

Congreso Internacional

## **El discurso político digital: perspectivas hispánicas**

**Lugar:** Fundación Carl Friedrich von Siemens (Carl Friedrich von Siemens Stiftung), Múnich / Alemania

**Fecha:** 10 y 11 de septiembre de 2026

**Organización:** Robert Hesselbach (Erlangen-Nürnberg/Alemania) y Kira Molina (Bremen/Alemania)

### ***Call for papers***

Desde la segunda década del siglo XXI se ha producido un auge de las redes sociales, así como una mayor accesibilidad y facilidad técnica para crear y compartir contenidos, también políticos, de forma rápida, multimodal y sin filtros. Ambos fenómenos han contribuido a que una parte nada desdeñable del discurso político se haya trasladado cada vez más al espacio digital.

Redes sociales como *Twitter/X*, *Instagram*, *Facebook*, *YouTube* y *TikTok* desempeñan un papel muy significativo en este sentido y han cambiado de manera fundamental el discurso político. En Alemania, este hecho se ha hecho particularmente visible en la captación de votantes más jóvenes, lo que explica, por ejemplo, parte del éxito del partido político *AfD* (*Alternative für Deutschland*) en las últimas elecciones al parlamento alemán (*Bundestag*).

En Estados Unidos, esta tendencia cobró especial impulso durante la primera campaña presidencial de Donald Trump en 2016. Por entonces, se observó que el discurso político en las redes sociales estaba caracterizado principalmente por ser populista, careciendo así de su función principal, es decir, la transmisión de contenidos políticos, y que se centraba más bien en la emocionalización política de los usuarios. Por dicho motivo, Gallardo Paúls/Enguix Oliver (2016) hablan de «pseudopolítica». Esta evolución también se observa en el ámbito hispanohablante: los políticos de España y América Latina utilizan las redes sociales de manera exhaustiva para transmitir sus mensajes políticos, circunstancia que los sitúa en el centro de los estudios científicos sobre el discurso político digital.

Por lo tanto, no es de extrañar que se haya observado una actividad muy intensa desde mediados de la década de 2010 en el área de la investigación relacionada con el discurso político digital para áreas lingüísticas y culturales muy diferentes. En el caso del ámbito hispanohablante, en los últimos años se han publicado varias monografías (por ejemplo, Gallardo Paúls/Enguix Oliver 2016; Mazzuchino 2019), así como antologías y artículos individuales que tratan explícitamente sobre el lenguaje político en el espacio digital. Entre los temas de investigación actuales, mencionados escuetamente aquí, cabe citar: estrategias persuasivas y retóricas dentro del discurso político en línea (en general: Gutiérrez-Sanz 2016; López Aguirre/Fernández Fernández/Gómez Aguilera 2023; sobre Argentina: Mazzuchino 2017b; Slimovich 2017; sobre Ecuador: Andino Veloz 2023; sobre Colombia: López Urrea/Páez Valdez/Cuellar Rodríguez 2016; sobre México: Muñiz 2021), en relación con el lenguaje político durante la pandemia del coronavirus (Pérez-Curiel/Velasco Molpeceres 2020; Hesselbach 2020), sobre la lucha por la hegemonía política durante la crisis política en Venezuela (Hesselbach 2025), con respecto al partido español de izquierda PODEMOS (Pérez-Díaz/Martínez Martínez/Correyero Ruiz 2014; Martínez Martínez/Correyero Ruiz 2015; Marcos-García 2017) o sobre el conflicto independentista catalán (López Meri 2016; Eibensteiner 2022).

El objetivo del presente congreso es, por un lado, abordar esta evolución desde un punto de vista científico y, por otro, promover de manera activa el intercambio de ideas y perspectivas entre académicos de distintos países que se dedican a la investigación de este tema de gran relevancia social.

Los posibles temas centrales para las ponencias, entra otros, podrían ser los siguientes:

- el discurso político en el mundo digital frente al mundo analógico
- vinculaciones multimodales del discurso político digital
- la presencia de variedades lingüísticas en el discurso político digital
- el papel creciente de la inteligencia artificial en el discurso político digital
- patrones tanto sintagmáticos (n-gramas, colocaciones, fraseologismos, etc.) como paradigmáticos (metáforas, etc.) e investigaciones de lingüística de corpus
- aspectos pragmáticos del discurso político digital
- ...

Las ponencias tendrán una duración prevista de 20 minutos, seguidas de 10 minutos de debate. Las correspondientes propuestas, de un máximo de 500 palabras, podrán enviarse hasta el **15 de marzo de 2026** a la siguiente dirección:

[congress-discursopoliticodigital@fau.de](mailto:congress-discursopoliticodigital@fau.de)

La información sobre la aceptación o rechazo de la propuesta se comunicará antes del 15 de abril de 2026. Asimismo, está prevista la publicación de las diferentes contribuciones presentadas en el congreso. Además de las ponencias científicas, la conferencia también servirá para crear una red de investigación sobre el discurso político digital en el mundo hispanohablante.

#### **Contacto:**

Dr. Robert Hesselbach ([robert.hesselbach@fau.de](mailto:robert.hesselbach@fau.de))

Kira Molina ([kmolina@uni-bremen.de](mailto:kmolina@uni-bremen.de))

#### **Bibliografía**

- Andino Veloz, Byron (2023): "Retórica digital: el ethos discursivo del político ecuatoriano John Vinueza como ciudadano en Facebook, 2019-2022". *Raled* 23 (2): 71-89.
- Eibensteiner, Lukas (2022): "Legalismus- und Opfer-Diskurse: Die Darstellung des Artikels 155 in den Tweets von M. Rajoy und C. Puigdemont". In: Harjus, Jannis et al. (eds.): *Grenzen und Brücken in der Romania – Beiträge zum 35. Forum Junge Romanistik in Innsbruck (18.-20. März 2019)*. München: AVM, 125-144.
- Gallardo Paúls, Beatriz (2018): "Discurso político y desplazamientos discursivos". In: Llamas Saíz, Carmen (ed.): *El análisis del discurso político: géneros y metodologías*. Pamplona: EUNSA, 13-41.
- Gallardo Paúls, Beatriz/Enguix Oliver, Salvador (2016): *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*. Valencia: Universitat de València.
- Gutiérrez-Sanz, Víctor (2016): "Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* 69: 67-103.
- Hesselbach, Robert (2020): "«Nous sommes en guerre sanitaire» – A Corpus-based Approach of Official French, Italian and Spanish Social Media Discourse in the Light of the Coronavirus Crisis." *promptus – Würzburger Beiträge zur Romanistik* 6: 45-66.

- Hesselbach, Robert (2025): "Analyzing Linguistic Patterns in the Social Media Discourse of Juan Guaidó and Nicolás Maduro during the 2019 Political Conflict in Venezuela." In: Eibensteiner, Lukas/Hesselbach Robert (eds.): *Social Media: Current Issues in Romance Linguistics and Foreign Language Learning*. Múnich: AVM, 59-86.  
<https://www.avm-verlag.de/res/user/avm/media/9783960916147-hesselbach.pdf>
- López Aguirre, José Luis/Fernández Fernández, Eduardo José/Gómez Aguilera, Blanca Nayaheli (2023): "¿Por qué estudiar la comunicación actual desde la perspectiva de la retórica digital?". *Revista Panamericana de Comunicación* 5 (2): 1-13.
- López Meri, Amparo (2016): "Twitter-retórica para captar votos en campaña electoral. El caso de las elecciones de Cataluña de 2015". *Comunicación y Hombre* 12: 97-118.
- López Urrea, Laura María/Páez Valdez, Julián Enrique/Cuellar Rodríguez, Arlex Darwin (2016): "El discurso mediado por ordenadores: análisis del discurso en las cuentas del presidente Juan Manuel Santos y del ex presidente Álvaro Uribe Vélez en la red social Twitter". *Revista Nexus Comunicación* 19: 110-129.  
<https://doi.org/10.25100/nc.v0i19.666>.
- Marcos-García, Silvia (2017): "El empleo de Twitter como herramienta estratégica de comunicación. Análisis del caso Podemos". *COMMUNICO Revista Científica de Comunicación* 3: 1-27.
- Martínez Martínez, Helena/Correyero Ruiz, Beatriz (2015): "Movilización Política en la Red: estrategias discursivas de Pablo Iglesias en Twitter en la campaña del 25M". In: Nos Aldás, Eloísa/Arévalo Salinas, Álex Iván/Farné, Allesandra (eds.): *#comunicambio: Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social. #com4change: Communication and Civil Society for Social Change*. Madrid: Fragua, 700-715.
- Mazzuchino, María Gabriela (2017a): "Twitter como espacio (¿anti?)políticoanálisis discursivo de los tuits del presidente Mauricio Macri". *Revista Lationamericana de Estudios del Discurso* 17 (2): 65-82.
- Mazzuchino, María Gabriela (2017b): "Los otros y nosotros: configuración discursiva y retórica de los tuits de los presidentes Fernández de Kirchner y Peña Nieto". *Tonos digital : revista electrónica de estudios filológicos* 33: 1-24.
- Mazzuchino, María Gabriela (2019): *El discurso político digital: humor y polémica en Facebook*. Cádiz: Universidad de Cádiz, Facultad de Filosofía y Letras.
- Mazzuchino, María Gabriela (2020): "El tuit como micropanfleto: el caso de la asunción del nuevo presidente mexicano". *Lexis* 44 (2): 525-574.
- Muñiz, Carlos (2021): "Construyendo la polarización a través del discurso político. Análisis del uso de claves en la retórica del presidente mexicano López Obrador". *Cultura, Lenguaje y Representación* XXVI: 149-165.
- Pérez-Curiel, Concha/Velasco Molpeceres, Ana María (2020): "Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios". *Revista Latina de Comunicación Social* 78: 65-97.
- Pérez-Díaz, Pedro Luis/Martínez Martínez, Helena/Correyero Ruiz, Beatriz (2014): "Twitter y Retórica: el *ethos* como recurso persuasivo en el caso de Pablo Iglesias (Podemos)". *Comunicación actual: redes sociales y lo 2.0 y 3.0*: 513-524.
- Slimovich, Ana (2017): "La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales". *Dixit* 26: 24-43.