

# Migrantes que se autoproclaman autoridades discursivas: «¿Qué pasa en Venezuela?»

## Migrants casting themselves as discourse leaders: "What's happening in Venezuela?"

### Amparo Huertas Bailén

Profesora titular, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB); directora, Instituto de la Comunicación InCom-UAB.  
amparo.huertas@uab.cat. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8851-5417>

### Luiz Peres-Neto

Investigador, InCom-UAB; profesor colaborador, Escuela Superior de Propaganda y Marketing (ESPM) de Brasil y Universitat Oberta de Catalunya (UOC). [luiz.peres@espm.br](mailto:luiz.peres@espm.br).  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8190-8720>

**Cómo citar este artículo:** Huertas Bailén, Amparo y Peres-Neto, Luiz. «Migrantes que se autoproclaman autoridades discursivas: "¿Qué pasa en Venezuela?"». *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 124 (abril de 2020), p. 147-169. DOI: [doi.org/10.24241/rci.2020.124.1.147](https://doi.org/10.24241/rci.2020.124.1.147)

**Resumen:** Las crisis políticas provocadas por gobiernos autoritarios favorecen la aparición de líderes de opinión (*influencers*) entre la población emigrada. Al respecto, este artículo aborda la comunicación transnacional vinculada a procesos migratorios. Usando un marco teórico que gira en torno a la noción de intermediario –a partir de la reflexión desde las teorías de la comunicación clásicas–, se ahonda en la opinión pública, el pluralismo y la desinformación, así como en los sistemas morales y las emociones en las que esta última se recibe. En concreto, se realiza un análisis cualitativo de material publicado en YouTube por dos *influencers* emigrantes venezolanas sobre la autoproclamación de Juan Guaidó como presidente encargado, en enero de 2019, poniendo el foco en los recursos que emplean para erigirse como autoridades discursivas sobre la actualidad política desde fuera del país.

**Palabras clave:** comunicación transnacional, migraciones, líderes de opinión, desinformación, cultura digital, Venezuela, *influencers*

**Abstract:** Political crises caused by authoritarian governments encourage influencers to emerge in the emigrant population. In this regard, this paper addresses transnational communication linked to migration processes. Using a theoretical framework that revolves around the notion of an intermediary – based on classical communication theories – it delves into public opinion, pluralism and disinformation, and examines the reception of the disinformation in terms of moral systems and emotional responses. Specifically, a qualitative analysis is made of material posted on YouTube by two Venezuelan emigrant influencers about Juan Guaidó's self-proclamation as acting president in January 2019. The focus is on the resources they use to establish themselves as discursive authorities about the political discussion from outside the country.

**Key words:** transnational communication, migrations, opinion leaders, disinformation, digital culture, Venezuela, *influencers*

Desde la constatación de cómo las crisis políticas derivadas de la consolidación de gobiernos autoritarios favorecen el surgimiento de líderes de opinión entre la población emigrada, este artículo aborda la comunicación transnacional vinculada a procesos migratorios a partir del estudio de caso de dos *influencers* emigrantes venezolanas. Frente a los discursos oficiales, difundidos por los intermediarios tradicionales, aparecen personas que se autoproclaman fuentes de información válidas para conocer la actualidad política de los países de origen por el mero hecho de haber tomado la decisión de emigrar. Nos interesan especialmente los fundamentos sobre los que estos nuevos intermediarios asientan su legitimidad para elaborar contranarrativas geopolíticas. No analizaremos su perfil como activistas, sino el relato discursivo que emplean, accesible de forma global pero especialmente orientado a la opinión pública en el exterior del país en cuestión.

Aunque la noción de intermediario es polisémica, nuestro interés remite a un sentido de reciente aparición, ligado a la figura del *influencer*, cuyas bases provienen de la idea del líder de opinión. Entendemos el intermediario como cocreador de opinión pública y, para su estudio, hemos recurrido a la hermenéutica de profundidad de Thompson (2011). El alcance de una posición social privilegiada por parte de los *influencers* solo puede explicarse a partir de la confluencia de una larga serie de factores, como la rampante digitalización de la cultura (Fuchs, 2015), la crisis del sector comunicativo tradicional (Bolaño, 2016; Napoli, 2010; Murdock, 2011), el dominio de la lógica del entretenimiento en prácticamente todas las parcelas de la vida (Han, 2012), la desafección política (Vallès y Ballart, 2012), la conformación de una nueva ecología mediática (Scolari, 2015) o la articulación en redes de las prácticas sociales, culturales y económicas (Castells, 2009).

Al tratar el contexto venezolano, conviene añadir la creación de un sistema comunicativo pensado para garantizar la voz oficial en términos exclusivos, una idea que el régimen populista de este país consolidó con el nombramiento de Nicolás Maduro como presidente de la república tras la muerte de Hugo Chávez el 5 de marzo de 2013 (Fernández, 2018). Conscientes de esta complejidad, en este trabajo empírico hemos optado por acompañar el análisis discursivo y su reinterpretación con un análisis sociohistórico. Como punto de partida, consideramos que el papel del *influencer*—de estos nuevos intermediarios— es ambiguo pues, aunque pueden actuar como fuentes, también pueden contribuir a la proliferación de la desinformación.

Este artículo se centra en la actividad digital de dos *influencers* con estéticas y objetivos muy diferentes: la humorista y escritora venezolana-estadounidense Joanna Hausmann, residente en Estados Unidos, y Vivi, quien se define como «audiovisualista y fotógrafa venezolana» y cuya residencia está ubicada en Argentina. Ambas responden al perfil definido para este estudio: emigrante que se erige como

líder de opinión hacia el exterior basándose en su propia vivencia con un alcance viral significativo. En concreto, se analiza el tratamiento que dieron a la autopromoción de Juan Guaidó como presidente encargado de Venezuela, ocurrida en enero de 2019, frente a Nicolás Maduro. Este último había sido reelegido en las elecciones presidenciales de 2018, aunque bajo sospechas de fraude y manipulaciones. Dichas elecciones habían sido programadas para diciembre de 2018; pero, por diversos motivos, acabaron avanzándose a mayo de ese mismo año. Mientras la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Parlamento Europeo, el Grupo de Lima (GL)<sup>1</sup> y algunos países como Australia y Estados Unidos pidieron su cancelación ante la ausencia de garantías de un proceso democrático, otros países –como China, Rusia, Irán o Cuba– las ratificaron.

Hausmann, con una trayectoria profesional ligada a la televisión tradicional, encaja en el perfil de creadora de narrativas *transmedia*. Es decir, genera contenidos específicos para cada medio y, al mismo tiempo, mantiene una unidad narrativa que le da coherencia como personaje mediático (Jenkins, 2008). Su canal de YouTube tiene 239.000 suscriptores; en Facebook le siguen más de 375.000 personas; en Instagram, 155.000 y, en Twitter, 63.000, según los datos visibles en septiembre de 2019. En cambio, la trayectoria de Vivi está solo centrada en las redes sociales digitales, y sus narrativas son más personales y están nutridas de aspectos cotidianos. Su audiencia, aunque amplia, presenta cifras inferiores a las de Hausmann: más de 42.000 suscriptores en su canal de YouTube; 37.000 en Instagram y 11.000 en Facebook, según los datos de esa misma fecha.

Aun cuando existen estudios sobre la comunicación política que los estados dirigen a sus diásporas (Cogo *et al.*, 2012; Rocco, 2019), la cuestión aquí planteada está todavía por explorar: la aparición de interlocutores que actúan desde el exterior aprovechando el espacio digital y presentándose al margen de las instituciones oficiales y/o tradicionales. Los trabajos más próximos a esta línea se han centrado principalmente en Facebook o Twitter, mientras que nuestra propuesta explora también el canal YouTube, lo que nos permite indagar en otro fenómeno también innovador como es el uso de canales propios para hacerse escuchar.

Para llevar a cabo este análisis, el artículo se estructura de la siguiente forma. En primer lugar, se realiza una reflexión teórica acerca del concepto de intermediario y su relación con los flujos de información que construyen la llamada opinión pública; en segundo lugar, se discuten los desafíos que conlleva la expansión de lo digital unido a las diásporas transnacionales y a la crecien-

---

1. El GL es una instancia multilateral creada en 2017 –integrada en la actualidad por 17 países miembros del continente americano–, cuya finalidad es buscar una salida pacífica a la crisis de Venezuela.

te desinformación; en tercer lugar, se ofrece una breve explicación de aspectos metodológicos básicos acompañada de los referentes teóricos específicos; y, por último, se presentan los resultados y conclusiones.

## La formación de la opinión pública en el entorno digital

Existe una amplia literatura sobre los medios de comunicación como garantes de los sistemas democráticos en Occidente, al ser considerados como agentes fundamentales para la formación de la opinión pública, aunque a veces sean más bien teorías sin base empírica (Sartori, 2007; Habermas, 2002; Sampedro, 2000). En estos textos, la noción de intermediario se asigna a los medios de comunicación en sentido amplio o bien se refiere, de forma nominal, a personas que, por su capital político, cultural o científico, ocupan posiciones relevantes y cuyos juicios son reconocidos.

Aplicar dicho modelo, heredado de la Ilustración, a los entornos digitales no resulta fácil. Y una prueba evidente de ello aparece en las publicaciones que optan por seguir distinguiendo entre medios tradicionales (prensa, radio y televisión) y nuevos medios, cuando la convergencia es lo que caracteriza el actual ecosistema mediático (Scolari, 2015) y donde, desde la economía política de los medios, nuevos y tradicionales aparecen agrupados en grandes conglomerados multimedia transnacionales (Bolaño, 2016; Murdock, 2011; Napoli, 2010; Castells, 2009; Curran, 2005). Además, esos cambios también han alterado las modalidades de consumo, como lo demuestra la aparición del seguimiento multipantalla o la rápida expansión del *smartphone* como dispositivo de consumo (Huertas, 2015)<sup>2</sup>. En el contexto latinoamericano, y según recoge Fernández (2018), el Latinobarómetro del año 2016 –que incluyó por primera vez la medición del consumo de redes sociales– ya advirtió de un retroceso del consumo de los medios tradicionales y evidenció un crecimiento de Internet como fuente de información política.

---

2. Aunque, evidentemente, también sería un error olvidar la influencia de los medios tradicionales en los nuevos desarrollos. Téngase en cuenta, por ejemplo, que un lector que accede a la prensa digital sin haber leído prensa en papel anteriormente puede tener dificultades para entender su lógica y estructura.

Sobre la situación en Venezuela, Fernández (ibídem) señala que, debido al control comunicativo gubernamental, se dio un claro desplazamiento de las audiencias hacia medios alternativos—incluidos los digitales— en busca de información política. Queda así patente, una vez más, cómo las políticas comunicativas de los gobiernos autoritarios generan la necesidad de fuentes de información alternativas, solo que en la actualidad el entorno digital parece poner más fácil la formación de nuevos canales. De hecho, en este mismo artículo (ibídem), la autora nos habla del éxito del uso de YouTube como plataforma de difusión de contenidos por parte de la Unidad Democrática (UD), la plataforma opositora que se creó a partir de la agrupación de más de una docena de partidos políticos venezolanos. Y, en relación con la audiencia de este nuevo canal, Fernández (ibídem) acaba destacando el peso de la diáspora venezolana. Según los datos que pudo recoger esta investigadora, el 67% de los usuarios del proyecto digital de UD procedía de Venezuela, pero también se daba un volumen significativo de registros desde Estados Unidos (16%) y España (6%).

Es evidente que el conjunto de estos fenómenos hace que sea necesario revisar la evolución del término «intermediario» y sus posibles roles en el marco de las sociedades en red, en particular atendiendo, como se plantea en este texto, a la comunicación transnacional relacionada con procesos migratorios. En las teorías clásicas de la comunicación se habla por primera vez del intermediario justamente en relación con los procesos de formación de la opinión pública. Esta propuesta inicial, que plantea la figura del líder de opinión en base a su posición social, su reputación y/o su conocimiento, es uno de los rasgos distintivos de la teoría que Lazarsfeld, Berelson y Gaudet recogen en la obra *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in the Presidential Campaign*, publicada por primera vez en 1944. Con este planteamiento, parecía haberse superado la teoría de la aguja hipodérmica, que apuntaba hacia la idea de un efecto inmediato de todo mensaje, similar al que provoca la inyección de una sustancia en el cuerpo, fruto de una época en que la principal función concedida a los medios era la propagandística, de carácter político o para incentivar el consumo en una fase inicial del capitalismo (Huertas, 2002). Pero lo que queremos destacar aquí es que estos autores nos avanzan una idea clave para comprender lo que hoy acontece en el entorno digital y que ha pasado bastante desapercibida. Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948) plantean que los líderes de opinión, aunque momentáneamente tengan el privilegio de que sus opiniones sean requeridas, forman parte también de la audiencia.

**La noción de intermediario se asigna a los medios de comunicación en sentido amplio o bien se refiere, de forma nominal, a personas que, por su capital político, cultural o científico, ocupan posiciones relevantes y cuyos juicios son reconocidos.**

Pese a que los propios autores llegaron a reconocer que los efectos de los intermediarios con presencia mediática eran limitados, la propuesta fue muy criticada por considerar que incluía un excesivo corte positivista unido a un reducido alcance metodológico. Así, en 1955 y a través de la obra *Personal Influence*, el propio Lazarsfeld, acompañado esta vez por Katz, desarrolló la teoría del flujo en dos etapas (*two-step flow*). Continúa aquí sin definirse en qué consiste exactamente esa «influencia», pero los autores refuerzan la tesis acerca del papel de los líderes de opinión como intermediarios necesarios para la circulación de los flujos comunicativos que precisa la formación de la opinión pública –entendida esta como consensos sociales duraderos a largo plazo– y, al mismo tiempo, hacen hincapié en la importancia de las relaciones interpersonales. Las figuras con presencia mediática hacen llegar sus opiniones a los líderes de los grupos o comunidades y estos, en contacto con la ciudadanía, son quienes se encargan de difundirlas.

Esta idea nos resulta también muy estimulante para pensar el entorno digital, pues este ya incorpora –de forma podríamos decir innata– los códigos de las relaciones interpersonales en la formación de los líderes de opinión. De alguna manera, la dinámica de los espacios digitales combina lo que Lazarsfeld y Katz (1968) separaron en dos etapas. En primer lugar, la disponibilidad de mecanismos para medir el alcance de los mensajes lanzados (como, por ejemplo, poder conocer el número de seguidores, la media de consumo de un vídeo en segundos o el número de *likes*) ha permitido que sus creadores puedan cuantificar el éxito de su actividad con parámetros que antes solo eran accesibles para los proyectos mediáticos empresariales. Una lógica, por otro lado, plenamente coherente con la defensa del emprendimiento. Y, en segundo lugar, tenemos la ambigüedad en la distancia comunicativa entre opinante y públicos. Los primeros flujos comunicativos interpersonales en Internet se construyeron en torno a aspectos propios de las relaciones amistosas, como la empatía o la confianza (sociabilidad digital). Y estos flujos han acabado impregnando todos los espacios comunicativos, indistintamente de su autoría y del grado de interacción que acaban otorgando efectivamente a sus públicos (Huertas, 2015).

Pero, además, Lazarsfeld y Katz (1968) aportaron planteamientos empíricos que fueron esenciales para investigar la relación directa entre la opinión pública y la consolidación de las democracias. La idea de que es imprescindible una verdadera libertad de expresión para que se desarrollen manifestaciones colectivas en el espacio público, en el marco de las sociedades democráticas, surge de estos autores. Aunque, evidentemente, este planteamiento ha ido enriqueciéndose con matices importantes, como la consideración de que es la autoridad políticamente organizada la que acaba determinando qué fuentes son legítimas. Pero ambas nociones, democracia y opinión pública,

tienen sentidos diferentes. Mientras que la idea de democracia se aproxima a cómo una sociedad está políticamente organizada, la opinión pública se acerca más a lo que los individuos desean, la «voluntad popular». Es más, siguiendo a Grossi (2007), el concepto de opinión pública, a la luz de la teoría democrática, es en sí mismo ambivalente. Por un lado, esta constituye un espacio emancipador, que permite la participación política e inclusión de la ciudadanía en la vida en sociedad –pudiéndose llegar a afirmar que garantiza la transparencia de las acciones del Gobierno–, mientras que, por otro, funciona como un elemento de constricción de la sociedad, dado que lo que hace es favorecer la creación de consensos en torno a las tesis o ideas que se consideran legítimas y, al mismo tiempo, de mecanismos de control social que garanticen su permanencia.

Ahora bien, de la literatura revisada sobre opinión pública –de entre la que destacamos a Crespi (1997), por sus reflexiones acerca de la influencia individual sobre la colectividad y por su distinción entre construcción personal, social y política– solo podemos decir que existe un relativo consenso en torno al hecho de que esta es «construida».

Es decir, «la opinión pública es siempre el producto y el resultado de distintas prácticas –cooperativas, conflictivas, reflexivas y negociadas– que determinan socialmente su perfil final y caracterizan su estructura, función y rol en la sociedad» (Grossi, 2007: 130). A partir de las tesis de Lang y Lang (1983), Grossi (2007: 124) defiende que, para descifrar el efecto de la opinión pública en la sociedad, primero es necesario analizar el proceso de construcción social (*opinion-building*) para, a continuación, poder interpretar «la opinión pública en acción».

Eso sí, tanto si se plantea la opinión pública como resultado de un proceso de interacción entre distintos «flujos comunicativos, cognitivos y simbólicos» (Grossi 2007: 123) o como un caleidoscopio (Crespi, 1997), esta debe ser vista a partir de una *génesis pluralista*. Es decir, como producto de un fenómeno de reconstrucción e influencia múltiple, como propusieron Lang y Lang (1983). No obstante, hablar de pluralismo en este ámbito no solo implica pensar en el modo en que circulan los flujos informativos, sino también en la importancia de la libertad de expresión, como ya señalaron Lazarsfeld y Katz (1968).

En Internet, donde la producción, la circulación y el consumo rompen con las estructuras y estrategias tradicionales, no podemos negar el contenido plu-

**Las nociones de democracia y opinión pública tienen sentidos diferentes. Mientras que la idea de democracia se aproxima a cómo una sociedad está políticamente organizada, la opinión pública se acerca más a lo que los individuos desean, la «voluntad popular».**



ral, pero tampoco podemos caer en la visión utópica. La tentación de favorecer la formación de ciertas opiniones públicas y de eliminar otras continúa presente (Herman y Chomsky, 2010). Eli Pariser (2017) desarrolla la teoría del «filtro burbuja» y explora el papel de los algoritmos en la determinación del contenido que llega al individuo a partir del cruce de datos disponibles sobre su identidad y sus hábitos. E, incluso, existen ya estudios empíricos de carácter cuantitativo, como el elaborado por Bakshy, Messing y Adamic (2015), que apuntan a que la causa de ese «filtro burbuja» no es otra cosa que una limitada diversidad de la información disponible. Van Dijck (2016) destaca la gran diferencia entre lo preconizado en torno a la *world wide web* y su actual estadio. Si en algún momento se vislumbró como un espacio anárquico, que garantizaba la libertad, la diversidad y la pluralidad, el proyecto actual parece caminar en sentido contrario.

## Comunicación transnacional, desinformación y diásporas

Aunque sea difícil precisar una fecha en concreto, los expertos en comunicación hablan de una transformación evidente del modelo informacional desde, al menos, la llegada del siglo XXI. Un informe del Consejo Europeo, publicado en 2017 y elaborado por Claire Wardle y Hossein Derakhshan, habla abiertamente de «desorden informacional». Se trata de un cambio que, inevitablemente, también ha afectado a los pilares de la arquitectura democrática liberal, basada en la libertad de expresión y en el acceso garantizado a fuentes de información que permitan al ciudadano formar sus opiniones y participar en la esfera pública (Curran, 2005). No obstante, y antes de seguir avanzando, cabe recordar que la desinformación no es un problema específico de esta época. Como bien puntualiza Aliaksandrau (2017), la comunicación política está plagada de ejemplos de fabricación de mensajes políticos cuyo objetivo ha sido controlar las opiniones circulantes. Del mismo modo que el problema tampoco es específico de la comunicación. Josep Fontana (1982) describe así de forma coloquial una de las funciones del historiador: «separar la paja de la verdad».

Wardle y Derakhshan (2017) parten de la idea de que se da un exceso de información, amplificada y desordenada, lo que resulta potencialmente dañino para el sistema democrático. En el informe identifican tres tipos de desórdenes informacionales: a) desinformación (*dis-information*), informa-



ciones falsas creadas deliberadamente para hacer daño a grupos sociales, personas, países, etc.; b) información errónea o equivocada (*mis-information*), informaciones falsas que no han sido creadas ni puestas en circulación con la finalidad de hacer daño a terceros, y c) mala información (*mal-information*), información que, pese a basarse en hechos reales, es empleada para hacer daño a personas, instituciones u organizaciones. Resulta esta una tipología muy útil para identificar las *fake news*, pero en este artículo la cuestión que nos preocupa es más bien cómo lidiar con ellas. Para Jonathan Albright (2017), resulta primordial entender cómo estas han conseguido dar un giro a la propia idea de noticia, vaciándolas de hechos, de esa dimensión fáctica de la que siempre se había nutrido la información. Es como si los hechos hubieran dejado de ser relevantes y el consumo viniera provocado mayoritariamente por el impacto –el efecto sorpresa llevado al extremo– y la reacción impulsiva.

Para tratar la recepción de las *fake news*, Wardle y Derakhshan (2017) proponen recurrir a los Estudios Culturales desarrollados desde el área de la comunicación, así como a la psicología social y a la filosofía moral y política. Como punto de partida, toman como referente el clásico modelo de recepción *encoding/decoding*, desarrollado por Stuart Hall en la década de 1970. Este modelo señala que un mensaje puede ser interpretado de tres maneras: dominante (el receptor acepta la perspectiva del emisor); negociada (el receptor reinterpreta el sentido propuesto en función de su conocimiento, experiencia, intereses, etc.) y opuesta (el receptor atribuye un sentido contrario al planteado por el emisor). Pero el informe también acaba concediendo importancia a las emociones. Siguiendo a George Lakoff, sus autores destacan que la racionalidad está atada a las emociones, de lo que se infiere que es imposible prescindir de estas para dar sentido a las cosas; asimismo, subrayan que, para entender de qué manera nuestro cerebro atribuye sentido a un mensaje, no se pueden obviar los sistemas morales que los envuelven.

La condición de migrante suele conllevar unas necesidades informativas específicas. El deseo de continuar informado sobre el país de origen es un fenómeno bastante generalizado, sobre todo cuando en aquel lugar continúan residiendo familiares y amistades. En la época analógica, era frecuente el envío postal a las personas emigradas de recortes de prensa o cintas de au-

**Ahora no solo es posible acceder a contenidos diversos (incluso son accesibles proyectos comunicativos no pensados para audiencias globales), sino que también ha aumentado la circulación global de bienes culturales, lo que ha contribuido a un mayor contacto informativo o, al menos, a una percepción más clara de esa posibilidad.**

dio con programas radiofónicos. Desde el mismo inicio de lo digital, fueron evidentes los cambios que esto iba a generar en las prácticas comunicativas de la población migrante. Ahora no solo es posible acceder a contenidos diversos (incluso son accesibles proyectos comunicativos no pensados para audiencias globales), sino que también ha aumentado la circulación global de bienes culturales, lo que ha contribuido a un mayor contacto informativo o, al menos, a una percepción más clara de esa posibilidad. En este marco de recepción, aparecen también aspectos emocionales relacionados principalmente con el deseo de preservar el sentimiento de pertenencia a un lugar y el efecto nostalgia (Cogo *et al.*, 2008; Burque, 2010; Huertas, 2018).

Igualmente, incluso es posible el desarrollo de nuevas vías de negociación de significados. En primer lugar, la experiencia migratoria permite conocer otras maneras de hacer periodismo, por lo que la persona puede desarrollar una mirada crítico-comparativa sobre el periodismo que conoce, es decir, el que se desarrolla en su país de procedencia. Por ejemplo, en nuestros trabajos sobre la migración latinoamericana en España, solemos recoger opiniones negativas acerca del tratamiento informativo de la violencia en sus países de origen, aunque evidentemente también se dan quejas sobre cómo los medios españoles dan una imagen estereotipada y negativa de sus raíces culturales (Huertas, 2018). Y, en segundo lugar, cuando el país de origen sufre una fuerte censura, se detectan comportamientos particulares. En estas circunstancias, las personas que permanecen en el lugar de nacimiento pueden llegar a considerar a la persona emigrada como una fuente de información fiable. Al atribuir al emigrado la posibilidad de acceder a medios del exterior, le asignan a este una mayor capacidad para explicar el entorno que ha abandonado. Entre la población de Marruecos es habitual encontrar ejemplos que ilustran esta afirmación. En cambio, en relación con la población latinoamericana, parece dominar el efecto de la polarización de los debates. Estar a favor o en contra de un líder político puede acabar determinando las relaciones en los encuentros comunicativos transnacionales. Tal y como ya hemos constatado (Cogo *et al.*, 2008; Huertas, 2018), esto aparece de forma destacada en el caso de las emigraciones procedentes de Venezuela, Argentina y, más recientemente, de Brasil.

En definitiva, el lenguaje está cargado de sentidos atados a un sistema moral y, al mismo tiempo, esas posibilidades de sentido vienen alimentadas por experiencias y emociones. Toda atribución de sentido –sea dominante, negociada u opuesta– es establecida basándose en un sistema moral que no está condicionado únicamente por el repertorio lingüístico que se maneja y, en el contexto de la comunicación transnacional ligada a diásporas, aparecen fenómenos específicos.

# Hausmann y Vivi: *influencers*, emigrantes y venezolanas

## El estudio empírico: marco teórico y aspectos metodológicos

Como explica Blyth (2002), en las ciencias sociales, una teoría es casi siempre el resultado de una determinada presuposición ontológica y de una elección epistemológica, algo que a menudo pasa inadvertido. Sin caer en una mirada relativista extrema, este autor acaba advirtiendo de la incuestionable necesidad de tener esta idea siempre presente. En este texto, recogemos esa observación.

Nuestra propuesta parte de la hermenéutica de profundidad de Thompson (2011), pues esta nos ha sido de gran utilidad a la hora de articular una metodología capaz de recoger todos los elementos básicos para el análisis que nos proponíamos. Esta perspectiva teórica se asienta en la tradición hermenéutica, a la que también han contribuido otros autores, como Hans-Georg Gadamer y Paul Ricoeur. Ahora bien, aunque Thompson (ibídem) comparte los supuestos centrales de la propuesta metodológica de otros autores, la hermenéutica de profundidad nos interesa especialmente porque no solo examina las características estructurales de las formas simbólicas, sino que también aborda las condiciones sociohistóricas de producción, circulación y recepción de esas formas. Siguiendo a este autor, hemos definido nuestro trabajo de campo a partir de tres pasos: análisis sociohistórico, discursivo y reinterpretación. No se trata de etapas separadas en un proceso secuencial, sino más bien de dimensiones analíticamente distintas de un proceso único complejo.

**Se ha definido el trabajo de campo a partir de tres pasos: análisis sociohistórico, análisis discursivo y reinterpretación. No se trata de etapas separadas en un proceso secuencial, sino más bien de dimensiones analíticamente distintas de un proceso único complejo.**

Empezaremos exponiendo nuestro análisis sociohistórico. Ofrecemos el contexto de unas controvertidas elecciones presidenciales en Venezuela, en 2018, que finalizaron con la autoproclamación de Juan Guaidó como presidente en enero de 2019. Aunque de forma breve, buscamos reconstruir las condiciones sociales e históricas de dicho proceso. Además, revisamos las narrativas que circularon (y también aquellas que no circularon) en los medios tradicionales y digitales. Es más, el desarrollo de esta fase fue lo que nos permitió identificar la importancia del papel de Joanna Hausmann y Vivi como *influencers*. Detectamos que, en las semanas posteriores a la autoproclamación de Juan Guaidó, ambas publicaron sendos vídeos con títulos similares con el objetivo común de

explicar «lo que está pasando en Venezuela». Y este material fue el que, finalmente, acabó constituyendo la base del análisis:

- Vídeo de Joanna Hausmann: «What's Happening in Venezuela?: Just the Facts» (5 minutos y 48 segundos). Publicado, en inglés con subtítulos en castellano, el 28 de enero de 2019<sup>3</sup>.
- Vídeo de Vivi: «Qué pasa en Venezuela» (10 minutos y 12 segundos). Publicado el 10 de febrero de 2019<sup>4</sup>.

En el momento de la redacción final de este artículo –julio de 2019–, el vídeo de Hausmann había alcanzado las 500.000 visualizaciones y, el de Vivi, las 14.000. Lamentablemente, los datos de consumo de dicho material solo son accesibles para las personas que gestionan los canales donde aparecen y, por tanto, no disponemos de esa información.

Joanna Hausmann y Vivi no son expertas en política, ni en relaciones internacionales. Ambas hablan desde un punto de vista personal y expresan su legitimidad con base en su condición de emigradas. Es decir, apuntan a un *ethos* discursivo común y que, al mismo tiempo, nos permite indagar en la cuestión de la desinformación en la era digital. No obstante, cabe subrayar que nuestro objetivo no es deslegitimar su posición como autoridades discursivas, ni tampoco las opiniones que vierten, lo que nos interesa es analizar cómo se constituye el valor de sus opiniones, así como el modo en que ellas mismas justifican su papel como autoridades discursivas.

Pese a que se trata de dos figuras con diferentes trayectorias (Joanna Hausmann tiene una trayectoria profesional vinculada a la comunicación y Vivi, no) y estilos propios (Hausmann se presenta como parte de la élite intelectual y Vivi, que no solo trata temas políticos, sino que también habla de videojuegos, música y cine de terror, ofrece una imagen hipersexualizada en sus *selfies*), ambas gestionan espacios que han alcanzado una gran visibilidad. Algunos de los vídeos compartidos por Hausmann en su canal de YouTube han logrado más de 500.000 visualizaciones –como el que aquí nos ocupa–. Y, en el caso de Vivi, esta cifra ha alcanzado las 400.000 visualizaciones.

---

3. Disponible en línea en: [https://www.youtube.com/watch?v=bEvHwi\]WgAY&t=2s](https://www.youtube.com/watch?v=bEvHwi]WgAY&t=2s) [Última fecha de consulta: 5 de diciembre de 2019].

4. Disponible en línea en: [https://www.youtube.com/watch?v=8vg0B1yG\\_yo](https://www.youtube.com/watch?v=8vg0B1yG_yo) [Última fecha de consulta: 5 de diciembre de 2019].

## **Análisis sociohistórico en torno a la autoproclamación de Juan Guaidó**

Expondremos aquí de forma sucinta las condiciones espacio-temporales en las que se dieron las elecciones presidenciales de Venezuela en 2018 hasta la autoproclamación de Juan Guaidó como presidente interino. La primera aclaración necesaria es que, a pesar de la vinculación explícita de Nicolás Maduro con la icónica figura de Hugo Chávez y el continuismo de su modelo político institucional populista, esta etapa no puede considerarse dentro del chavismo.

Pereira (2018) destaca algunos rasgos historiográficos que permiten hablar de Venezuela como un caso peculiar en el marco latinoamericano. Mientras que otros gobiernos populistas<sup>5</sup> se gestaron alrededor de la figura de un líder político carismático —como Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010) en Brasil o Evo Morales (2006-2019) en Bolivia—, en Venezuela las raíces históricas del populismo tienen un largo recorrido y su articulación en torno a un partido político es un fenómeno reciente. Sí se ha dado el líder con carisma, pero su historia hace de Venezuela un caso singular (Pereira, 2018; Sánchez Urribarrí, 2016; Martínez Meucci y Lustgarten, 2014; Folz, 2005). Pereira (2018) propone seguir las tesis de Folz (2005), para quien el populismo venezolano sigue un itinerario compuesto por dos fases netamente distintas a lo largo del siglo xx. La primera aparece a colación del golpe militar de 1945 y del posterior Gobierno de Acción Democrática (AD), un partido de masas nacionalista con fuerte apego a cuestiones relacionadas con la justicia social desarrolladas a partir de acciones paternalistas implementadas con los dividendos de la explotación del petróleo y con un fuerte matiz crítico hacia las élites y gobiernos militares en favor del pueblo. Esta primera etapa acabó en 1948, con el capitalismo antimilitar y antiimperialista, y la definición de una sociedad claramente dividida.

Diez años más tarde se inició la segunda etapa, a partir de la reconciliación de élites y fuerzas políticas, como respuesta a la fuerte presión popular por la reducción de las desigualdades sociales. Pese a ello, y de acuerdo con Folz (ibídem), en los años posteriores, los dos principales partidos que se alternaron en el poder, AD y el Comité de Organización Política Electoral Independiente (COPEI), progresivamente se fueron distanciando de las bases

---

5. Por gobiernos populistas hacemos referencia a aquellos que se han erigido bajo la idea de la llegada del pueblo al poder, en el mismo sentido expresado por Laclau (2005). Es decir, no asumimos el término populismo de forma peyorativa.

populares. La percepción de una mayor brecha entre el Gobierno y el pueblo, así como de un sistema político corrompido y corrupto, que respondía más al ideario neoliberal del mercado que a las necesidades reales del pueblo, culminaron en el «Caracazo», una serie de protestas populares masivas en contra del Gobierno del presidente Carlos Andrés Pérez (de AD) entre febrero y marzo de 1989.

Folz (ibídem) sitúa aquí el término de esta segunda etapa del populismo venezolano, aunque también sería oportuno indicar como cierre el intento fallido de un golpe de Estado en febrero de 1992, encabezado por Hugo Chávez. Además de darse a conocer, esta intentona golpista llevó a Chávez a la prisión. Un indulto, en 1996, le devolvió la libertad. Chávez organizó

**Algunos autores venezolanos indican que la contraposición entre las élites y el pueblo pasa a ser una clara matriz discursiva del chavismo, asociada, además, a un *ethos* mesiánico, de corte religioso, recuperando y mitificando la imagen del revolucionario Simón Bolívar, antiimperialista y rescatador del nacionalismo popular.**

entonces las bases de un partido político y diseñó un programa electoral de corte reformista y popular, que le conduciría a la Presidencia de Venezuela en 1998. Llegado al poder, Chávez implementó su plan reformista y, entre otras actuaciones, promulgó una nueva Constitución, basándose en un discurso de la participación política en aras de la representación tradicional.

De este modo, llegó a ser reelegido presidente en el año 2000 bajo el nuevo orden constitucional (Sánchez Urribarrí, 2016).

A partir de aquí, las reformas estructurales desplazaron y redujeron el espacio político de la oposición democrática que, a su vez, organizó una serie de protestas que también culminarían en dos intentos fallidos de golpes de Estado contra Hugo Chávez. Uno de los actores políticos opositores que participó activamente en el primer intento es Leopoldo López, político que sería encarcelado posteriormente en circunstancias que, en 2011, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) consideró injustas. Todo ello acabó generando mutuas desconfianzas entre grupos políticos y, además, favoreció la polarización de los discursos. Autores venezolanos como Martínez Meucci y Lustgarten (2014) indican que la contraposición entre las élites y el pueblo pasa a ser una clara matriz discursiva del chavismo, asociada, además, a un *ethos* mesiánico, de corte religioso, recuperando y mitificando la imagen del revolucionario Simón Bolívar, antiimperialista y rescatador del nacionalismo popular. Entendemos que ello constituye lo que sería una primera vertiente del populismo venezolano en el siglo XXI, lo que algunos autores –y el propio Hugo Chávez– ubican como el «socialismo del siglo XXI» (Sánchez Urribarrí, 2016; Martínez Meucci y Lustgarten, 2014)

Pero, además de Hugo Chávez, para pensar el desarrollo del chavismo es imprescindible considerar el papel jugado por los consejos comunales o por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), creado en el año 2006. Este dio continuidad a la ideología del chavismo y, además, fue clave para que pudiera perdurar tras el fallecimiento del mandatario en marzo de 2013. En 2015, el hasta entonces vicepresidente Nicolás Maduro (desde 2013) pasó a ser investido presidente venezolano y asumió la responsabilidad de mantener los proyectos del chavismo. No obstante, después de perder el control de la Asamblea Nacional, Maduro reubicó parte de los poderes legislativos en el Tribunal Supremo de Justicia, lo cual generó una fuerte crisis política (Sánchez Urribarrí, 2016).

Así las cosas, y a pesar de algunos esfuerzos de mediación internacional, el proceso electoral de 2018 se produjo en un entorno de creciente tensión. Esas elecciones presidenciales se dieron en una Venezuela políticamente dividida, con una brecha social en aumento, económicamente en crisis y con claro déficit democrático. Se produjeron cambios en la fecha de las elecciones, impulsados por el propio presidente Nicolás Maduro. Hubo sospechas de fraude, se limitó la participación de la oposición, la prensa internacional tuvo problemas para realizar la cobertura y se impusieron medidas autoritarias contrarias a los tratados internacionales y a la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Inevitablemente, ante este escenario, se dio una disputa por el control de la narrativa, interna y externamente. Los intermediarios tradicionales –locales e internacionales– se vieron contaminados por la disputa política y, en más de una ocasión, acabaron participando de la batalla de forma involuntaria. Los dos vídeos analizados fueron producidos, precisamente, en este contexto.

## **Análisis formal/discursivo de los mensajes de las influencers Hausmann y Vivi**

Hausmann, con una estética minimalista, aparece sentada en un sillón, en un ambiente diseñado para transmitir intimidad y cercanía sin renunciar a la profesionalidad. El título del vídeo, «¿Qué está pasando en Venezuela? Solo hechos», alude a que solo se hablará de «hechos». La autora busca deliberadamente una posición neutral y de construcción de *verdades*. Además, aclara que ha realizado diversas investigaciones para documentarse, lo que refuerza su intención de construir un discurso pautado por hechos verificables, como si se tratara de un reportaje periodístico.

Producido y montado con técnicas avanzadas, la pieza presenta un ritmo dinámico. Con ágiles cortes de edición, se intenta captar la atención del espec-



tador. Es más, el montaje destaca determinados puntos de la narrativa, como la negación de que Juan Guaidó haya dado un golpe de Estado apoyado por Estados Unidos o la aclaración de que no se trata de una disputa entre la derecha y la izquierda venezolana, sino que la lucha se da por parte de una amplia mayoría del pueblo venezolano, que está en contra de una dictadura punitiva y a favor de la democracia. Se transmiten dos ideas recurrentes a lo largo de todo el mensaje. Hausmann reconstruye brevemente la historia de Juan Guaidó; niega que sea un político de derechas y destaca que se declaró presidente con base en la Constitución por ser un representante elegido por el pueblo para la Asamblea Nacional. Así, esta *influencer* ratifica la legalidad constitucional de Guaidó para, a continuación, desmenuzar por qué Nicolás Maduro sería un presidente ilegítimo.

Llegado este punto, la autora del vídeo señala 2017 como un año clave. Es el momento en que Maduro despoja de sus poderes la Asamblea Nacional y los deriva al Tribunal Supremo en un giro autoritario y antidemocrático. Destaca también los abusos del Gobierno de Maduro a partir de interpretaciones ad hoc de la ley y argumenta la reducción del espacio democrático aludiendo a la represión de protestas y a la persecución de opositores, incluida la prensa; al tiempo que subraya la corrupción y la violencia policial. Además, Hausmann ilustra su discurso con recortes de prensa, que le sirven para mostrar la escasa participación en los comicios de 2018 y una popularidad cuestionable de Maduro. Es decir, emplea la prensa como pruebas fácticas de sus argumentos. También hace énfasis en la decadencia económica –pese a las riquezas de los yacimientos de petróleo– y presenta imágenes sensacionalistas de hospitales donde pueden verse enfermos abandonados en situaciones precarias.

Denotando enfado y desesperación por las personas que sufren la crisis venezolana, Hausmann matiza que el reconocimiento de Guaidó va más allá del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, y muestra un listado de países y gobiernos de ideologías diversas que le reconocen como presidente. Termina enfatizando, una vez más, que no se trata solo de una cuestión de lucha entre ideologías o entre partidos políticos, sino que lo que está en juego es el futuro del pueblo venezolano, exponiendo aquí un relato más personal en el que presenta a familiares que han sufrido persecuciones y terminaron por exiliarse. Acaba remarcando que se trata de una lucha del pueblo por rescatar Venezuela y anima a las personas a que se informen preguntando directamente a los venezolanos, conocedores de la situación del país por su contacto directo.

En relación con la pieza de Vivi, «Qué pasa en Venezuela», su autora presenta un montaje *amateur*. El video está producido y editado sin el empleo de técnicas avanzadas, lo que, como consecuencia, presenta menor calidad estética. Se deduce que ha sido grabado en una habitación de su casa particular. Dura casi el

doble que el vídeo de Hausmann (si el primero duraba casi 6 minutos, este dura poco más de 10), pero coincide con ella en emplear imágenes de hechos políticos como refuerzo de la narrativa. Vivi plantea que se habla mucho de Venezuela sin conocimiento de causa, fuera de contexto, aludiendo muy especialmente a aquellas personas que no son venezolanas. Esto, al mismo tiempo, le sirve para explicar por qué ella se ha visto obligada a ofrecer su visión. Inicia su propuesta remarcando que dichas narrativas no tienen en consideración las voces de miles de personas que, al igual que ella, han tenido que emigrar por la situación de crisis.

La narrativa de Vivi está repleta de datos históricos, que van apareciendo en su discurso y son ilustrados con imágenes. Sitúa el inicio de su narración en el año 2012, con la entrada de Nicolás Maduro a escena, para acabar destacando que su primera victoria electoral estuvo cargada de polémica. Para ello, subraya las sucesivas protestas de la oposición en los años posteriores, lideradas a partir de 2014 por figuras como Leopoldo López. Enfatiza, asimismo, la represión de Maduro sobre las protestas y el encarcelamiento de líderes de la oposición, lo que –según ella misma explica– no hizo otra cosa que provocar nuevas protestas y la petición de la liberación de los presos políticos. El cambio legislativo que culminó con la transferencia de parte de los poderes al Tribunal Supremo de Justicia en 2017 también está presente en su guion. Comenta, por ejemplo, que Maduro impidió la realización de un referéndum revocatorio –del mandato presidencial– a pesar de que la Constitución sí lo permitía. Por eso presenta la declaración de la entonces fiscal general cuando esta anunció la ruptura del orden constitucional en 2017, así como las sucesivas protestas de las fuerzas opositoras.

Esta *influencer* explica el contexto de las elecciones constituyentes convocadas por Maduro ese mismo año y la subsiguiente elección presidencial de 2018. A partir de ahí, describe la investidura de Nicolás Maduro en enero de 2019 como presidente –y, de manera implícita, su ilegitimidad–, así como el consecuente juramento de Juan Guaidó como presidente interino, en cumplimiento legítimo de la Constitución, razón por la cual entiende que no hubo una autoproclamación, sino que se actuó en el marco de la legalidad. Finalmente, se centra en cómo Maduro controla a los militares y pone el acento en la crisis humanitaria por la que está pasando el país, lo que ilustra con imágenes de hambruna, enfermos abandonados y personas en claro estado de sufrimiento. Remarca, al respecto, la importancia de la ayuda internacional en la búsqueda de una solución a la crisis humanitaria, que califica como real, aunque –dice– Maduro la niegue.

Vivi se despidе de su audiencia con un semblante muy serio, pero que resulta coherente con el discurso previo. Explica aquí que vivió 21 años en Venezuela –ella tiene 23– y que, por tanto, no ha conocido más gobierno que el de Chávez/Maduro.

## Reinterpretación a modo de cierre del trabajo empírico

Ambos discursos tienen una posición política clara. Con un estilo propio, cada una de ellas defiende la legitimidad de Guaidó y cuestiona la de Maduro. Como destacan autores como Van Dijck (2016) o Thompson (2011), todo discurso se sitúa ideológicamente y la neutralidad, por definición, es imposible. En los vídeos analizados, esta cuestión aparece de forma explícita y, de alguna manera, es su razón de estar y de expresarse.

Desde una perspectiva comparativa, es interesante notar que, en los dos vídeos analizados, las autoras recurren a un momento histórico como esencial para entender «qué está pasando en Venezuela». Sin embargo, no coinciden en la elección. Hausmann indica 2017 como año clave, cuando Maduro traslada los poderes desde

**El discurso personalizado y directo es una de las características que definen la comunicación de la figura del *influencer*, pero, en los casos estudiados, esta actitud adquiere una presencia importante. Ambas hacen hincapié en que forman parte de ese pueblo.**

la Asamblea Nacional al Tribunal Supremo de Justicia; mientras que Vivi opta por situar el punto de partida mucho antes, en el año 2012, cuando se produce la clara entrada de Nicolás Maduro en la vida política del país. Por otro lado, el lenguaje audiovisual también es distinto: mientras Vivi en-

cadena hechos históricos y busca detallarlos como estrategia retórica, Hausman acompaña su discurso redundante con un montaje ágil y que enganche.

Es interesante destacar el hecho de que ambas coincidan en apuntar «el pueblo» como eje bajo el cual pivotan sus argumentos. Se dirigen al pueblo y, en nombre de este, proponen que se ha de luchar por acabar con una crisis cuya realidad desconocen los no venezolanos y para cuya salida necesitan de la ayuda internacional. El discurso personalizado y directo es una de las características que definen la comunicación de la figura del *influencer*, pero, en los casos estudiados, esta actitud adquiere una presencia importante. Ambas hacen hincapié en que forman parte de ese pueblo, de su historia (comparten su sufrimiento) y, además, es precisamente este argumento el que emplean para justificar su auto-proclamación como autoridades discursivas cualificadas.

Ambas desprecian de forma explícita las narrativas de los intermediarios tradicionales y se apropian, de forma exclusiva, de la verdad, del conocimiento de los hechos y de lo que efectivamente está pasando en Venezuela, llegando a mostrar material periodístico para ilustrar sus argumentos, a veces con toques claramente sensacionalistas. En ningún momento autocuestionan su verdad. De este modo, si bien ambas destacan el claro incremento del autoritarismo de Maduro y Chávez, omiten, en cambio, el convulso recorrido histórico de golpes de estado en Venezuela, perpetrados o apoyados por los distintos grupos políticos.

## Consideraciones finales

Aunque no sea un fenómeno nuevo, el estudio de los cambios impulsados por la digitalización de las comunicaciones, y de sus redes, en la formación y circulación de las ideas que conforman la opinión pública sigue siendo necesario. Los intermediarios tradicionales ya no detentan un rol central, y los procesos son ahora más bien cocreativos, dado que se multiplican las voces. Además, alterar la manera como nos comunicamos conlleva también modificar la manera cómo la ciudadanía atribuye sentido a los mensajes que recibe.

Instrumentos como la web 2.0 o las redes sociales han forjado un nuevo espacio para la circulación de narrativas alternativas a las oficiales, pero en paralelo han favorecido también la construcción de un contexto propicio al desorden informacional. Este trabajo se ha centrado, precisamente, en este asunto, pero atendiendo a un ámbito específico, esto es, el de las comunicaciones alternativas surgidas desde la emigración en respuesta a las estrategias de gobiernos populistas-autoritarios diseñadas para asegurar el dominio de una única voz como fuente de información.

En este marco, consideramos que, más que hablar del fenómeno concreto de las *fake news*, se debería tratar el tema de una forma más global. Es preciso entender cómo ese nuevo contexto vacía de hechos la explicación de la realidad y, sobre todo, cómo permite que determinados individuos se autoproclamen autoridades discursivas y puedan llegar incluso a ser reconocidos como tales, a pesar de carecer del capital político, cultural y/o científico de los líderes de opinión de antaño y, además –lo que resulta más grave si cabe–, sin posibilidad de exigirlo cuando debería resultar evidente que esto es básico para poder emitir opiniones sólidas.

El efecto de la influencia personal, descrito por autores como Lazarsfeld y Katz a mediados del siglo pasado, adquiere ahora otro sentido. Con los *digital influencers*, vemos a figuras capaces de movilizar la audiencia y de generar una opinión pública en acción, como postuló Grossi (2007), a través de flujos comunicativos, cognitivos y simbólicos, desde la autolegitimación y sumando ahora la corroboración algorítmica del éxito. Ya no son autoridades organizadas las que dan legitimidad a esas voces, basta con considerar la experiencia personal como capital adquirido y, además, ahora tienen a su disposición herramientas que les permiten cuantificar su repercusión.

Este estudio, que ahonda en cómo los gobiernos autoritarios pueden estimular la aparición de *influencers* entre las personas que se sienten expulsadas, nos ha permitido reflexionar sobre un modo de darse ese fenómeno como respuesta al control comunicativo gubernamental. Podemos pensar, incluso, en su función como sustituto de lo que fuera el rol del periodismo internacional como interme-

diario tradicional. En tanto que autoridades discursivas transnacionales, Joanna Hausmann y Vivi contribuyen, paradójicamente, tanto en la difusión de opiniones plurales como en la expansión de la desinformación. Ofrecen puntos de vista personales sobre la realidad venezolana, que muchas veces son lugares comunes de los colectivos emigrantes, y, al mismo tiempo, se atribuyen el *valor de la verdad*.

Con ello, parecen así olvidar que, como opinantes, aunque sean nuevos intermediarios, son también parte del juego político. Es decir, ni son imparciales ni detentan el monopolio de la verdad. Sin embargo, al no tener la obligación de cumplir con los estándares de los profesionales de la información, se proponen reescribir la historia sin estar atadas a los hechos, aunque paradójicamente aseguren apoyarse en ellos. Ahora bien —e insistimos en ello—, nuestra intención no es deslegitimar sus opiniones, sino que consideramos que, una vez posicionadas como agentes y opinantes que participan del debate político, pasan a ser inevitablemente objeto de escrutinio, crítica y análisis.

## Referencias bibliográficas

- Albright, Jonathan. «Welcome to the era of fake news». *Media and Communication*, vol. 5, n.º 2 (2017), p. 87-89.
- Aliaksandrau, Andrei. «There's nothing new about fake news: It might be a new term, but the mechanisms of fake news have been in place in Belarus for decades». *Index on Censorship*, vol. 46, n.º 2 (2017), p. 52-54 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0306422017716023>
- Bakshy, Eytan; Messing, Solomon y Adamic, Lada A. «Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook». *Science*, vol. 348, n.º 6239 (2015), p. 1.130-1.132.
- Blyth, Mark. «Institutions and ideas». En: Marsh, David; Stoker, Gerry (ed.). *Theory and Methods in Political Science*. Londres: Palgrave Macmillan, 2002, p. 292-310.
- Bolaño, César R. S. «Organização em rede, capital e a regulação mercantil do elo social». *Liinc em Revista*, vol. 12, n.º 1 (2016), p. 6-16 (en línea). [Fecha de consulta: 09.12.2019] <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3711>
- Burque, Peter. *Hibridismo cultural*. Madrid: Ediciones Akal, 2010.
- Castells, Manuel. *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza, 2009.
- Cogo, Denise; ElHaji, Mohammed y Huertas, Amparo. *Dísporas, migraciones, tecnologías de la comunicación e identidades transnacionales*. Bellaterra: InCom-UAB, 2012 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <https://ddd.uab.cat/record/166682>

- Cogo, Denise; Gutiérrez, María y Huertas, Amparo. *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Los libros de la Catarata, 2008.
- Crespi, Irvin. *The public opinion process. How the people speak*. Nueva York: Lawrence Erlbaum, 1997.
- Curran, James. *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer, 2005.
- Fernández, Carmen Beatriz. «Medios rojos y espectadores azules: cuando las audiencias deciden emigrar. Selectividad ideológica de las audiencias ante la estatzización de la información en Venezuela». *Contratexto*, n.º 29 (2018), p. 181-198 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <http://dx.doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1822>
- Folz, Olivier. «Hugo Chávez: le renouveau du populisme vénézuélien?». *Amnis*, n.º 5 (2005) (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <http://journals.openedition.org/amnis/988>
- Fontana, Josep. *Historia: Análisis del pasado y proyecto social*. Barcelona: Austral, 1982.
- Fuchs, Christian. *Culture and Economy in the Age of Social Media*. Nueva York: Routledge, 2015.
- Grossi, Giorgio. *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid: CIS, 2007.
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- Han, Byung-Chul. *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder, 2012.
- Herman, Edward y Chomsky, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Londres: Random House, 2010.
- Huertas Bailén, Amparo. *La audiencia investigada*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- Huertas Bailén, Amparo. *Yo soy audiencia. Ciudadanía, público y mercado*. Barcelona: Editorial UOC, 2015.
- Huertas Bailén, Amparo. «El estudio de las minorías como audiencia. El caso de la población migrante». *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, vol. 11, n.º 1 (2018), p. 40-55 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6276>
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press, 2008.
- Laclau, Ernesto. *On Populist Reason*. Londres: Verso, 2005.
- Lang, Gladys E. y Lang, Kurt. *The battle for public opinion: the president, the press, and the polls during Watergate*. Nueva York: Columbia University Press, 1983.



- Lazarsfeld, Paul F.; Berelson, Bernard y Gaudet, Hazel. *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*. Nueva York: Columbia University Press, 1948.
- Lazarsfeld, Paul y Katz, Elihu. *Personal Influence*. Londres: Transaction Publishers, 1968.
- Martínez Meucci, Miguel Ángel y de Lustgarten, Rebeca Vaisberg. «La narrativa revolucionaria del Chavismo». *POSTData: Revista de reflexión y análisis político*, vol. 19, n.º 2 (2014), p. 463-506 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5118493>
- Murdock, Graham. «Political economies as moral economies: commodities, gifts, and public goods». En: Wasko, Janet; Murdock, Graham y Sousa, Helena (eds.). *The handbook of political economy of communications*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011, p. 13-40.
- Napoli, Philip. *Audience Evolution. New technologies and the Transformation of media audiences*. Nueva York: Columbia University Press, 2010.
- Pariser, Eli. *El filtro Burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus, 2017.
- Pereira, David da Silva. «Populismo, construcción del caso venezolano». *Revista Uruguaya de Antropología y Etnografía*, vol. 3, n.º 2 (2018), p. 87-94 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <http://ojs.fhuce.edu.uy/index.php/revantroetno/article/view/114>
- Rocco Lozano, Valerio (coord.). *Éxodos y geopolíticas*. Madrid: Editorial Dykinson, 2019.
- Sampedro Blanco, Víctor. *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo, 2000.
- Sánchez Urribarrí, Raúl A. «Venezuela (2015): Un régimen híbrido en crisis». *Revista de ciencia política (Santiago)*, vol. 36, n.º 1 (2016), p. 365-381 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2016000100016>
- Sartori, Giovanni. *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus, 2007.
- Scolari, Carlos A. (ed.). *Ecología de medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, 2015.
- Thompson, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- Vallès, Josep Maria y Ballart, Xavier (eds.). *Política para apolíticos. Contra la dimisión de los ciudadanos*. Barcelona: Ariel, 2012.
- Van Dijck, José. *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Madrid: Siglo veintiuno, 2016.
- Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Bruselas: Consejo de



Europa, 2017 (en línea) [Fecha de consulta: 09.12.2019] <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>



DOSSIER

Comunidad, vulnerabilidad y reproducción en condiciones de desastre. Abordajes desde América Latina y el Caribe

Presentación del dossier

Ana Gabriela Fernández, Johannes Waldmüller y Cristina Vega

Desde la amenaza natural al desastre: una construcción histórica del terremoto y tsunami de 1960 en Saavedra

Cristián Inostroza-Matus, Francisco Molina-Camacho y Hugo Romero-Toledo

Habitando “no lugares”: subjetividad y capacidades familiares ante un desastre sicionatural en Chile

Luisa Rojas-Páez y José Sebastián Sandoval-Díaz

Reubicación y procesos de territorialización en la Ciudad Rural Sustentable Nuevo Juan del Grijalva

Martha Liliana Arévalo-Peña

Afrodescendientes e indígenas vulnerables al cambio climático: desacuerdos frente a medidas preventivas estatales ecuatorianas

Victoria Salinas, William Cevallos y Karen Levy

Procesos de recuperación posdesastre en contextos biopolíticos neoliberales: los casos de Chile 2010 y Brasil 2011

Juan Saavedra y Víctor Marchenzini

TEMAS

La indiferencia hacia la democracia en América Latina  
Alejandro Monsivais-Carrillo

“La época de los esclavos se acabó”: género y condiciones de trabajo en las empresas de limpieza en Argentina

Lorena Capogrossi

La vitivinicultura en Mendoza desde 1990: entre la globalización y el desarrollo regional

Pehuén Barzola-Elizagaray y Anabella Engelman

La independencia del banco central y su papel en el dominio del capital financiero sobre el Estado

Matari Pierre Manigat

Número anterior:

ICONOS 65: Controles democráticos y cambio institucional en América Latina

Número siguiente:

ICONOS 67: Desaparición de personas en el mundo globalizado: desafíos desde América Latina

Íconos. Revista de Ciencias Sociales está incluida en los siguientes índices científicos: *Academic Search Premier*; *Directory of Publishing Opportunities* (CABELL'S); Clasificación Integrada de Revistas Científicas (CIRC); Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales (CLASE); DIALNET; *Directory of Open Access Journal* (DOAJ); *Emerging Source Citation Index* (ESCI) Web of Science; ERIHPLUS; FLACSO Andes; Fuente Académica Plus; *Hispanic American Periodical Index* (HAPI); *International Bibliography of the Social Science* (IBSS); Informe Académico Thompson Gale; *International Institute of Organized Research* (I2OR); LatAm-Studies, LATINDEX- catálogo; MIAR; *Political Science Complete*; REDALYC; REDIB; SciELO Ecuador; *Sociological Abstracts*; *Social Science Journals. Sociology Collection*; *Ulrich's Periodical Directory*; *Worldwide Political Science Abstracts* (WVPSA).

Página web: [www.revistaiconos.ec](http://www.revistaiconos.ec)

Correo electrónico: [revistaiconos@flacso.edu.ec](mailto:revistaiconos@flacso.edu.ec)



FLACSO  
ECUADOR

Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Sede Ecuador

Información y colaboraciones: [revistaiconos@flacso.edu.ec](mailto:revistaiconos@flacso.edu.ec)

Revista Íconos: [www.revistaiconos.ec](http://www.revistaiconos.ec)

# Tempo exterior

Segunda etapa  
Vol. XX (I)  
nº 39 / Xullo-December 2019  
P.V.P. 10 euros

[www.igadi.gal](http://www.igadi.gal)

REVISTA DE ANÁLISE E ESTUDOS INTERNACIONAIS

## Carta aos lectores

**From Guns to Banners: Analysis of the transition from violent to nonviolent resistance movements**  
Luis Martínez Lorenzo

**A autoexestión en tempos de guerra: Os consellos locais sirios**  
Nour Al-Hussen Villa

**Principais conflitos armados no Kurdistan turco no século XX**  
Luis Antonio González Francisco

**Mocidade e Relacións Internacionais: estudo de caso sobre os intereses da xente nova no ámbito da Política Exterior**  
Antía Francisco Guerrero

**Nicaragua, obxecto de diplomacia parlamentaria ad hoc**  
Paula Lamoso González

**O Tratado do Estado da Unión entre Rusia e Belarús: dúas décadas negociando unha complexa integración**  
Miriam González



**O goberno de Mauricio Macri en Arxentina 2015-2019: Balance dunha experiencia (inesperadamente) frustrada**  
Diego M. Raus

**O indixenismo en México: alteridade histórica e aproximacións antropolóxicas**  
Isaura Cecilia García López e Ivonne Virginia Campos Rico

**When the Radical Left met Government: The Syriza Experience**  
Michalis Spourdalakis e Costas Eleftheriou

**Oportunidades de expansión do Comercio Exterior de Galicia: As relacións comerciais coa Comunidade de Países de Lingua Portuguesa (CPLP)**  
Diego Sande Veiga

**Libros**

**Resumo-Resumen-Abstract**

Centro Cívico Sur, Rúa Luís Braille, 40  
36003 Pontevedra  
Tel. +34 986 843 436 / +34 698 144 536  
[info@igadi.gal](mailto:info@igadi.gal) / [www.igadi.gal/te](http://www.igadi.gal/te)

INSTITUTO  
GALEGO  
DE ANÁLISE  
E DOCUMENTACIÓN  
INTERNACIONAL



*Solicita un exemplar gratuíto en: [info@igadi.gal](mailto:info@igadi.gal)*