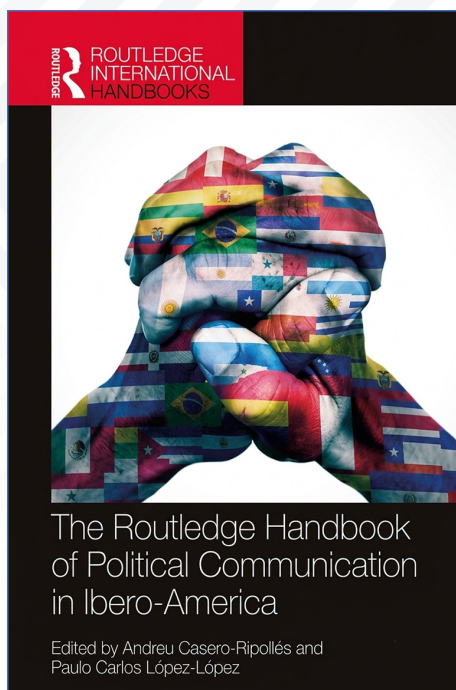




The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America

Casero-Ripollés, A. & López-López P. C.
(Eds.)

London, UK. 2024, 516 pp.

ISBN: 9781003388937

Por: Cristian López-Domínguez ¹

Recibido: 15-03-2026 – Aceptado: 30-06-2026
<https://doi.org/10.26441/RC25.2-2026-R2-4672>

¿Hasta qué punto han impactado las tecnologías digitales en la comunicación política iberoamericana?, ¿cómo se retroalimentan la polarización, los discursos de odio y los populismos en este diálogo digital?, ¿de qué forma las relaciones entre comunicación, política y medios digitales están transformando las sociedades iberoamericanas, y qué consecuencias tiene en términos electorales y, en definitiva, democráticos?

A estas y a otras muchas cuestiones responde la obra *The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America*. Este libro, concebido en forma de manual, se sumerge bajo la importante tarea de identificar y comprender el significado de los cambios contemporáneos que ha registrado la comunicación política, especialmente digital, en América Latina y la Península Ibérica, entendidas como espacios geográficos con vínculos políticos, culturales, sociales y lingüísticos.

La edición y coordinación del libro corresponde a dos profesores de referencia en el estudio de la comunicación política internacional: Andreu Casero-Ripollés y Paulo Carlos López-López. La edición de la obra lleva la impronta de Routledge (Taylor & Francis Group), sello insignia para publicaciones de Humanidades y Ciencias Sociales.

Este manual es un compendio de un total de 37 estudios (capítulos) que se reparten en nueve bloques (partes), cada uno de los cuales aborda un área relevante de la comunicación política o centra su mirada en un área geográfica específica dentro de Iberoamérica. A lo largo de sus más de 500 páginas analíticas, los diversos trabajos ofrecen una visión integral y exhaustiva del alcance de la comunicación política digital en esta parte del mundo. Así, traza un recorrido desde cuestiones teóricas generales, como los sistemas mediáticos, la definición de la agenda, el discurso político, la polarización política, hasta aplicaciones específicas y tendencias en los contextos locales de diferentes países iberoamericanos, y en el marco regional.

¹ Cristian López-Domínguez es investigador predoctoral en la Universidad de Sevilla.
https://orcid.org/0009-0005-6190-7065_clopez10@us.es

En total, 74 autores afiliados a 49 universidades en instituciones académicas de 18 países han contribuido a este volumen. Unas cifras que demuestran el alto grado de diversidad y pluralidad del recopilatorio. El manual promete ser de interés para académicos, estudiantes y profesionales de las áreas de ciencia política, comunicación, periodismo, publicidad, marketing y sociología, así como para consultores de opinión pública. De igual manera, representa una lectura de especial interés para estudiantes de grado y posgrado de Latinoamérica, Portugal y España.

La metamorfosis digital de la comunicación política iberoamericana

En pleno siglo XXI, es fundamental comprender cómo la digitalización está reconfigurando múltiples aspectos de las sociedades iberoamericanas, donde la comunicación política desempeña un papel fundamental. Durante los últimos años, los medios digitales han adquirido un papel fundamental en el diálogo público. En este ecosistema híbrido han ido surgiendo numerosos fenómenos relevantes para el estudio, sobre todo en el contexto iberoamericano, como la difusión de información falsa, el desorden informativo, la organización de protestas en plataformas sociales, el avance del ciberpopulismo (populismo digital), el papel de las emociones, el impacto de la IA o la plataformización de la política.

Esta evolución hacia el entorno digital ha suscitado una reconfiguración de la propia política (Jungherr *et al.*, 2020). Tras dos décadas, las redes sociales están plenamente consolidadas y su uso es prácticamente universal entre partidos políticos, gobiernos, instituciones, movimientos sociales, activistas y ciudadanos. Esto ha generado e impulsado nuevas posibilidades para desarrollar campañas y aplicar nuevas estrategias en la comunicación con la ciudadanía y en su persuasión. Estas nuevas plataformas digitales han modificado las funciones básicas de los actores políticos, originando transformaciones en la producción, distribución y consumo de la comunicación política (Casero-Ripollés, 2018). Como resultado, la atención a la comunicación política ha crecido exponencialmente en fechas recientes (López-López, Barredo-Ibáñez y Jaráiz-Gulías, 2023).

En el contexto latinoamericano, este momento histórico ha propiciado un cambio hacia un nuevo sistema comunicativo multidimensional, caracterizado por la convergencia de medios. Hoy en día, el contenido profesional coexiste con el amateur. Hemos transitado desde el predominio de las relaciones entre periodistas y políticos, a un espacio más abierto y descentralizado en el que un mayor número de actores intervienen en la construcción de la comunicación política. Además, la autoproducción de mensajes por parte de esta amplia y heterogénea nómina de actores políticos ha supuesto un desplazamiento de la escasez a la hiperabundancia. A la luz de este contexto han surgido nuevos mecanismos comunicativos, como los memes políticos (Mazzoleni & Bracciale, 2019), mientras que otros se han redefinido y, en ocasiones, recurren a la desinformación, lo que multiplica su impacto pero conlleva efectos negativos para la calidad democrática. Al mismo tiempo, han emergido nuevas formas de construcción de la agenda pública, utilizadas por movimientos sociales como el indigenismo o el ciberactivismo feminista. Además, la inteligencia artificial se ha incorporado recientemente como una poderosa herramienta para desarrollar contenido político.

Pese a ello, la proliferación de plataformas digitales, la hiperconectividad y la democratización de la comunicación política no han logrado establecer un intercambio comunicativo bidireccional entre ciudadanos y políticos, que fomente una mayor proximidad entre gobernantes y gobernados. El resultado, por el contrario, es un entorno mediático más denso y complejo que ha favorecido las posibilidades de elección, pero donde los medios de comunicación tradicionales han perdido su rol de guardianes de la información y, simultáneamente, se ha acentuado la fragmentación pública (Van-Aelst *et al.*, 2017).

Algunas de sus principales consecuencias han sido el auge de la polarización emocional e ideológica; la aparición de una brecha de información entre los ciudadanos (con serias implicaciones

democráticas); el surgimiento de la “datificación” y la posibilidad de obtener grandes cantidades de datos sobre nuestro comportamiento digital como consumidores de comunicación política para que, posteriormente, las multinacionales tecnológicas obtengan beneficios económicos (Mejías y Couldry, 2019), o deriven en prácticas que abarcan desde la vigilancia digital hasta la personalización de contenido mediante procedimientos de microsegmentación; o, la absoluta dependencia de los algoritmos que rigen las redes sociales en la determinación de la circulación del contenido político (Bossetta, 2018).

De este modo, en este nuevo escenario híbrido, marcado por la existencia de esferas públicas fragmentadas (Bennett y Pfetsch, 2018), se han venido incrementando los estilos comunicativos y políticos que cuestionan la legitimidad de aspectos centrales de la democracia liberal, como la libertad de expresión, las elecciones y los derechos políticos de la ciudadanía. Esto está íntimamente relacionado con la pérdida de confianza de los ciudadanos en las instituciones intermediarias esenciales, como los medios de comunicación y los poderes políticos. Consiguientemente, los valores normativos de diálogo, intercambio y deliberación racional y entendimiento mutuo (Habermas, 2006) están cediendo terreno a la desconexión y la disonancia.

Esto está contribuyendo a la irrupción de espacios comunicativos iliberales, que sitúan la exclusión y el extremismo en el centro (Bennett y Kneuer, 2023), y a problemáticos fenómenos como la polarización, la intolerancia, los discursos de odio, la desinformación o el populismo, desembocando finalmente en la erosión democrática (Pérez-Curiel y Domínguez-García, 2020). Estas prácticas comunicativas iliberales vulneran abiertamente las normas democráticas de civismo, tolerancia, inclusión, reconocimiento mutuo e intercambio razonado de opiniones diferentes, a la par que añaden ataques a la prensa independiente, organizaciones de la sociedad civil y diversas minorías étnicas, raciales, religiosas y sexuales. Esta amalgama, que representa un fuerte desafío para la democracia, ya es la “nueva normalidad” en la comunicación política iberoamericana (Waisbord, 2018).

Aportes y claves para comprender la obra: una mirada panorámica

La obra es una actualización de la comunicación política adaptada al contexto iberoamericano y representa un giro multipolar hacia Iberoamérica, donde los estudios de comunicación política presentan particularidades que los hacen diferentes de los estudios anglosajones, centroeuropeos o del sudeste asiático. Este libro recopilatorio arranca con la **parte I**, en la que se intentan establecer los elementos centrales de la comunicación política en Iberoamérica, y donde autores como Omar Rincón y Catalina Uribe-Rincón exploran las características y circunstancias de la comunicación política en América Latina, o Daniel C. Hallin y Martin Echeverría trazan los contornos generales de los sistemas mediáticos latinoamericanos.

La parte II se centra en el análisis de tres aspectos interrelacionados y que han experimentado un notable auge en la región en los últimos años: el populismo, la polarización y el discurso de odio, dinámicas con importantes implicaciones democráticas. A modo de introducción, Philip Kitzberger contextualiza las oleadas históricas de populismo en la región, para que Adriana Amado describa, posteriormente, cómo la cultura pop determina las campañas políticas contemporáneas y la comunicación gubernamental, o Hernando Rojas y Diego A. Mazorra Correa expliquen cómo la polarización política se percibe como un desafío crítico para los sistemas democráticos y cómo esta afecta profundamente a la región iberoamericana.

En la parte III, se analizan la participación política, el activismo digital y los movimientos sociales, cuestiones que han ido aumentando su importancia en la comunicación política digital, de la mano de investigadores como Maximiliano Martín-Vicente y Caroline Kraus-Luvizotto, o Guiomar Rovira-Sancho, quien ofrece una genealogía del activismo digital feminista en América Latina desde la década de 1990. **La parte IV** se centra en las últimas tendencias registradas en el proceso de digitalización de la comunicación política, como la inteligencia artificial, los algoritmos, la plataformización y los memes. En este marco teórico, capítulos como el de Paulo Carlos López-López y Andrea Mila-Maldonado exploran los diversos “comportamientos” de las

comunidades políticas digitales en Iberoamérica y cómo estas pueden segmentarse y dividirse internamente.

La parte V está dedicada a dos temas nucleares en la comunicación política: las campañas electorales y la comunicación gubernamental. En este bloque, Antoni Gutiérrez-Rubí reflexiona sobre la gestión comunicativa de las campañas electorales en América Latina, mientras que expertos como José Rúas-Araújo, Luis Cárcamo-Ulloa y Anabela Gradim-Alves analizan la situación actual de la desinformación electoral en España, Portugal y Latinoamérica desde una perspectiva comparada. **La parte VI** ofrece contribuciones a dos instituciones vitales para el estudio de la comunicación política en América Latina a nivel regional. Por un lado, Mauro Cerbino y Gissela Dávila analizan el papel del Centro de Estudios Avanzados de Comunicación para América Latina, impulsor de estudios críticos que han posicionado los enfoques latinoamericanos en el ámbito de la comunicación a nivel mundial. Por otro lado, Marta Lagos aborda la trascendencia del Latinobarómetro, instrumento vital para el análisis de la opinión pública en el contexto de esta área geográfica.

Las partes VII, VIII y IX centran sus capítulos en el estudio de la comunicación política en los distintos países de Iberoamérica, dedicándose cada una de estas partes a profundizar en una de las tres grandes regiones en las que han estimado los coordinadores del manual la división de este espacio geográfico en el volumen: Sudamérica (**VII parte**); Centroamérica, México y el Caribe (**VIII parte**), y, por último, la Península Ibérica (**IX parte**). **La séptima parte** examina la comunicación política en países sudamericanos como Brasil, Argentina, Ecuador, Uruguay o Perú. En la **octava parte**, estudiosos exploran las características de la comunicación política en campañas electorales y gobiernos como los de Cuba, México, Venezuela o El Salvador, marcados en muchos casos por la narrativa populista. Por último, **la novena parte**, enraizada en territorio ibérico, oscila entre el análisis crítico de la evolución del uso de los medios digitales en las campañas electorales en España desde mediados de los 90 (capítulo bajo la autoría de los académicos Andreu Casero-Ripollés y Laura Alonso Muñoz); la exposición de los avances logrados en la investigación sobre comunicación político-electoral en Portugal (obra de Hélder Prior y Miguel Andrade), y la exploración de la relación simbiótica entre la extrema derecha ibérica y las redes sociales, examinando las estrategias utilizadas por Vox en España y Chega! en Portugal (cuya realización lleva la firma de los expertos Concha Pérez-Curiel y João-Pedro Bautista).

Consideraciones finales

La principal virtud de esta obra radica en su capacidad para capturar un momento de profunda transformación en las relaciones entre comunicación, política y ciudadanía dentro del espacio iberoamericano. A lo largo de sus páginas, el volumen ofrece una mirada amplia y matizada sobre fenómenos que hoy condicionan la vida pública de la región, atendiendo tanto a los procesos compartidos como a las singularidades de cada contexto nacional. Su lectura permite comprender que las tensiones que atraviesan las democracias contemporáneas no pueden interpretarse al margen de las mutaciones experimentadas por los entornos comunicativos. En este sentido, el manual trasciende la mera recopilación de investigaciones para convertirse en una invitación a reflexionar sobre los desafíos, incertidumbres y oportunidades que acompañan a la comunicación política en una época marcada por el cambio permanente.

Referencias

- Bennett, W. L., y Kneuer, M. (2023). Communication and democratic erosion: The rise of illiberal public spheres. *European Journal of Communication*, 02673231231217378. <https://doi.org/10.1177/02673231231217378>
- Bennett, W. L., y Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of communication*, 68 (2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>

- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (2), 471–496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *Profesional de la información*, 27 (5), 964–974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication theory*, 16 (4), 411–426.
- Jungherr, A., Rodríguez, G. R., Rivero, G., y Gayo- Avello, D. (2020). Retooling politics: *How digital media are shaping democracy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108297820>
- López-López, P. C., Barredo-Ibáñez, D., & Jaráiz-Gulías, E. (2023). Research on Digital Political Communication: Electoral Campaigns, Disinformation, and Artificial Intelligence. *Societies*, 13(5), 126. <https://doi.org/10.3390/soc13050126>
- Mazzoleni, G., y Bracciale, R. (2019). La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica. Il Mulino.
- Mejias, U. A., y Couldry, N. (2019). Datafication. *Internet Policy Review*, 8(4), 1– 10. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1428>
- Pérez Curiel, C., & Domínguez García, R. (2021). Discurso político contra la democracia. Populismo, sesgo y falacia de Trump tras las elecciones de EE UU (3-N). *Culture, Language and Representation*, 26, 7–28. <https://doi.org/10.6035/clr.5807>
- Van-Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., De Vreese, C., Matthes, J., ... & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41 (1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19 (13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

