

Desenmascarando la desinformación. Un análisis de las mentiras en los debates “cara a cara” en España

Por [Héctor Molina García](#)

18/12/2025 | <https://doi.org/10.63083/lamec.2025.103.hmg>



En un mundo donde la confianza institucional es fundamental para el buen funcionamiento del Estado, la desinformación se presenta como un control de la información para beneficiar

intereses políticos o económicos. Los ciudadanos pueden perder la fe en las instituciones cuando estas no responden a sus necesidades, y la forma en que los líderes políticos manejan la verdad, o la ocultan, juega un papel crucial en esto.

El artículo, titulado [«Debates ‘cara a cara’, un modelo político de desinformación en la democracia española»](#), se propone analizar las estrategias que los líderes políticos utilizan para manipular la información en su propio beneficio. Y es que, desde Maquiavelo, la idea de que la gobernanza efectiva puede requerir desvíos de las normas éticas convencionales ha flotado en el ambiente político. Hoy, sin embargo, con la llegada de la «posverdad», el subjetivismo y la carga emocional se unen a la intencionalidad propagandística, distribuyéndose masivamente para influir en la opinión pública.

La ciudadanía en la era digital: Prosumidores y *Fandom* Político

El estudio profundiza en la evolución del papel ciudadano dentro del ecosistema político, introduciendo conceptos como la «cultura participativa» y el «fandom político». El término «prosumidor político» describe a los ciudadanos que no solo consumen información política, sino que también participan activamente en su producción y distribución. No obstante, la investigación advierte que esta participación puede, en ocasiones, manifestarse en la replicación de mensajes preexistentes, lo que puede contribuir a la polarización y limitar la generación de contenido original.

El «fandom político», una extensión conceptual derivada del ámbito cultural, se refiere a colectivos de individuos que desarrollan un fuerte apego emocional hacia una figura o movimiento político. Estos grupos se caracterizan por una participación enérgica, particularmente en las plataformas de redes sociales. Los actores políticos, conscientes de estas dinámicas, capitalizan estas tendencias para insertar mensajes

específicos y orientar las interacciones digitales hacia sus propios objetivos.

Los debates «Cara a Cara». Escenario de confrontación y mentiras

Los debates electorales «cara a cara» representan uno de los eventos mediáticos de mayor relevancia en la contienda política. Desde el paradigmático [debate Kennedy-Nixon en 1960](#), su influencia en la percepción ciudadana ha sido innegable. Estos formatos televisivos de alta audiencia facilitan la confrontación directa de propuestas y, con frecuencia, se estructuran bajo una narrativa de «vencedor» y «vencido». Su diseño simplificado y la posibilidad de los políticos para articular mensajes propagandísticos y argumentaciones de forma directa contribuyen a una mayor asimilación por parte de la ciudadanía. Asimismo, se sugiere que las distorsiones comunicativas son menos prevalentes en [debates bipartidistas](#) que en aquellos con múltiples participantes. Quizá este tipo de formatos contribuyan en mayor medida a la [polarización de la sociedad](#).

En el contexto español, la investigación analizó [seis debates «cara a cara»](#) correspondientes a elecciones generales al Congreso de los Diputados, todos ellos caracterizados por audiencias masivas. El objetivo central fue determinar si la repercusión de los mensajes inveraces, manifestada en la erosión de la confianza y el incremento de la desafección política, ha experimentado variaciones significativas en las últimas dos décadas, hecho que se evidencia en [otros estudios similares](#).

Metodología y tipología de la manipulación discursiva

Para desentrañar la naturaleza de la desinformación, la investigación implementó una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos. Se realizó un análisis de contenido exhaustivo de los debates con el fin de inferir las intenciones subyacentes a los mensajes y de identificar

los temas más susceptibles de manipulación.

Un aporte crucial del estudio es la formulación de una clasificación sistemática de las estrategias de falsedad empleadas en la comunicación política propagandística. Esta taxonomía se fundamenta en diversos parámetros, incluyendo el destinatario del mensaje (afín, no afín, votante indeciso), el objeto de la falsedad (el propio agente, el adversario), la dimensión temporal (pasado, presente, futuro), el formato (discurso verbal, elementos visuales, documentos apócrifos), y el tipo de operación discursiva (supresión, adición, deformación).

Dentro de la categoría de deformación, se distinguen las de carácter cuantitativo (exageración, minimización) y las de naturaleza cualitativa (afectando la identidad, la fuente del mensaje, etc.). Asimismo, la clasificación abarca otros procedimientos análogos a la falsedad, como la perturbación de las condiciones epistémicas o el desvío intencionado de la atención.

Resultados. Evidencia de la prevalencia de la desinformación

El análisis abarcó un total de 11 horas y 37 minutos de debates, durante los cuales se verificaron 102 afirmaciones susceptibles de ser falsas. De estas, 73 (un 73%) fueron efectivamente identificadas como mentiras o manipulaciones. Este dato subraya la constante presencia de la desinformación en estos encuentros políticos.

Se observó una ligera tendencia al incremento en el número de falsedades en los debates más recientes. El análisis por horas de intervención ofrece una métrica más equitativa, revelando que la cantidad de manipulaciones es similar entre los partidos políticos, de media cada candidato reprodujo más de tres falsedades por hora.

En relación con los temas abordados, las manipulaciones y

falsedades se concentran predominantemente en asuntos económicos y políticas de Estado, representando casi el 80% de los casos. Además, la mayoría de las falsedades (68%) corresponden a deformaciones cuantitativas, de las cuales el 80% son exageraciones. Cuando se produce una supresión de contenido, en el 87% de los casos se trata de una negación de hechos o intenciones. Finalmente, la perturbación de las condiciones epistémicas (75%) y la alusión a presuntos hechos (93%) constituyen las formas más recurrentes de manipulación.

Conclusiones. Hacia una ciudadanía crítica

Este estudio ofrece una contribución significativa a la comprensión de la comunicación política contemporánea. Demuestra que los debates «cara a cara», a pesar de su formato mediático y su capacidad de atracción, constituyen un terreno propicio para la diseminación de desinformación. Para la ciudadanía, resulta imperativo el desarrollo y fortalecimiento del pensamiento crítico, así como la conciencia sobre las estrategias empleadas para influir en la percepción de la realidad. La intrínseca conexión entre la verdad y la democracia es innegable, y la disociación entre ambas puede acarrear consecuencias significativas en la confianza institucional y en la trayectoria futura de nuestra sociedad.



BIO

[Héctor Molina García](#)



[La Mecedora Divulga](#) is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](#)

