



## I. Prosumers (instagrammers, youtubers y tiktokers)

### **Cultura de la cancelación, restauración y violación: Revisión crítica del drama interpersonal entre influencers**

Cancel, restoration and rape culture: Critical review of the interpersonal drama among influencers

Arantxa Vizcaíno-Verdú

Universidad de Huelva, España  
arantxa.vizcaino@dedu.uhu.es

Patricia de-Casas-Moreno

Universidad de Extremadura, España  
pcasas@unex.es

Macarena Parejo-Cuéllar

Universidad de Extremadura, España  
macarenapc@unex.es

## Resumen

La cultura de cancelación expone el modo en que las redes sociales tienen hoy la capacidad de transformar contenidos problemáticos en respuestas comunitarias visibles y enjuiciadoras. Partiendo de la capacidad de los usuarios para cancelar a los (micro)influencers por declaraciones o comportamientos inmorales, políticamente incorrectos o deshonorables, en este trabajo llevamos a cabo una revisión crítica del drama interpersonal entre Naim Darrechi (TikTok), ElXocas (Twitch) y La Gata de Schrödinger (YouTube) en relación a la cultura de la violación. El análisis conduce hacia la exploración de la espiral de la cancelación y la consecuente restauración de estas figuras nacidas en Internet, cuya reputación y vivencia online es dirigida por micro-comunidades ruidosas y reflexivas.

## Abstract

The cancel culture exposes how social networks today have the capacity to transform problematic content into visible and judgmental community responses. Starting from the ability of users to cancel (micro)influencers for immoral, politically incorrect or dishonorable statements or behaviors, in this paper we conduct a critical review of the interpersonal drama between Naim Darrechi (TikTok), ElXocas (Twitch) and Schrödinger's Cat (YouTube) in relation to rape culture. The analysis leads towards the exploration of the spiral of cancellation and the consequent restoration of these Internet-born figures, whose online reputation and experience is driven by noisy and reflexive micro-communities.

## Palabras clave / Keywords

Cultura de la cancelación; cultura de la violación; espiral de la cancelación; cultura de la restauración; libertad de expresión; discursos de odio.

Cancel culture; rape culture; cancellation spiral; restoration culture; freedom of speech; hate speech.

---

## 1. Introducción: Internet democrático y libertad de expresión

Diferentes obras literarias han narrado la naturaleza del lenguaje y la comunicación como un bien que forma parte del estado liberal, introduciendo la concepción de «libertad de expresión» como principio democrático fundamental (Wright, 2022). George Orwell lo hacía con «1984», donde abordaba las restricciones lingüísticas y las limitaciones del pensamiento crítico, y Ray Bradbury con «Fahrenheit 451» escenificaba las escalofriantes y preferentes comodidades de una ciudadanía consumista. Este debate sobre la comunicación democrática se ha extendido al entorno de las redes sociales, en las que hoy surgen evidentes fenómenos de complejidad discursiva liberal.

van-Dijck (2013) señalaba que, con el advenimiento del universo digital y el avance tecnológico, se han ampliado las vías de expresión alternativas, propiciadas especialmente por un entorno participativo y colaborativo. En redes sociales, los usuarios y comunidades tienen la oportunidad de narrar sus necesidades y visibilizar su historia haciéndose eco de la renombrada libertad de expresión, por medio de la cual exteriorizan su sentir u opinión (Cabrera-Peña & Jiménez-Cabarcas, 2021). Si bien, este espacio informativo y comunicativo constituye el emplazamiento idóneo para la discusión de temas sensibles y polarizados en términos sociales, políticos, religiosos y sexuales que hieren susceptibilidades y generan conflictos (Cornejo & Tapia, 2011).

En principio, Internet y redes sociales se han concebido positivamente como un medio que parte de los precedentes escenarios comunicativos de masas, elevando el derecho humano a recibir y difundir información sin limitación físico-espacial (Simons, 2019). Sin embargo, este pensamiento esperanzador ha dirigido las conversaciones digitales hacia sucesos plenamente subjetivos que confunden la expresión personal propia de la democracia con la mercantilización de la propia identidad, donde la intimidad y la honra se ponen en tela de juicio (van-Dijck, 2013). En este contexto surge la «cultura de la cancelación», que en la actualidad se comprende como una suerte de ostracismo por medio del cual se expulsa a alguien de un círculo social o profesional (Clark, 2020) de acuerdo a las consideraciones de libertad de expresión, que catapultan y potencian el cambio de actitud grupal (Fahey et al., 2022). Este fenómeno ha expuesto entramados censuradores que evolucionan progresivamente a través de relaciones de poder, exigiendo, en muchas ocasiones, responsabilidades jurídicas bajo violentos debates y ramificaciones tóxicas (Ricknell, 2020), muchas veces dirigidas a empresas, gobiernos, líderes de opinión y celebridades de Internet como los (micro) influencers (Abidin, 2018).

## 2. Desde la «vergüenza» al «calling out»

Para comprender la cultura de la cancelación se han de contemplar otros conceptos sujetos a su concepción, como la «vergüenza». Teroni y Bruun (2011) sostienen que esta promueve comportamientos morales en pos de normas y valores adscritos a la justicia, la rectitud, la generosidad, la magnanimidad, la fuerza de voluntad o la sabiduría. En este orden, la vergüenza se puede dividir en «vergüenza reintegrativa», en la que, tras la desaprobación

---

comunitaria, se re-acepta al individuo; y la «vergüenza estigmatizante», en la que un comportamiento es súbitamente rechazado (Garcés-Conejos, 2022). Independientemente de la vía adoptada, avergonzar a un individuo en un espacio público siempre intensifica ese sentimiento de vergüenza (Braithwaite, 1989), en tanto que se busca degradar y condenar al individuo mediante la cohesión social y la legitimización de poder, muy propia de las masas anónimas que conforman hoy Internet y redes sociales.

Seguidamente, la cancelación comparte rasgos significativos con el «trolling», el «doxing» o el «calling out». El primero se refiere a la participación en conversaciones que tratan de provocar reacciones negativas con la finalidad de mofarse y divertirse. El segundo contempla el abuso en línea, por medio del cual se busca y publica deliberadamente información personal y privada para dañar a la persona. Y el tercero, del que se engendra la propia cultura de la cancelación, se centra en acciones inmorales presentes de un objetivo para desaprobar su comportamiento (Clark, 2020). La cancelación de usuarios en redes sociales introduce un factor más profundo, en tanto en cuanto pretende castigar el comportamiento problemático sin fines lúdicos, publicar información confidencial y, adicionalmente, generar sospechas, paranoia y vejar sobre el perfil de una o un grupo de personas (Tandoc et al., 2022).

### **3. La cultura de la cancelación en redes sociales**

Inicialmente, «cancelar» a alguien se entendía como el esfuerzo destinado a responsabilizar a un individuo (Clark, 2020) ante un discurso de odio emitido (Ramírez-Garcí et al., 2022). A nivel teórico, la cultura de la cancelación se basa en la teoría «Two Step Flow», a través de la cual, en redes sociales, los mensajes se transforman en acciones estructuradas bajo flujos de liderazgo y comunidad (Mueller, 2021). Es decir, el fenómeno demuestra la facilidad con que contenidos considerados problemáticos se difunden rápida y fácilmente a través de plataformas digitales, generando respuestas comunitarias y empoderando a grupos tradicionalmente marginados (Ng, 2020). El fin último es «cancelar» a una persona o grupo de personas en estos entornos sociales, haciéndoles perder su prestigio y/o posicionamiento ante lo que los usuarios consideran declaraciones o comportamientos inmorales, políticamente incorrectos o deshonorosos (Cabrera-Peña & Jiménez-Cabarcas, 2021). Estas denuncias viralizan y escalan la información, dirigiendo el discurso hacia las autoridades, que consideran, realizan una labor judicial lenta e ineficaz. Los mismos autores indican que estas condenas, en términos legales, se han convertido en un modelo de acusación sin limitaciones que sanciona a personas sin derecho a la escucha o presunción de inocencia. Entre algunas de sus características, destacan: a) La provocación y posible origen de actos violentos por diferencias de pensamiento o desacuerdo; b) La parodia o ironía ofensiva bajo el halo de la intolerancia y empatía hacia la forma de comunicarse del otro; c) La toma de la justicia sin conocimiento de causa civil, jurídica y penal para atender a la integridad de las personas; d) Y la marginación o castigo ante actos considerados impropios.

En redes sociales, Ng (2022) identifica dos formas de cancelación: 1) la que ejercen los fans sobre una celebridad de Internet tras su comportamiento inmoral (drama interpersonal); 2) y la que va asociada a movimientos activistas que ensalzan representaciones mediáticas mar-

---

ginalizadas o injuriadas (por el ejemplo, el caso del #MeToo). Es decir, las acciones de cancelación siempre se ven impulsadas por prácticas relacionadas con personas de alta fama, incitando a los usuarios a boicotear su reputación, marca y/o negocio (Shalal & Shepardson, 2020). Los escándalos de una figura pública de antaño eran gestionados con elegancia y, a menudo, eludidos (Velasco, 2020). Hoy, una palabra incorrecta en un post, una declaración contraria a través de un vídeo en TikTok, o una broma insensible en Twitter abren las compuertas a la condena y la vergüenza pública.

Por consiguiente, esta cultura, que se ejerce bajo redes colectivas (boyd, 2010) que animan a otros usuarios a unirse a la causa, ha supuesto numerosas disputas para los (micro) influencers, que se han visto expuestos al constante acoso moral (Marwick, 2021). Lee y Abidin (2021) mencionan, a este respecto, que este tipo de práctica se da con frecuencia entre usuarios masculinos, cuyo discurso se dirige prioritariamente a las mujeres y minorías sexuales. Expresado de otro modo, la cancelación atrae esencialmente a internautas misóginos que obtienen credencial al ridiculizar, sexualizar o agredir a la mujer o al colectivo LGTBQ+. No se habla, por tanto, de una mera tendencia o llamamiento a la justicia social, sino de una cultura que ensalza los poderes colectivos, ya sea como reclamo para el empoderamiento minoritario, o como pretexto para la acusación infundada bajo prejuicios estereotipados.

#### **4. De la cultura de la cancelación a la de la restauración: Naim Darrechi en TikTok, EIXocas en Twitch y La Gata de Schrödinger en YouTube**

Los escándalos referidos a (micro)influencers han sido el evento dinamizador de los titulares mediáticos durante años, pero, especialmente, de los seguidores. El drama interpersonal (Ng, 2022) que han protagonizado figuras célebres de plataformas emergentes en el entorno digital requieren de un análisis crítico desde la perspectiva de la cultura de la cancelación y, tal y como apuntan Lee y Abidin (2021), desde el reclamo misógino popular que tantos discursos despierta entre los usuarios. En este caso, analizamos brevemente el caso del TikToker Naim Darrechi, el streamer EIXocas y la YouTuber La Gata de Schrödinger.

Diferentes titulares anunciaban en 2021: «Igualdad pide a la Fiscalía que investigue a un 'TikToker' que presume de no usar condón: 'Les digo a las chicas que soy estéril'» (El País, 2021); «Baleares aprueba querrellarse contra Naim Darrechi por abuso sexual mediante engaño» (El Mundo, 2021). Como los propios periódicos señalan, esta figura, que cuenta con más de 28 millones de seguidores en el momento de esta revisión, declaraba públicamente que, previo acto sexual, y con la finalidad de evitar los métodos de prevención del embarazo o las enfermedades de transmisión sexual, compartía con la pareja su imposibilidad de concebir, en un alarde de evidente engaño. Este vídeo circuló abiertamente entre sus seguidores y otros usuarios, desencadenando un debate que escaló al entorno mediático y, posteriormente, a los organismos judiciales. Al drama interpersonal se unieron otros influencers (Ibai Llanos o TheGreft), para rechazar las declaraciones, perdiendo en tan solo unos días más de 100.000 seguidores. Esta ola de cancelación discursiva se ha extendido hasta un reciente suceso: «El TikToker Naim Darrechi es criticado al asegurar que se ha cambiado de género

porque las mujeres tienen más derechos» (La Vanguardia, 2022), al haber sido sometido al veredicto judicial, que decretó las acciones del TikToker como un acto de «fanfarroneo» más que de «agresión sexual», generando un nuevo revuelo entre la comunidad online (Figura 1). Contrario a lo que señalan Cabrera-Peña y Jiménez-Cabarcas (2021), el caso trascendió al escenario judicial, no limitándose a la mera desproporción internauta (pese al desenlace).

**Figura 1. Comentarios de cancelación sobre Naim Darrechi en Twitter**



Nota. Columna izquierda: toma de la justicia por acto considerado inapropiado; Columna derecha: Castigo con la retirada de seguidores.

Otro caso que despertó el drama interpersonal influencer de acuerdo al tema de la cultura de la violación es el del streamer EIXocas. En un directo de Twitch contaba, bajo halagos, el eficiente truco para cortejar a mujeres que se encuentran bajo los efectos del alcohol o las drogas, supuestamente, ejercido por un «amigo abstemio». Los comentarios de «agresor», «violador», entre otros, fueron difundidos a los escasos minutos de iniciar el vídeo a través de diferentes plataformas.

Sin embargo, esta oleada crítica desencadenó la cancelación posterior de otra influencer, La Gata de Schrödinger, al dedicarle un espacio en directo en la misma plataforma para debatir sobre estas declaraciones. Su intervención, según sus seguidores, no llegó a la altura de

**Figura 2. Declaraciones de La Gata de Schrödinger en Twitter tras debatir con elxokas**



lo que se esperaba, acusándola como «amiga de violadores» que bebe de la polémica con fines lucrativos. Es decir, la cultura de la cancelación se extendió hacia otra figura que fue acosada bajo un acto de inmoralidad (Marwick, 2021) por su conversación «poco firme», contraria al pensamiento del otro (la comunidad). La propia influencer abandonó las redes sociales durante unos días en un acto conciliador con su comunidad, rechazando futuras colaboraciones sobre temas sensibles que traerían consigo el conflicto (Figura 2).

Este testimonio devino en otra agrupación de comentarios más acordes a una «cultura de la restauración» influencer, muy similar a la idea de «vergüenza reintegrativa» (Garcés-Conejos, 2022), por medio de la cual el individuo que, en principio, ha sido cancelado perdiendo seguidores y reputación, restaura su figura a través del apoyo, el respeto, la escucha activa, la ironía con fines pacificadores, y el sentimiento de pertenencia a un grupo (consciente y crítico) (Figura 3), ejercido por un colectivo social.

**Figura 3. Comentarios sobre la intervención de La Gata de Schrödinger en Twitter**



Nota. 1) izq. Sup: ironía con fines pacificadores; 2) izq. Infer.: apoyo; 3) der. Sup.: respeto; 4) der. Infer.: pertenencia al grupo (nosotros y ellos).

## 5. Conclusiones y futura línea de investigación

Este breve recorrido nos introduce en los entresijos de la reverenciada libertad de expresión en redes sociales, donde parece, en el caso de los (micro)influencers, que el disenso forma parte sustancial de las conversaciones en línea. Las expresiones minoritarias surgen para dilapidar teorías como las de Noelle-Neumann (1984), en las que el miedo al aislamiento o la presión social es cosa de líderes y no de públicos. La espiral de la cancelación, diríamos hogaño, ensalza las voces de lo individual y visibiliza las micro-opiniones que, como vemos, generan círculos de influencia heterogéneos y discordantes. Aunque a menudo estos escándalos puedan considerarse desmesurados, el reclamo de atención hacia otros líderes, la comunidad global y los estamentos jurídicos facilitan la reflexión sobre cuestiones que, anteriormente, eran desapercibidas.

Aunque esta visión teórica sobre la cultura de la cancelación se examina notoriamente en los estudios sobre la celebridad en redes sociales y el sector empresario-corporativo, entendemos que el proceso de restauración posterior abre la vía a futuras investigaciones que, adicionalmente, atienden a los escenarios de cancelación en cadena (espiral) como los que hemos observado.

---

## Referencias

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald.
- Braithwaite, J. (1989). *Crime, shame and reintegration*. Cambridge University Press.
- Cabrera-Peña, K.I., & Jiménez-Cabarcas, C.A. (2021). La cultura de la cancelación en redes sociales: Un reproche peligroso e injusto a la luz de los principios del derecho penal. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(2), 277-300. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.60421>
- Clark, M. (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>
- Cornejo, M., & Tapia, M.L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet. *Fundamentos en Humanidades*, 2, 219-229. <https://bit.ly/3xOou6l>
- El Mundo (Ed.) (2021, July 21). Baleares aprueba querrellarse contra Naim Darrechi por abuso sexual mediante engaño. *El Mundo*. <https://bit.ly/39rmach>
- El País (Ed.) (2021, July 12). Igualdad pide a la Fiscalía que investigue a un 'tiktokker' que presume de no usar condón: 'Les digo a las chicas que soy estéril'. *El País*. <https://bit.ly/3Ok3Z7j>
- Fahey, J.J., Roberts, D.C., & Utych, S.M. (2022). Principled or partisan? The effect of cancel culture framings on support for free speech. *American Politics Research*, 1-37. <https://doi.org/10.1177/1532673X221087601>
- Garcés-Conejos, P. (2022). Moral emotions, good moral panics, social regulation, and online public shaming. *Language & Communication*, 84, 61-75. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2022.02.002>
- La Vanguardia (Ed.) (2022, March 21). El 'TikToker' Naim Darrechi es criticado al asegurar que se ha cambiado de género porque 'las mujeres tienen más derechos'. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3Hoc8VJ>
- Lee, J., & Abidin, C. (2021). Backdoor advertising scandals, Yíngyeo culture, and cancel culture among YouTube influencers in South Korea. *New Media & Society*, 1-21. <https://doi.org/10.1177/14614448211061829>
- Mueller, T.S. (2021). Blame, then shame? Psychological predictors in cancel culture behavior. *The Social Science Journal*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1949552>
- Ng, E. (2020). No grand pronouncements here...: Reflections on cancel culture and digital media participation. *Television & New Media*, 21(6), 621-627. <https://doi.org/10.1177/1527476420918828>
- Ng, E. (2022). Cancel culture, popular media, and fandom. In E. Ng (Ed.), *Cancel culture. A critical analysis* (pp. 13-37). Palgrave Macmillan.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence. Public opinion – Our social skin*. Chicago University Press.
- Ramírez-García, A., González-Molina, A., Gutiérrez-Arenas, M., & Moyano-Pacheco, M. (2022). Interdisciplinarity of scientific production on hate speech and social media: A bibliometric analysis. [Interdisciplinarietà de la producción científica sobre el discurso del odio y las redes sociales: Un análisis bibliométrico]. *Comunicar*, 72, 129-140. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-10>
- Ricknell, E. (2020). Freedom of expression and alternatives for Internet governance: Prospects and pitfalls. *Media and Communication*, 8(4), 110-120. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3299>
- Shalal, A., & Shepardson, D. (2020, August 20). Facing Trump criticism, Goodyear says employees can wear clothes supporting. *Reuters*. <https://reut.rs/3mLKjND>
- Simons, G. (2019). Role of social media in amplifying neo-liberal cancel culture. In A. MacLeod (Ed.), *Propaganda in the information age: Still manufacturing consent* (pp. 71-79). Routledge.
- Tandoc, E.C., Hui-Ru, B.T., Huei, G.L., Qi-Charlyn, N.M., Chua, R.A., & Hao-Goh, Z. (2022). #CancelCulture: Examining definitions and motivations. *New Media & Society*, 1-19. <https://doi.org/10.1177/14614448221077977>
- Teroni, F., & Bruun, O. (2011). Shame, guilt and morality. *Journal of Moral Philosophy*, 8, 223-245. <https://doi.org/10.1163/174552411X563574>
- van-Dijk, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Velasco, J.C. (2020). You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. *Rupkatha Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5), 1-7. <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2>
- Wright, A. (2022). Cancelling, counterspeech, and censorship: Reconciling free speech in a brave new social media world. *Political Science Undergraduate Review*, 7(2), 56-67. <https://doi.org/10.29173/psur294>

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

## CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

*Editores*

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*  
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*  
Primera Edición, octubre 2022

## Editores

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

## Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez  
Dr. Octavio Islas  
Dra. Paula Renés-Arellano  
Dr. Abel Suing  
Dr. Marco López-Paredes  
Dr. Diana Rivera-Rogel  
Dr. Julio-César Mateus  
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera  
Dra. Patricia de-Casas-Moreno  
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas  
Dra. Natalia González-Fernández  
Dra. Antonia Ramírez-García  
Mg. Sabina Civila  
Mg. Rigliana Portugal  
Mg. Mónica Bonilla-del-Río  
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo  
**Comunicar**  
Ediciones

**AlfaMed**



*Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.*

## Patrocinan



Universidad  
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022  
ISBN: 978-84-937316-9-4  
ISSN 2952-1629  
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

## DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones  
Mail box 527. 21080 Huelva (España)  
Administración: [info@grupocomunicar.com](mailto:info@grupocomunicar.com)  
Director: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)  
[www.grupocomunicar.com](http://www.grupocomunicar.com)

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*  
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo  
**Comunicar**  
Ediciones

**AlfaMed**



Universidad  
de Huelva