comunicación en la configuración de una nueva memoria social (Silverstone, 1999), de un nuevo orden cultural y socioeconómico, y de una lucha hegemónica/contrahegemónica. Los ejemplos analizados en los capítulos anteriores confirman plenamente la hipótesis de la investigación y el objetivo general de este libro.

En este sentido, de hecho, los medios de comunicación de masas —y más específicamente los ecosistemas digitales— identificados como espacios de lucha y poder, definen aspectos de mediación simbólica y nuevas prácticas que abren caminos de reflexión crítica, necesarios para comprender las dinámicas que caracterizan a las sociedades actuales. Estas reflexiones, basadas en el marco epistemológico, metodológico y en los marcos teóricos de referencia, también validan las visiones de Castells (2009) quién identificó la esencia de estos espacios de poder en su capacidad para moldear la mente y las acciones a nivel individual y colectivo, de manera estrechamente vinculada a las estructuras culturales, organizativas y tecnológicas presentes en una sociedad determinada en un momento dado. Y, nuevamente, estas reflexiones nos permiten entender cómo la plataformización gestiona y dirige los flujos de comunicación para construir relaciones de poder en todas las áreas de las prácticas sociales y políticas a través de una instrumentalización de los ideales de democracia y de justicia social.

En este sentido, por ejemplo, se inserta la guerra cultural que subyace a la guerra contra el terrorismo, o la derivada de la guerra contra los migrantes, o la consecuente a la guerra contra el narcotráfico. Precisamente sobre de esta última, la tensión que se registró en el Mar Caribe —con el despliegue

de fuerzas militares estadounidenses y el fortalecimiento de las relaciones entre Venezuela, Rusia, Irán y China, y también con el empeoramiento de las relaciones entre EE.UU. y Colombia que se enfrentaron entre sanciones/aranceles y soberanía nacional— amplía la reflexión más allá de los intereses estratégicos del reequilibrio geopolítico en la región. La guerra, «cultural», ya había comenzado hace algún tiempo con la censura de las obras de Isabella Allende (*La casa de los espíritus*, *Más allá del invierno*) y de Gabriel García Márquez (*Crónica de una muerte anunciada*, *El amor en los tiempos del cólera*, *Cien años de soledad*) por considerarlas inapropiadas.

La cultura es política, y también es control social para gobernar el futuro, y es precisamente el gobierno del futuro el que representa el objeto de interés del poder. En este escenario, los procesos de información y comunicación deben entenderse como un acto de responsabilidad individual y colectiva. De hecho, las democracias actuales se enfrentan a uno de los mayores desafíos impuestos por los poderes instrumentales de dominación sobre la sociedad basados en una poderosa transformación del capitalismo que, a través de las tecnocracias digitales, es cada vez más capaz de modificar las tendencias sociales y políticas e imponer un statu quo funcional a su hegemonía, ampliando aún más la brecha entre la concentración de la riqueza hacia arriba y el aumento de la desigualdad cultural y económica hacia abajo. En el momento en que finaliza la escritura de este libro, se están difundiendo muchos otros ejemplos que confirman la hipótesis y el objetivo analizados por las autoras y que, además, agregan piezas adicionales para responder a la pregunta inicial de estas conclusiones. ¿Será el futuro de la democracia rehén de las plataformas?

Debido a que se trata de tendencias en constante desarrollo, es arriesgado proponer una respuesta cerrada, en un sentido u otro. Sin embargo, es posible intentar una respuesta a partir del enfoque mismo de este análisis, a saber, que las guerras culturales actuales empujan hacia el establecimiento de una nueva arquitectura global basada en el rentable perfilamiento algorítmico del comportamiento humano que controla la transformación de las masas (Zuboff, 2020) y, por lo tanto, también de los espacios de lucha y poder. Resulta imperativo, en este sentido, dismantelar la narrativa hegemónica de la neutralidad técnica e integrar un marco analítico profundamente crítico y radicalmente humanizador, que revele la manera en que la plataformización acelerada de la sociedad reconfigura la arquitectura global del poder. El escenario cultural y sociopolítico contemporáneo trasciende ampliamente la noción de una «democracia interrumpida/disruptiva» para operar estructuralmente como un orden

de acumulación por desposesión cognitivo-digital, en el cual el extractivismo de datos desplegado en las periferias del sistema-mundo, funciona como una precisa actualización sistémica e infraestructural de la teoría de la dependencia (Couldry & Mejias, 2024; Ricaurte, 2019; Valente & Grohmann, 2024). En este nuevo orden global digital, la histórica expoliación colonial de materias primas e insumos primarios se desplaza hacia la apropiación masiva, opaca y no consentida de la experiencia humana codificada, de los datos conductuales, de la afectividad social y de la memoria colectiva para alimentar, entrenar y rentabilizar grandes modelos de inteligencia artificial y arquitecturas algorítmicas bajo el dominio monopolístico de gigantes tecnológicos.

Frente a la lógica de acumulación del capitalismo tradicional, el paradigma tecno-capitalista actual erige una renta tecnológica de carácter extractivo, fundamentada en la apropiación monopolística de las redes de comunicación informacional y el «cercamiento» digital (*enclosure*) de los bienes comunes informacionales (Andrejevic, 2007; Perel, Somech, Elkin-Koren, 2026). En esta dinámica se mercantiliza la intersubjetividad, se monetiza la atención y el comportamiento sociopolítico y se erosiona drásticamente la autonomía de los Estados y de los pueblos —preeminentemente del Sur Global—, profundizando así una severa brecha de subordinación geopolítica e inequidad económica. En este marco de dominación, las técnicas de manipulación algorítmica, la interferencia computacional en campañas electorales y el perfilamiento masivo no representan fallas aleatorias o disfunciones accesorias de los ecosistemas digitales, sino que constituyen instrumentos deliberados de control orientados a la captura de los procesos democráticos y electorales, a la distorsión del debate público y a la fragmentación polarizante del tejido social (Woolley & Howard, 2018; Zuboff, 2020).

Frente a estos riesgos, la respuesta teórica y sociopolítica no puede reducirse a tibios parches de auto-regulación de mercado orientados por las propias plataformas. Por el contrario, la disputa por la narrativa exige la articulación de praxis que reconceptualicen los ecosistemas digitales y las plataformas como un bien común inalienable que debe ser colocado al servicio de la justicia social y de la sustentabilidad de la vida (Srnicsek, 2016; Scholz & Schneider, 2016). Ello implica activar de forma urgente estrategias colectivas de «desobediencia» epistémica que contribuyan a la construcción de un pluriverso donde coexisten diversas realidades tecnológicas para fomentar la autodeterminación colectiva (Lombana-Bermudez & Ramos-Martín, 2026). Estas estrategias deben contrabalancear el cercamiento cognitivo privado con el impulso decidido

al Software Libre, el fortalecimiento de infraestructuras públicas digitales, el diseño de un cooperativismo de plataformas y la creación de modelos comunitarios de inteligencia artificial auditables y de código abierto (Barandiaran et al., 2024; Scholz & Schneider, 2016). De esta forma, se devuelve el control soberano sobre los códigos, los algoritmos, los servidores y los repositorios informacionales a los territorios. Solo mediante una reconfiguración ética y soberana de la tecnología —condición regenerativa de la capacidad de acción política en el sentido arendtiano (*infra*)— será posible reestructurar la esfera pública digital, pero también la presencial, sobre pilares de equidad y garantizar decididamente que el horizonte democrático del siglo XXI no sea rehén del capital algorítmico, sino un proyecto ético-político emancipado y construido libremente por y para los pueblos.

En los espacios de lucha y de poder, además, la tendencia al aplanamiento en el wokismo y la transformación de las reivindicaciones en extremismos y polarizaciones, con la consiguiente creación de la homologación del pensamiento único —facilitada por la fragmentación y fluidez de las sociedades—, se convierten en una ficha eficaz para la disposición de la nueva arquitectura mundial. Los ejemplos más recientes enfatizan lo que se acaba de decir, demostrando también cómo las guerras culturales se insertan en todos los niveles de las esferas públicas y privadas, pasando de la estrategia geopolítica —con el ejemplo antes mencionado del Mar Caribe, o con noticias falsas que intentan desmentir los ataques de Israel en Gaza acusando a una activista herida de haberse maquillado para montar una puesta en escena—, a las técnicas comerciales de *washing* de las grandes marcas, a la superación de los límites entre lo público y la privacidad, con el lenguaje de odio contra los líderes sociales y políticos (Picarella, 2024a), hasta severas formas de «*sextortion*»¹⁷ difundida en las redes sociales.

La alteración de la disposición de esta arquitectura requiere un replanteamiento de los paradigmas culturales y sociopolíticos de la contemporaneidad y, para ello, es necesario centrar la atención en dos cuestiones fundamentales. La primera, es el objetivo de la revolución. En este sentido, retomando a Marcuse (2025), el objetivo de la revolución no debe apostar a un sencillo reemplazo

¹⁷ El término «*sextortion*» (sextorsión) procede de los términos inglés «sex» y «extortion» y describe un método de extorsión utilizado para chantajear a una persona difundiendo, en particular a través de redes sociales, imágenes o videos que muestran a la víctima en situaciones íntimas.

de los grupos de poder, sino debe empujar hacia el nacimiento de un nuevo ser humano, y esto está relacionado con la segunda cuestión, esta vez de inspiración arendtiana, coherente con el significado político de la libertad como fuente de las actividades humanas, o sea como fuente de esa acción política que es un inicio, impredecible e incalculable, que nace y se desarrolla en los espacios políticos, y supera los límites impuestos por el poder colocándose en un mundo en porvenir (Arendt, 2020). En este sentido, es útil recontextualizar la noción clásica de *praxis* que Arendt revive precisamente como «acción política» vinculándola a factores como la *libertad*, que no debe entenderse tanto como una libertad de elección (típica de la tradición liberal), sino como la capacidad de iniciar algo nuevo, y también a la *pluralidad* porque —si la acción es una actividad que equivale a introducir algo nuevo— esto es algo que no se puede hacer aislado de los demás, es decir, de forma completamente independiente de la presencia de una pluralidad de actores. Esta praxis debe ser emancipatoria de la subjetividad y de la subalternidad, de la educación y la pedagogía crítica, porque a partir de estas visiones es posible reactualizar el pensamiento y la acción crítica en contra de la «serialidad y la homologación», impulsándolos hacia el respeto por las diferencias que, sin embargo, no deben representar un límite a la acción, sino al contrario, deben ser un estímulo para la integración de habilidades y experiencias diarias.

El pensamiento único impuesto por la estrategia de fragmentación y por la extremización del wokismo, por otro lado, ofrece una ficticia posibilidad de pluralismo, pero sin afectar al núcleo duro que asegura la reproducción del statu quo, ya que se reduce en aceptar una forma de conformismo de la contestación que termina siendo funcional al sistema neoliberal. Para ello, es necesario aplicar un enfoque equilibrado que, si por un lado debe apoyar los principios de la libertad de expresión, por otro lado, al mismo tiempo, debe empoderarnos contra los efectos nocivos de narrativas más o menos falsas (Mangone, 2022b). Y, para los fines de este enfoque, el prerequisite necesario es el entendimiento crítico de las dinámicas y tendencias que desafían nuestras sociedades, porque solo si las entendemos seremos capaces de interpretarlas, y, por ende, de dominarlas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 3M (2005). *2004 Annual Report. Innovative, Grow, Deliver*. 3M Center. http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/3/NYSE_MMM_2004.pdf
- Abela, A. V. (2020, 27 de noviembre). Woke capitalism in a secular world. *Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/woke-capitalism-in-a-secular-world-11606420629>
- Abramowitz, A. I., y Saunders, K. L. (2008). Is polarization a myth?. *Journal of politics*, 70(2), 542-555. <https://doi.org/10.1017/S0022381608080493>
- Ackerman, E., Ambar, S., Amis, M., Applebaum, A., Arana, M., Atwood, M., Banville, J., Bay, M., Begley, L., Berkowitz, R., Berman, P., Berman, S., Dwayne Betts, R., Blair, N., Blight, D. W., Finney Boylan, J., Bromwich, D., Brooks, D., Buruma, I., (...) Zakaria, F. (2020, 7 de julio). A letter on justice and open debate. *Harper's Magazine*. <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>
- Alperstein, N. M. (2019). *Celebrity and Mediated Social Connections*. Springer.
- Altamirano Asmat, V. A., Viviescas Cabrera, R. A., Herrera Delgans, L. C., y Lindo Montañez, G. P. (2023). *Retos del control social y la democracia participativa: veedurías ciudadanas y prensa en el Caribe colombiano*. Instituto Latinoamericano de Altos Estudios (ilae). <https://libroselectronicos.ilae.edu.co/index.php/ilae/catalog/book/405>
- Andrejevic, M. (2007). Surveillance in the Digital Enclosure. *The Communication Review*, 10(4), 295-317. <https://doi.org/10.1080/10714420701715365>
- Appadurai, A. (2001). *La Modernidad Desbordada: Dimensiones Culturales de la Globalización*. Ediciones Trile.
- Archer, M. S. (1988). *Culture and agency: The place of culture in social theory*. Cambridge University Press.
- Arendt, H. (2020). *La condición humana*. Austral.
- Aristoteles (1988). *Política*. Editorial Gretos.
- Asher, R. E., y Simpson, J. M. Y. (Eds.). (1994). *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Pergamon Press.
- Bachmann-Medick, D. (2016). *Cultural Turns: New Orientations in the Study of Culture*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110402988>

- Baptista, J. P., y Gradim, A. (2020). Understanding Fake News Consumption: A Review. *Social Sciences*, 9, 185, 1-2. <https://doi.org/10.3390/socsci9100185>
- Barandiaran, X. E., Calleja-López, A., Monterde, A., & Romero, C. (2024). *Decidim, a Technopolitical Network for Participatory Democracy: Philosophy, Practice and Autonomy of a Collective Platform in the Age of Digital Intelligence*. Springer.
- Bartolomei, M. L. (2008). Género y derechos humanos: reconocimiento de la pluralidad e intersección de las diferencias. *Novum Jus*, 2(1), 183-204. <https://novumjus.ucatolica.edu.co/article/view/895/922>
- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo XXI Editores.
- Bauman, Z. (2001a). *La Sociedad Individualizada*. Catedra Ediciones.
- Bauman, Z. (2001b). *La posmodernidad y sus descontentos*. Ediciones Akal.
- Baumann, G. (1999). *The Multiculturalism Riddle. Rethinking National, Ethnic, and Religious Identities*. Routledge.
- Becerra Ortiz, J., Luz, C., Bibiana, B., Grover Dorado, J., Araoz Fleming, J., Velandia, J., y Sánchez Acevedo, M. E. (2023). Implicaciones jurídicas en el entorno del big data: el caso del APP Navega Seguro. *Novum Jus*, 17(1), 357-388. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.eyr2023.17.1.15>
- Beck, U., y Beck-Gernsheim, E. (2003). *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Becker, E. (1968). *The Structure of Evil: An Essay on the Unification of the Science of Man*. G. Braziller.
- Bell, D. (2006). *El advenimiento de la sociedad post-industrial: Un intento de prognosis social*. Alianza Editorial.
- Bentivegna, S., y Boccia Artieri, G. (2021). *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico*. il Mulino.
- Bentivegna, S., y Rega, R. (2024). *(Un)Civil Democracy: Political Incivility as a Communication Strategy*. Palgrave Macmillan.
- Bergalli, R. (Ed.). (2006). *Flujos migratorios y su (des)control. Puntos de vista pluridisciplinarios*. Anthropos.
- Berger, P. L. (1977). *Introducción a la sociología*. Ed. Limusa.
- Berger, P. L., y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores.
- Bishin, B. (2009). *Tyranny of the Minority: The Subconstituency Politics Theory of Representation*. Temple University Press.

- Biuso, A. G. (2023, 28 de mayo). Wokismo e decostruzione. *Aldous*. <https://www.aldousblog.it/single.php?id=158>
- Boccia Artieri, G. (2023). Infodemic Disorder: Covid-19 and Post-truth. En G. La Rocca, M.-E. Carignan y G. Boccia Artieri (Eds.), *Infodemic Disorder* (pp. 15-30). Palgrave Macmillan.
- Boudon, R. (1980). *Efectos perversos y orden social*. Premiá Editora.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Anagrama.
- Bourdieu, P. (2013). Elogio de la sociología: discurso de aceptación de la medalla de oro del CNRS. *Revista Española de Sociología*, 19, 19-27. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65291>
- Bourdieu, P., y Wacquant, L. (1995). *Repenses: pour une Anthropologie Reflexive*. Editorial Grijalbo.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C., y Passeron, J.-C. (2002). *El oficio de sociólogo Presupuestos epistemológicos*. Siglo XXI Editores.
- Bouvier, G. (2020). Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform's ability to define issues of social justice. *Discourse, Context & Media*, 38, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100431>
- Bowen, F. (2014). *After greenwashing*. Cambridge University Press.
- Brotman, S. N. (2026, 25 de marzo). Cancel culture vs. free speech: Why America needs a cease-fire. *Editor & Publisher Magazine*. <https://www.editorandpublisher.com/stories/cancel-culture-vs-free-speech-why-america-needs-a-cess-fire,260642>
- Cage, J. (2019, 2 de agosto). Gillette CEO: Losing customers over #MeToo campaign is «price worth paying». *Washington Examiner*. <https://www.washingtonexaminer.com/news/982504/gillette-ceo-losing-customers-over-metoo-campaign-is-price-worth-paying/>
- Camacho-Castro, G., y Monge-Olivarria, C. (2023). Influencia de las noticias falsas en plataformas digitales sobre la conciencia pública. *Gestionar*, 3(1), 45-59. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2023.01.004>
- Camus, A. (1975). *El hombre rebelde*. Editorial Losada.
- Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture. Essays on Media and Society* (2nd d.). Routledge.
- Carvajal Martínez, J. E., y Trujillo Osorio, O. J. (2023). Protesta social en América Latina: análisis desde la divergencia como categoría de la criminología del Sur Global. *Nuevos Paradigmas de las Ciencias Sociales Latinoa-*

- mericanas, XIV(27), 185-214. <https://nuevosparadigmas.ilae.edu.co/index.php/IlaeOjs/article/view/282>
- Castells, M. (1996-1998). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*, vol. 3. Alianza.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza editorial.
- Castro-Gómez, S., y Grosfoguel, R. (Eds.). *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Siglo del Hombre Editores/Pontificia Universidad Javeriana.
- Cerutti Guldberg, H. (2006). *Filosofía de la liberación latinoamericana*. Fondo de Cultura Económica.
- Césaire, A. (2006). *Discurso sobre el colonialismo*. Ediciones Akal.
- Chakraborty, S. (2018). Inteligencia artificial y derechos humanos: ¿son convergentes o paralelos entre sí?. *Novum Jus*, 12(2), 13-8. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2018.12.2.2>
- Cicourel, A. (1973). *Cognitive Sociology: Language and Meaning in Social interaction*. Penguin.
- Clark, M. D. (2020). Drag Them: A Brief Etymology of So-called «Cancel Culture». *Communication and the Public*, 5(3-4), 88-92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- CNEWS (2022, 27 de enero). *Camaïeu : la campagne contre les violences faites aux femmes fait polémique sur les réseaux*. <https://www.cnews.fr/france/2022-01-27/camaieu-la-campagne-contre-les-violences-faites-aux-femmes-fait-polemique-sur-les>
- Colón Zayas, E. (2001). *Publicidad y hegemonía: Matrices Discursivas*. Norma.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2024). *Data Grab: The New Colonialism of Big Tech and How to Fight Back*. The University of Chicago Press.
- Crawford, K. (2021). *The Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence*. Yale University Press.
- Crenshaw, K. W. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Dahlberg, L. (2011). Re-constructing digital democracy: An outline of four positions. *New Media & Society*, 13(6), 855-872. <https://doi.org/10.1177/1461444810389569>
- Dahrendorf, R. (1990). *El Conflicto Social moderno: Ensayo sobre la política de la libertad*. Mondadori.

- Dan, A. (2017, 11 de mayo). Dove Invented «Femvertising» but Its Latest Stunt Didn't Wash with Consumers. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/avidan/2017/05/11/dove-invented-femvertising-but-its-latest-stunt-didnt-wash-with-consumers/?sh=2452136d56b6>
- Davies, R. (2019, 19 e junio). Unilever boss says brands using «woke-washing» destroy trust. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2019/jun/19/unilever-boss-says-brands-using-woke-washing-destroy-trust>
- De Blasio, E. (2018). *Il governo online: Nuove frontiere della politica*. Carocci.
- De Blasio, E., y Sorice, M. (2018). El auge de los partidos populistas entre la tecnología, la e-democracia y el proceso de despolitización. *Revista Internacional de Sociología*, 76(4), e109. <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.4.18.005>
- De Blasio, E., y Sorice, M. (2019). E-Democracy and Digital Activism: From Divergent Paths Toward a New Frame. *International Journal of Communication*, 13, 5715-5733.
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., y da Luz Soares, G. R. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environ Sciences Europe*, 32(19). <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- de Nardis, F., Petrillo, A., y Simone, A. (Eds.) (2024). *Sociologia di posizione. Prospettive teoriche e metodologiche*. Meltemi.
- Dei, F. (2021). La cancel culture come subcultura politica. *Psiche*, 2, 443-509. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.7388/102252>
- Donati, P. (2016). The Cultural Borders of Citizenship in a Multicultural Society. *Journal of Mediterranean Knowledge*, 1(1), 11-26.
- Donati, P., y Archer, M. S. (2015). *The Relational Subject*. University Press Cambridge.
- Douthat, R. (2018, 28 de febrero). The rise of woke capital. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/02/28/opinion/corporate-america-activism.html>
- Du Bois, W., y Wright, R. D. (2002). What Is Humanistic Sociology?. *The American Sociologist*, 33(4), 5-36.
- du Toit, C. (2016). *Brand Activism, Inc. The Rise of Corporate Influence*. Ubmm Holdings LLC.
- Durkheim, É. (1987). *La división del trabajo social*. Ediciones Akal.
- Durkheim, É. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morale*, vi, 273-302.
- Dussel, E. (2009). *Política de la liberación, Vol. II: Arquitectónica*. Trotta.

- Eberstadt, M. (2020). *Gritos primigenios. Cómo la Revolución Sexual Creó las Políticas de Identidad*. Rialp Ediciones.
- Eco, U. (2021, 18 de febrero). Quando il politically correct sconfina nel fondamentalismo. *La Stampa*, p. 29.
- Enloe, C. (2014). *Bananas, beaches and bases: Making feminist sense of international politics* (2nd Ed.). University of California Press.
- Epstein, B. (1992). Political Correctness and Identity Politics. En P. Aufderheide (Ed.), *Beyond PC: Towards a Politics of Understanding* (pp. 148-154). Graywolf Press.
- Establishment, A. (2015, 26 de junio). Rainbow-washing. En *Urban Dictionary*. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Rainbow-washing>
- European Commission (2021). *#UnionOfEquality European Commission Guidelines for Inclusive Communication*. <https://archive.org/details/guidelines-for-Inclusive-communication-withdrawn/page/16/mode/2up>
- Fanon, F. (2009). *Los condenados de la tierra*. Fondo de Cultura Económica.
- Fink, L. (2022). Letter to CEOs: The Power of Capitalism. *Bright Network*. <https://www.brightnetwork.co.uk/employer-advice/blackrock/larry-finks-2022-letter-to-ceos-the-power-of-capitalism/>
- Folberg, A. M., Corrington, A., Hebl, M., Nguyen, L. T., Thomas, H. A., & Kim, H. J. (2026). Understanding and Remediating Backlash to DEI in Organizations. *Organizational Psychology Review*, 16(3), 356-384. <https://doi.org/10.1177/20413866261450981>
- Foucault, M. (1970). *La arqueología del conocimiento*. Siglo XXI Editores.
- Font, X., Elgammal, I., y Lamond, I. (2017). Greenhushing: the deliberate under communicating of sustainability practices by tourism businesses. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 1007-1023. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1158829>
- Fox-Kirk, W., Gardiner, R. A., Finn, H., y Chisholm, J. (2020). Genderwashing: The myth of equality. *Human Resource Development International*, 23(5), 586-597. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1801065>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: a stakeholder perspective*. Pitman.
- Freire, P. (1979). *Conscientização: teoria e prática da libertação: uma introdução ao pensamento de Paulo Freire*. Cortez & Moraes.
- Friedman, M. (1970, 13 de septiembre). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com>

- com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html
- Fuchs, S. (1992). Review: Metatheory and the Sociology of Sociology. *Sociological Perspectives*, 35(3), 531-535.
- Fuller, S. (2006). *The New Sociological Imagination*. Sage Publication.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. CALAS.
- Gasparino, Ch. (2021, 13 de febrero). How corporations surrendered to hard-left wokeness. *New York Post*. <https://nypost.com/2021/02/13/how-corporations-surrendered-to-hard-left-wokeness/>
- Geertz, C. (2001). The World in Pieces: Culture and Politics at the End of the Century. En C. Geertz, *Available Light: Anthropological Reflections on Philosophical Topics* (pp. 218-263). Princeton University Press.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa.
- Gerbner, G., y Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, 26(1), 172-199.
- Gheno, V. (2022, 21 de marzo). Schwa: storia, motivi e obiettivi di una proposta. *Treccani.it*. https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/4_Gheno.html
- Giddens, A. (1989). *Sociology*. Polity Press.
- Giddens, A. (1999). *Consecuencias de la modernidad*. Alianza.
- Giddens, A. (2021). *Problemas centrales en teoría social: Acción, estructura y contradicción en el análisis social*. Prometeo editorial.
- Gili, G., y Mangone, E. (2023). Is a Sociology of Hope Possible? An Attempt to Recompose a Theoretical Framework and a Research Programme. *The American Sociologist*, 54(1), 7-35. <https://doi.org/10.1007/s12108-022-09539-y>
- Gili, G., y Mangone, E. (2025). *Towards a Sociology of Hope: Looking Beyond*. Routledge.
- Gillespie, M. (2005). *Media Audience*. The Open University.
- Ginori, A. (2021, 29 de noviembre). Mai dire Natale: il decalogo Ue che vuole dettare le parole corrette. *la Repubblica*. https://www.repubblica.it/esteri/2021/11/29/news/commissione_europea_linee_guida_natale_vacanze_miss_mrs_signori_signore-328309122/
- Girard, R. (1983). *La violencia y lo sagrado*. Editorial Anagrama.
- Girard, R. (1986). *El chivo expiatorio*. Editorial Anagrama.

- Giubilei, F. (2021, 28 de noviembre). In Europa vietato dire «Natale» e perfino chiamarsi Maria. *il Giornale*. <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/follie-ue-l-inclusivit-vietato-dire-natale-e-chiamarsi-maria-1992290.html>
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores.
- Goggin, M. L. (2016). Threats to Freedom from a Tyranny of the Minority. *Politics and the Life Sciences*, 3(1), 68-75. <https://doi.org/10.1017/S073093840000071X>
- González Monguí, P. E., y Carvajal Martínez, J. E. (2023). La construcción social del enemigo en el imaginario penal. *Novum Jus*, 17(3), 189-213. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2023.17.3.7>
- Goody, J. (1990). *La logica de la escritura y la organizacion de la sociedad*. Alianza.
- Gramsci, A. (1980-2000). *Cuadernos de la cárcel* (Tomos 1-6). Ediciones Era.
- Graves, L. (2018). *Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:f321ff43-05f0-4430-b978-f5f517b73b9b>
- Greenpeace (2012). *Greenwash+20. How some powerful corporations are standing in the way of sustainable development?* Greenpeace International. <https://issuu.com/greenpeaceinternational/docs/greenwashplus20>
- Griswold, W. (1994). *Culture and Societies in a Changing World*. Pine Forge Press.
- Guadarrama González, P. (2006). *Cultura y educación en tiempos de globalización posmoderna*. Magisterio.
- Guadarrama González, P., y Picarella, L. (Eds.). *Libertad y justicia social para el cambio social. Teoría y conceptos*. NaSC Free Press. <https://www.narrativesresearch.org/wp-content/uploads/2022/01/eBook-protetto-Mangone-E.-2021-Incertezza-futuro-narrazione.pdf>
- Gualda, E., Mangone, E., Navas Rojano, N., y Rebollo-Díaz, C. (2026). Woke, cancel culture and social practices in everyday life: exploring the boundaries with online hate speech. *International Review of Sociology*. <https://doi.org/10.1080/03906701.2026.2715414>
- Guess, A., Nagler, J., y Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>

- Guitart Escudero, M. P. (2006). *Lenguaje político y lenguaje políticamente correcto en España (con especial atención al discurso parlamentario)*. Universitat de València (Servei de Publicacions).
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili.
- Habermas, J. (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Tecnos.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa* (Vols. 1-2). Taurus Ediciones.
- Hadhri, M., y Mangone, E. (2016). Intercultural Complexity of the Southern Mediterranean: Arab-Mediterranean Perceptions and Outlooks. *Journal of Mediterranean Knowledge*, 1(2), 125-141.
- Hall, E. T. (1978). *Más allá de la cultura*. Editorial Gustavo Gili.
- Hall, S. (1997). The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. En K. A. Thompson (Ed.), *Media e Cultural Regulation* (pp. 207-238). Sage.
- Byung-Chul, H., y Bergés, A. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y Nuevas Técnicas de Poder*. Herder.
- Hannerz, U. (1998). *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Ediciones Cátedra.
- Heinz, B., Gu, L., Inuzuka, A., y Zender, R. (2002). Under the rainbow flag: Webbing global gay identities. *International Journal of Sexuality and Gender Studies*, 7, 107-124. <https://doi.org/10.1023/A:1015841032097>
- Helmond, A. (2015). The platformization of the Web: Making web data platform ready. *Social Media & Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Hepp, A. (2022). De la mediatización a la mediatización profunda. *deSignis*, 37, 35-44. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i37p35-44>
- Hero, B. (2025, 3 de septiembre). The history of Wokeism: Tracing its Roots and Rise. *Australia Unwrapped*. <https://australiaunwrapped.com/the-history-of-wokeism/?citationMarker=43dcd9a7-70db-4a1f-b0ae-981daa162054%20%221%E2%80%9D>
- Hetherington, M. J. (2001). Resurgent mass partisanship: The role of elite polarization. *American political science review*, 95(3), 619-631. <https://doi.org/10.1017/S0003055401003045>
- Horne, B. D., y Adali, S. (2017). This Just in: Fake News Packs a Lot in Title, Uses Simpler, Repetitive Content in Text Body, More Similar to Satire than Real News. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1703.09398>

- Houston, A. (2022, 14 de junio). World's Best Ads Ever #18: Always' «Like a Girl» Turns an Insult into a Compliment. *The Drum*. <https://www.the-drum.com/news/2022/06/14/world-s-best-ads-ever-18-always-girl-turns-insult-compliment>
- Howard, V. (2015, 15 de junio). Woke-Washing, the glass cliff and the need for a better answer in diversity leadership. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/06/15/woke-washing-the-glass-cliff-and-the-need-for-a-better-answer-in-diversity-leadership/?sh=73f769c05ea0>
- Hughes, G. (2010). *Political Correctness. A History of Semantics and Culture*. Wiley-Blackwell.
- Hunter, J. D. (1991). *Culture Wars. The Struggle to define America*. Basic Books.
- Inglehart, R., y Norris, P. (2016). Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash. *Harvard HKS Faculty Working Paper Series RWP16-026*. <https://www.hks.harvard.edu/publications/trump-brexit-and-rise-populism-economic-have-nots-and-cultural-backlash>
- Iyengar, S., y Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. The University of Chicago Press.
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., y Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual review of political science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Jagannathan, R. (2020, 21 de julio). Wokeness isn't an attribute that businesses need to bandy about. *Mint*. <https://www.livemint.com/opinion/columns/wokeness-isn-t-an-attribute-that-businesses-need-to-bandy-about-11595341822924.html>
- Jonas, H. (1995). *El principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*. Herder Editorial.
- Klinger, U., y Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New media & society*, 20(12), 4653-4670. <https://doi.org/10.1177/1461444818779750>
- Kuhn, T. S. (1975). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. Fondo de Cultura Económica.
- Lakoff, R. (1990). *Talking Power. The Politics of Language*. Basic Books.
- Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Amorrotu editores.

- Laverde Vargas, J. E. (2020). El acceso digital como salvaguarda de los derechos fundamentales en Colombia. *Nuevos Paradigmas de las Ciencias Sociales Latinoamericanas*, 22, 7-20. <https://nuevosparadigmas.ilae.edu.co/index.php/IlaeOjs/article/view/249>
- Lenore, V. (2016, 3 de abril). Del pornoburka al purplewashing, los trucos más sucios contra el feminismo. *El Confidencial*. www.elconfidencial.com/cultura/2016-04-03/del-pornoburka-al-purplewashing-los-trucos-mas-sucios-contra-elfeminismo_1170764/
- Lerman, K., Yan, X., yd Wu, X.-Z. (2016). The «Majority Illusion» in Social Networks. *PLoS ONE*, 11(2), e0147617. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0147617>
- Lesh, M. (2019, 21 de noviembre). Labour's plan for power would destroy the fundamentals of for-profit capitalism. *The Telegraph*. <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/11/21/labours-plan-power-would-destroy-fundamentals-for-profit-capitalism/>
- Lewandowski, T. (1982). *Diccionario de lingüística*. Cátedra.
- Lewis, H. (2020, 14 de julio). How capitalism drives cancel culture. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/07/cancel-culture-and-problem-woke-capitalism/614086/>
- Lex, E., Wagner, M., y Kowald, D. (2018). Mitigating Confirmation Bias on Twitter by Recommending Opposing Views. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1809.03901>
- Lipoviesky, G. (2012). *La felicidad paradójica*. Editorial Anagrama.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., y Kieran, K. (2003). *New Media. A Critical Introduction*. Routledge.
- Lizza, R. (2020, 22 de julio). Americans tune in to «cancel culture»—and don't like what they see. *Politico*. <https://www.politico.com/news/2020/07/22/americans-cancel-culture-377412>
- Lombana-Bermudez, A., & Ramos-Martín, J. (2026). *Data Colonialism and Data Sovereignty in Latin America*. En: *The Palgrave Handbook of Digital Latin American Studies*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-77500-0_99-1
- López Rodríguez, M. J. (2018). Sociología de los derechos de las mujeres. *Nuevos Paradigmas de las Ciencias Sociales Latinoamericanas*, 17, 97-120. <https://nuevosparadigmas.ilae.edu.co/index.php/IlaeOjs/article/view/60>

- Loveluck, B. (2020). The Many Shade of Digital Vigilantism. A Typology of Online Self-Justice. *Global Crime*, 21(3-4), 213-241. <https://doi.org/10.1080/17440572.2019.1614444>
- Lyon, D. (2001). *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*. McGraw-Hill.
- Lyon, T. P., y Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223-249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- MacKenzie, D., y Wajcman, J. (Eds.). (1999). *The social shaping of technology*. Open University Press.
- MacPherson, J. (2021). *Notes from Woketopia: Laying Bare the Lunacy of Woke Culture*. Connor Court Publishing Pty Ltd.
- Madrid Gil, S. (2023). Woke culture and the history of America: From colonisation to depersonalisation. *Church, Communication and Culture*, 8(1), 18-42. <http://doi.org/10.1080/23753234.2023.2174890>
- Maes, J. (2022, 12 de noviembre). 7 marques de vêtements inclusives à découvrir absolument. *ELLE*. <https://www.elle.be/fr/338613-6-marques-de-vetements-inclusives-a-decouvrir-absolument.html>
- Mangone, E. (2014). La conoscenza come forma di libertà responsabile: l'attualità del «cittadino ben informato» di Alfred Schütz. *Studi di Sociologia*, 1, 53-69.
- Mangone, E. (2019). Limiti e opportunità delle scienze sociali. *Culture e studi del sociale*, 4(1), 3-13.
- Mangone, E. (2022a). The Difficult Joining of Theory and Empirical Research: Strengths and Weaknesses of Digital Research Methods. En G. Punziano y A. Delli Paoli (Eds.), *Handbook of Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society* (pp. 11-23). IGI Global.
- Mangone, E. (2022b). *Narratives and Social Change. Social Reality in Contemporary Society*. Springer.
- Mangone, E. (2022c). Italian Migration Policies and Newspaper Communication: A Case Study. *Tripodos*, 53(02), 1-17. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2022.53.02>
- Mangone, E. (2024). Elements of Epistemology for the Study of Solidarity. *Telos. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(2), 674-690. <https://www.doi.org/10.36390/telos262.06>
- Mangone, E. (2025). The Sociology of Hope. *Encyclopedia*, 5(3), 128. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5030128>

- Mangone, E., y Picarella, L. (2024). *Guerre culturali e società frammentata. Dalla cancel culture al woke capitalism*. Paolo Loffredo.
- Mannheim, K. (1987). *Ideologías y utopías*. Fondo de Cultura Económica.
- Marcotty, J. (2017, 21 de noviembre). State Alleges 3M Chemicals Caused Cancer and Infertility, Alleges \$5 Billion in Damage. *StarTribune*. <https://www.startribune.com/state-alleges-3m-chemicals-caused-cancer-and-infertility-alleges-5-billion-in-damage/458907243/>
- Marcuse, H. (2025). *Eros y civilización. Una investigación filosófica sobre Freud*. Editorial Ariel.
- Marina, J. A. (2021). Elogio y refutación del pensamiento woke. *El Panóptico*, 35. <https://www.joseantoniomarina.net/categoria-blog/revista-el-panoptico/numero-35/elogia-y-refutacion-del-pensamiento-woke/>
- Marquis, C., Toffel, M. W., y Zhou, Y. (2016). Scrutiny, norms, and selective disclosure: A global study of greenwashing. *Organization Science*, 27(2), 483-504. <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1039>
- Martell, L. (2010). *The Sociology of Globalization*. Polity Press.
- Martin, J., y Siehl, C. (1983). Organizational culture and counterculture: An uneasy symbiosis. *Organizational Dynamics*, 12(2), 52-64. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(83\)90033-5](https://doi.org/10.1016/0090-2616(83)90033-5)
- Mastrangelo, E. y Petrucci, E. (2020). *Iconoclastia. La pazzia contagiosa della Cancel Culture che sta distruggendo la nostra Storia*. Elettica Edizioni.
- Maurer, M. (2021, 31 de agosto). Political Agenda Setting. In M. Powers (Ed.), *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Retrieved 16 de septiembre 2026, de <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.106>
- McCullagh, C., y Campling, J. (2002). *Media Power. A Sociological Introduction*. Palgrave Macmillan.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Ediciones Paidós.
- McLuhan, M., y Powers, B. R. (2020). *La aldea global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Gedisa Editorial.
- Mellino, M. (2023). Cancel culture o decolonizzazione dei saperi e della cultura?. *Cambio. Rivista sulle trasformazioni sociali*, 13(25), 45-57. <https://doi.org/10.36253/cambio-14763>
- Meneses, J. P. (2018). Sobre a Necessidade de Conceptualizar o Fenómeno Das Fake News. *Observatorio (OBS*)*, 12(5), 37-53. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181376>

- Merton, R. K. (2002). *Teoría y estructura sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford University Press.
- Mignolo, W. D. (2005). *La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Editorial Gedisa.
- Mills, C. W. (1961). *La imaginación sociológica*. Fondo de Cultura Económica.
- Mohseni, S., y Ragan, E. (2018). Combating Fake News with Interpretable News Feed Algorithms. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1811.12349>
- Montgomery, A. W., Lyon, T. P., y Barg, J. (2024). No End in Sight? A Greenwash Review and Research Agenda. *Organization & Environment*, 37(2), 221-256. <https://doi.org/10.1177/10860266231168905>
- Morin, E. (1984). *Sociologie*. Fayard.
- Muravina, M. (2019). The Predictable Backlash on Gillette's «Toxic Masculinity» Campaign. *Glocalities*. <https://glocalities.com/news/gillette-ad>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., y Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2019>
- Ng, E. (2020). No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Social Media Participation. *Television & New Media*, 21(6), 621-627. <https://doi.org/10.1177/1527476420918828>
- Nguyen, N. (2020, 22 de marzo). In the Coronavirus 'Infodemic,' Here's How to Avoid Bad Information. Misleading information about Covid-19 spreads through texts and emails—but you can protect yourself from dubious claims and reports. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/in-the-coronavirus-infodemic-you-can-manage-the-deluge-of-news-11584882002>
- Norris, P. (2020). Closed Minds? Is a «Cancel Culture» Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science?. *HKS Working Paper*, RWP20-025. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3671026>
- Nye, J. S. (1990). The Changing Nature of World Power. *Political Science Quarterly*, 105(2), 177-192. <https://doi.org/10.2307/2151022>
- Nye, J. S. (2003, 10 de enero). Soft power: Propaganda isn't the way. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2003/01/10/opinion/IHT-soft-power-propaganda-isnt-the-way.html>

- O'Guinn, T. C., Allen, C. T., y Semenik, R. D. (1999). *Publicidad*. Thomson Editores.
- Ong, W. J. (1987). *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Económica.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., y Rynes, S. L. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441. <http://dx.doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- Orr, J. (1953). Le rôle destructeur de l'euphémisme. *Cahiers de l'Association Internationale des Études Françaises*, 3-5, 167-175.
- Orwell, G. (2000). 1984. Destino.
- Ossewaarde, M. (2007). Sociology Back to the Publics. *Sociology*, 41(5), 799-812. <https://doi.org/10.1177/0038038507080437>
- Ostler, N. (2005). *Empires of the Word: A Language History of the World*. Harper Collins.
- Ould Mohamedou, M.-M., y Sisk, T. D. (Eds.). (2017). *Democratisation in the 21st Century: Reviving Transitology*. Routledge.
- Oxford University Press. (n.d.). Nigger, n., I.1.a. In *Oxford English Dictionary*. Recuperado el 16 de septiembre de 2026, de <https://doi.org/10.1093/OED/7006676736>
- Özbilgin, M. F., y Erbil, C. (2024). Rainbow burning to rainbow washing: how (not) to manage LGBT+ inclusion. En R. A. Gardiner, W. Fox-Kirk, C. J. Elliot y V. Stead (Eds.), *Genderwashing in Leadership: Power, Policies and Politics* (pp. 135-152). Emerald Publishing.
- Paché, G. (2022). Woke culture syndrome: Is research in management under threat? *Journal of Management Research*, 14(1), 1-12. <https://doi.org/10.5296/jmr.v14i1.19323>
- Page, B. (2011, 5 de enero). New Huckleberry Finn edition censors «n-word». *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2011/jan/05/huckleberry-finn-edition-censors-n-word>
- Paliy, K. (2024). Cancel culture as a tool of social influence. *Philosophical Horizons*, 48, 61-69. <https://doi.org/10.33989/2075-1443.2024.48.308068>
- Parisier, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin.
- Parker Beard, J. C. (2020). Click Bait, Cancel Culture, and the Rhetoric of Civic Discourse. *Georgia International Conference on Information Literacy*, 19. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/gaintlit/2020/2020/19>

- Pendergast, B. (2004). *Everyman's Guide to The Mysteries of Agatha Christie*. Trafford Publishing.
- Perel, M., Somech, O., & Elkin-Koren, N. (2026). Data enclosure by digital platforms: Empirical evidence. *Big Data & Society*, 13(1): 1-14. <https://doi.org/10.1177/20539517261419327>
- Pérez Gómez, P. A. (2017). Alineación de los sistemas de información con la estrategia de gobierno en línea. *Novum Jus*, 11(1), 143-173. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2017.11.1.6>
- Pérez Salazar, B. (2023). Búsquedas de sentido y confianza complementaria en sociedades post-tradicionales. *Nuevos Paradigmas de las Ciencias Sociales Latinoamericanas*, 12(23), 35-52. <https://nuevosparadigmas.ilae.edu.co/index.php/IlaeOjs/article/view/264>
- Perry, R. (1992). A Short History of the Term Politically Correct. En P. Aufderheide (Ed.), *Beyond PC: Towards a Politics of Understanding* (pp. 71-79). Graywolf Press.
- Phelan, J. (1996). *Narrative as Rhetoric. Technique, Audiences, Ethics, Ideology*. Ohio State University Press.
- Phiri, P. (2023). Wokeism: A Critical Analysis of its Impact on Society and the Emergence of Woke Capitalism. *Diversity and Equality in Health and Care*, 20(3), 1-5.
- Picarella, L. (2020). Democrazia, partecipazione e conflitto: el caliente otoño latinoamericano. *Culture e Studi del Sociale*, 5(2), 427-442.
- Picarella, L. (2024a). Democratic culture and digital ecosystems. Women's political participation in Latin America. *Journal of Liberty and International Affair*, 10(3), 14-27.
- Picarella, L. (2024b). Intersections in the digital society: cancel culture, fake news, and contemporary public discourse. *Frontiers in Sociology*, 9: 1376049. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1376049>
- Picó López, J., y Serra, I. (2010). *La escuela de Chicago de Sociología*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.
- Plantin, J.-C., Lagoze, C., Edwards, P. N., y Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293-310. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Powell, B. B. (2009). *Writing: Theory and History of the Technology of Civilization*. Wiley Blackwell.

- Prada Uribe, J. E. (2024). Algunas reflexiones para evaluar la accesibilidad en los modelos latinoamericanos de gobierno digital. *Novum Jus*, 18(2), 335-362. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2024.18.2.13>
- Prearo, M. (2024). *Anti-Gender Mobilizations, Religion and Politics. An Italian Case Study*. Routledge.
- Prieto-Carron, M., y Larner, W. (2010). Gendering codes of conduct: Chiquita bananas and Nicaraguan women workers. En V. Higgins y W. Larner (Eds.), *Calculating the social: Standards and the reconfiguration of governing* (pp. 38-55). Palgrave Macmillan.
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual review of political science*, 16, 101-127. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Puar, J. (2011). Citation and Censorship: The Politics of Talking About the Sexual Politics of Israel. *Feminist Legal Studies*, 19, 133-142. <https://doi.org/10.1007/s10691-011-9176-3>
- Quijano, A. (2001). Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina. En W. Mignolo (Ed.), *Capitalismo y geopolítica del conocimiento. El eurocentrismo y la filosofía de la liberación en el debate intelectual contemporáneo* (pp. 117-131). Ediciones del Signo.
- Reutner, U., y Schafroth, E. (Eds.). (2012). *Political Correctness*. Peter Lang.
- Rhodes, C. (2021). *Woke Capitalism: How Corporate Morality is Sabotaging Democracy*. Bristol University Press.
- Ricaurte, P. (2019). Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350-365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>
- Ricœur, P. (1959). Le symbole donne à penser. *Esprit*, 7-8, 60-76.
- Ricœur, P. (1986). Life: A Story in Search of a Narrator. En M. C. Doerer y J. N. Kraay (Eds.), *Facts and Values* (pp. 121-132). Martinus Nijhoff Publishers.
- Ricœur, P. (2003). *El conflicto de las interpretaciones: Ensayos de hermenéutica*. Fondo de Cultura Económica.
- Ridley, J. (2020, 8 de junio). Op-Ed: Hey, HBO, «Gone with the Wind» romanticizes the horrors of slavery. Take it off your platform for now. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/opinion/story/2020-06-08/hbo-max-racism-gone-with-the-wind-movie>
- Ritzer, G. (1990). Metatheorizing in Sociology. *Sociological Forum*, 5(1), 3-15. <https://doi.org/10.1007/BF01115134>
- Ritzer, G. (Ed.) (1992). *Metatheorizing. Key Issues in Sociological Theory*. Sage.

- Robertson, R. (1992). *Globalization. Social Theory and Global Culture*. Sage.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. En M. Featherstone, S. Lash y R. Robertson, R. (Eds.), *Global Modernities* (25-44). Sage.
- Rodríguez González, F. (1988). Eufemismo y propaganda política. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 1, 153-170.
- Rodríguez, J., y Clark, A. M. (2021). Big data y periodismo: cómo el periodismo Estadounidense está adoptando el uso de Big data. *Novum Jus*, 15(1), 69-89, <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2021.15.1.4>
- Roos, H. (2020). *With(Stan)ding Cancel Culture: Stan Twitter and Reactionary Fandoms* [Media & Communication Honors Thesis, Muhlenberg College]. <https://jstor.org/stable/community.31638145>
- Rose, A. M. (1968). Minorities. En D. L. Sills (Ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences* (vol. X, pp. 365-370). The Macmillan Company and the Free Press.
- Rothkopf, D. J. (2003, 11 e mayo). When the Buzz Bites Back. *The Washington Post*, p. B01. <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/>
- Saint-Louis, H. (2021). Understanding cancel culture: Normative and unequal sanctioning. *First Monday*, 26(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10891>
- Salvador García, M. (2024). Derechos humanos y tecnologías de la información y la comunicación. *Novum Jus*, 18(2), 225-248. <https://novumjus.ucatolica.edu.co/article/view/5205>
- Santos, de Sousa B. (2009). *Una Epistemología del Sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Siglo XXI Editores.
- Sapir, E. (1954). *El Lenguaje*. Fonda de Cultura Económica.
- Savidan, P. (2009). *Le multiculturalisme*. PUF.
- Schoeneborn, D. (2017, 2 de octubre). *Enjoy the Silence? CSR Communication and the Phenomenon of «Greenhushing»*. Copenhagen Business School, CBS. <http://www.bos-cbscsr.dk/2017/10/02/csr-communication-greenhushing/>
- Scholz, T., & Schneider, N. (Eds.). (2016). *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. OR Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctv62hfq7>

- Schütz, A. (2003). El ciudadano bien informado. Ensayo sobre la distribución social del conocimiento. En A. Schütz, *Estudios sobre teoría social. Escritos II* (pp. 120-132). Amorrortu editores.
- Schwab, K. (2020, 3 de junio). Now is the time for a «great reset». *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/now-is-the-time-for-a-great-reset/>
- Schwartz, H., y Jacobs, J. (1979). *Qualitative Sociology: A Method to the Madness*. The Free Press.
- Schwartz, S. (2001, 11 de junio). Map: Where Critical Race Theory Is Under Attack. *Education Week*. <https://www.edweek.org/policy-politics/map-where-critical-race-theory-is-under-attack/2021/06>
- Sdrigotti, F. (2018). *Shitstorm*. Open pen.
- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Editorial Anagrama.
- Shafie, G., y Chávez, K.R. (2019). Pinkwashing and the Boycott, Divestment, and Sanctions Campaign. *Journal of Civil and Human Rights*, 5, 32-48. <https://doi.org/10.5406/jcivihumarigh.2019.0032>
- Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D., y Liu, H. (2018). FakeNews-Net: A Data Repository with News Content, Social Context and Spatial-temporal Information for Studying Fake News on Social Media. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1809.01286>
- Silva García, G., Irala, F., y Pérez Salazar, B. (2020). Criminalidad, desviación y divergencia: una nueva cosmovisión en la criminología del Sur. *Revista Latinoamericana de Sociología Jurídica*, 1(1), 8- 32. <https://orcid.org/0000-0002-3972-823X>
- Silverstone, R. (1999). *Why Study the Media*. Sage.
- Simmel, G. (2022). *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Fondo de Cultura Económica.
- Simons, G. (2021). Role of Social Media in Amplifying Neo-Liberal Cancel Culture. *Transatlantic Politics Quarterly*, 20(3), 71-79.
- Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. Polity.
- Solis-Gadea, H. R. (2005). The New Sociological Imagination: Facing the Challenges of a New Millennium. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3-4), 113-122. <https://doi.org/10.1007/s10767-006-9008-7>
- Solito, L., y Sorrentino, C. (2022). The Construction of Communicative Space: The Nature of COVID-19 Information in Italy. En J. Vázquez-Herrero, A. Silva-Rodríguez, M.-C. Negreira-Rey, C. Toural-Bran y X. López-García

- (Eds.), *Total Journalism Models, Techniques and Challenges* (pp. 181 a 193). Springer.
- Soll, J. (2016, 18 de diciembre). The Long and Brutal History of Fake News. *POLITICO Magazine*. <http://politi.co/2FaV5W9>
- Sorensen, L. (2020). Disrupting democracy: Democratization conflicts as performative struggles. *Media, War & Conflict*, 13(1), 8-26. <https://doi.org/10.1177/1750635219870225>
- Sorice, M. (2020). La «piattaformizzazione» della sfera pubblica. *Comunicazione Politica*, 3, 371-388. <https://dx.doi.org/10.3270/98799>
- Sorice, M. (2021). *Partecipazione disconnessa. Innovazione democratica e illusione digitale al tempo del neoliberismo*. Carocci.
- Sorokin, P. A. (1966). *Sociedad, cultura y personalidad: su estructura y su dinámica. Sistema de Sociología General*. Aguilar.
- Sorrentino, C. (2008). *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*. Le Lettere.
- Sorrentino, C. (2024). Prefazione. En E. Mangone y L. Picarella, *Guerre culturali e società frammentata. Dalla cancel culture al woke capitalism* (pp. 9-15). Paolo Loffredo.
- Srnicek, N. (2017). The challenges of platform capitalism: Understanding the logic of a new business model. *Juncture*, 23(4), 254-257. <https://doi.org/10.1111/newe.12023>
- Stevens, J. M., Steensma, H. K., Harrison, D. A., y Cochran, P. L. (2005). Symbolic or Substantive Document? The Influence of Ethics Codes on Financial Executives' Decisions. *Strategic Management Journal*, 26(2), 181-195. <https://doi.org/10.1002/smj.440>
- Strate, L. (2004). A media ecology review, *Communication Research Trends*, 23(2), 1. <https://scholarcommons.scu.edu/crt/vol23/iss2/1/>
- Sumner, W. G. (1906). *Folkways. A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores, and Morals*. Ginn and Company.
- Tandoc, E. C., Tan Hui Ru, B., Lee Huei, G., Min Qi Charlyn, N., Chua, R. A., y Goh, Z. H. (2024). #CancelCulture: Examining definitions and motivations. *New Media & Society*, 26(4), 1944-1962. <https://doi.org/10.1177/14614448221077977>
- Taylor, Ch. (1992). *Multiculturalism and «The Politics of Recognition»*. Princeton University Press.
- Taylor, Ch. (1994). *La ética de la autenticidad*. Ediciones Paidós.

- Confessore, N. (2024, 21 de enero). Inside the Crusade Against D.E.I. «America Is Under Attack»: How Conservative Activists Took Aim at «Woke». *The New York Times*, A1 y 14.
- Thomas, W. I., y Thomas, D. S. (1928). *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. Alfred A. Knopf.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós.
- Thurlow, K. (2023). The death of «woke» culture: How Florida's attack on progressive policies has created a history curriculum that indoctrinates the youth. *International Public History*, 6(1), 25-29. <https://doi.org/10.1515/iph-2023-2005>
- Titlestad, M. (2013). The N-word of the «Narcissus»: Conrad and Race in a South African University. *Studia Neophilologica*, 85(sup1), 82-94. <https://doi.org/10.1080/00393274.2012.75167>
- Topping, A., Lyons, K., y Weaver, M. (2019, 15 enero). Gillette #MeToo razors ad on «toxic masculinity» gets praise – and abuse. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/15/gillette-metoo-ad-on-toxic-masculinity-cuts-deep-with-mens-rights-activists>
- Touraine, A. (2000). *Crítica de la modernidad*. Fondo de Cultura Económica.
- Tuchman, G. (1978a). The symbolic annihilation of women by the mass media. En G. Tuchman, A. K. Daniels y J. W. Benet (Eds.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media* (pp. 3-38). Oxford University Press.
- Tuchman, G. (1978b). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. The Free Press.
- UN (2015). *Resolution adopted by the General Assembly on September 25, 2015. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations Organization.
- United Nations (2026). What is hate speech?. <https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>.
- Valente, J. C. L., & Grohmann, R. (2024). Critical data studies with Latin America: Theorizing beyond data colonialism. *Big Data & Society*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/20539517241227875>
- van Dijck, J., Poell, T., y De Waal, M. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- van Oenen, G. (2023). The spectre of woke and the reality of academic freedom. On Education. *Journal for Research and Debate*, 6(17). https://doi.org/10.17899/on_ed.2023.17.5

- Varoufakis, Y. (2024). *Tecnofeudalismo. El sigiloso sucesor del capitalismo*. Deusto Ediciones.
- Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Velasco, J. C. (2020). You are Cancelled: Virtual Collective Consciousness and the Emergence of Cancel Culture as Ideological Purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5), 1-7. <https://dx.doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.riocls21n2>
- Verdon, J. (2021, 18 de marzo). Time For Mr. Monopoly's Get Woke Moment. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/joanverdon/2021/03/18/time-for-mr-monopolys-get-woke-moment/?sh=13a10e7c2aa2>
- Viernes, G., Ulnagan, R., Delos Reyes, D. E., Lazatin, K. J., Alipio, R. A., Mendoza, J. A., Balisi, A. M., Ignacio, G. R., Fernandez, R., y Pascua, C. P. (2022). Uncovering the connection of cancel culture and the internet», *International Journal of Arts, Sciences and Education*, 3(1), 86-97. <https://www.ijase.org/index.php/ijase/article/view/99>
- Villalobos Antúnez, J. V., Guerrero Lobo, J. F., Caldera Ynfante, J. E., y Ramírez Molina, R. I. (2022). Perspectivas De La Epistemología Crítica. La Cuestión Fundamental Acerca De Una Nueva Ciencia, *Novum Jus*, 16(3), 161-187. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2022.16.3.7>
- Wacquant, L. (1989). Towards a Reflexive Sociology: A Workshop with Pierre Bourdieu. *Sociological Theory*, 7(1), 26-63. <https://doi.org/10.2307/202061>
- Waling, A. (2019). Problematising «Toxic» and «Healthy» Masculinity for Addressing Gender Inequalities. *Australian Feminist Studies*, 34(101), 362-375, <https://doi.org/10.1080/08164649.2019.1679021>
- Waller, R. L., y Conaway, R. N. (2011). Framing and counterframing the issue of Corporate Social Responsibility: The communicate strategies of Nikebiz.com. *Journal of Business Communication*, 48(1), 83-106. <https://doi.org/10.1177/0021943610389752>
- Wallerstein, I. (1976). A world-system perspective on the social science. *The British Journal of Sociology*, 27(3), 343-352.
- Wardle, C., y Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report (DGI, 9). Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

- Warren, D. E. «Woke» Corporations and the Stigmatization of Corporate Social Initiatives. *Business Ethics Quarterly*, 32(1), 169-198. <https://doi.org/10.1017/beq.2021.48>
- Webster, F. (2002). *Theories of the Information Society*. Routledge.
- Weil, S. (2023). *Raíces del existir: Preludio a una declaración de deberes hacia el ser humano*. Editorial Comares.
- Whorf, B. L. (1956). *Language, Thought and Reality*. The MIT Press.
- Willis, M. (2020, 29 de junio). Abolitionist «Wide Awakes» Were Woke Before «Woke». *JSTOR daily*. <https://daily.jstor.org/abolitionist-wide-awakes-we-re-woke-before-woke/>
- Winker, P., Etter, M., y Castelló, I. (2020). Vicious and Virtuous Circles of Aspirational Talk: From Self-Persuasive to Agonistic CSR Rhetoric. *Business and Society*, 59(1), 98-128. <https://doi.org/10.1177/0007650319825758>
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford University Press.
- Vredenburg, J., Kapitan, S., Spry, A., & Kemper, J. A. (2020). Brands Taking a Stand: Authentic Brand Activism or Woke Washing?. En *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 444-460. <https://doi.org/10.1177/0743915620947359>
- Yeoman, B. (2022, 6 de julio). That's Fake News!. *The Saturday Evening Post*. <https://www.saturdayeveningpost.com/2022/07/thats-fake-news>
- Yogan, L. (2015). North Central Sociological Association Presidential Address, 2014: Positively Teaching Positive Sociology. *Sociological Focus*, 48(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/00380237.2015.980205>
- Zhao, S. (2004). Metatheory. En G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of social theory* (pp. 500-501). Sage.
- Zimmer, F., Scheibe, K., Stock, M., y Stock, W. G. (2019). Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7, 40-53. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2019.7.2.4>
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Ediciones Paidós.

LAS AUTORAS

EMILIANA MANGONE



Ph.D en Ciencias Sociales y de la Educación de la Universidad de Huelva (España). Desde 2023 es full professor de Sociología de los procesos culturales y de la comunicación en el Departamento de Ciencias Políticas y de la Comunicación de la Università degli Studi di Salerno (Italia). Es directora del grupo de investigación Narratives and Social Changes-International Research Group (NaSC-IRG, 2020-2026) y fue directora del International Centre for Studies and Research

on «Mediterranean Knowledge» (2015-2020). Es conferencista en eventos nacionales e internacionales, es profesora visitante en universidades europeas y autora de numerosos artículos de investigación y monografías. Sus intereses de investigación se refieren a los sistemas culturales e institucionales, con énfasis en las temáticas de las representaciones sociales, de los procesos relacionales, del conocimiento y de la narración como elementos clave para la acción, de las migraciones, y, además, del pensamiento de Pitirim A. Sorokin.

Para más informaciones, véase la página personal:

<https://emilianamangone.com/>

✉ emangone@unisa.it

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9958-4346>

LUCIA PICARELLA



Ph.D. en Teoría e Historia de las Instituciones Políticas Comparadas de la Universidad de Salerno (Italia), Post-Doctora y Politóloga de la misma Universidad. Ganadora de una beca de investigación en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, España, años 2005-2008). De 2008 a 2013 fue profesora en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad de Salerno (Italia). De 2013 a enero 2025, fue investigadora y profesora en la Facultad de Derecho de la Universidad Católica de

Colombia. Actualmente, es profesora asociada en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de Foggia (Italia). Conferencista en eventos nacionales e internacionales, visiting professor en universidades europeas y latinoamericanas, es autora de numerosos artículos de investigación y monografías. Además, fue editor in chief de la Revista Cultura Latinoamericana, es miembro de comités científicos y editoriales de revistas indexadas a nivel internacional, es directora de investigación en numerosos grupos y redes de investigación europeos y latinoamericanos, y fue ganadora de premios para la excelencia en la investigación y para el trabajo social y académico para el empoderamiento de las mujeres.

✉ lucia.picarella@unifg.it

 <https://orcid.org/0000-0001-5275-1111>



Las sociedades actuales se caracterizan por una relación indisoluble entre las estructuras sociales y las plataformas y esto hace necesario reflexionar críticamente sobre la democratización real del espacio público y la protección del bienestar común y los derechos fundamentales.

La hipótesis de este libro es la consideración de los medios de comunicación como espacios de lucha y de poder, y el objetivo es proporcionar un marco teórico —enriquecido con ejemplos concretos— de las dinámicas y desafíos que plantean algunas prácticas que podemos reunir bajo el paraguas de la cultura *woke*.

En términos de resultados esperados, este libro define un camino de reflexión crítica sobre aspectos de la mediación simbólica.



pireoeditorial

