



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

# Universos distópicos y manipulación en la comunicación contemporánea: del periodismo a las series pasando por la política

Coords.

Virginia Guarinos Galán

Manuel Blanco Pérez

*Dykinson, S.L.*

UNIVERSOS DISTÓPICOS  
Y MANIPULACIÓN EN LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA:  
DEL PERIODISMO A LAS SERIES PASANDO POR LA POLÍTICA



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

---

UNIVERSOS DISTÓPICOS Y MANIPULACIÓN  
EN LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA:  
DEL PERIODISMO A LAS SERIES  
PASANDO POR LA POLÍTICA

---

Coords.

VIRGINIA GUARINOS GALÁN  
MANUEL BLANCO PÉREZ

*Dykinson, S.L.*

2023

UNIVERSOS DISTÓPICOS Y MANIPULACIÓN EN LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA:  
DEL PERIODISMO A LAS SERIES PASANDO POR LA POLÍTICA

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 120 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1170-141-9

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L., ni de los editores o coordinadores de la obra.

Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L. no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

# INDICE

---

PRÓLOGO. LA IMPOTENCIA HUMANA EN TIEMPOS DE CRISIS Y SU MATERIALIZACIÓN MEDIÁTICA.....	13
VIRGINIA GUARINOS Y MANUEL BLANCO	

## SECCIÓN I IMAGEN Y MANIPULACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 1. IMAGINARIO DE LA ESPAÑA CRISTIANA: IDEOLOGÍA Y NACIONALISMO EN LA NUEVA DERECHA.....	17
JESÚS GARCÍA GARCÍA	
CAPÍTULO 2. LOBBIES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN CASOS DE CORRUPCIÓN. ENCUADRE DEL <i>QATARGATE</i> EN LA UNIÓN EUROPEA.....	41
LETICIA QUINTANA PUJALTE	
CAPÍTULO 3. LA NUEVA PRENSA Y LA PRENSA OFICIALISTA: LA DURA LUCHA POR LA SUPERVIVENCIA EN EL TRIENIO LIBERAL PUERTORRIQUEÑO (1820-1823).....	61
JESÚS RAÚL NAVARRO-GARCÍA	
CAPÍTULO 4. LA CIENCIA DEL DERECHO EN ALEMANIA EN EL SIGLO XIX: NOCIONES BÁSICAS .....	78
ARMANDO JOSÉ SANTANA BUGÉS	
CAPÍTULO 5. EL “VISUAL <i>FRAMING</i> ” EN TWITTER DE LAS DOS POLÍTICAS ESPAÑOLAS DE MODA: YOLANDA DÍAZ VS. ISABEL DÍAZ AYUSO.....	93
ERNESTO VILLAR CIRUJANO FERNANDO RUEDA RIEU MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ DE LA NIETA	
CAPÍTULO 6. ELECTORAL CAMPAIGNS AND SOCIAL NETWORKS IN TIMES OF PANDEMIC: ANALYSIS OF PRESIDENTIAL CANDIDATES’ ACTIVITY ON TWITTER AND TIKTOK DURING THE FIRST ROUND OF PERU’S 2021 GENERAL ELECTIONS.....	115
ÁLVARO IGNACIO MONTÚFAR-CALLE LUCÍA ANASTACIO-COELLO	

CAPÍTULO 7. COMUNICACIÓN GROTESCA. EL HUMOR Y OTRAS MÁSCARAS DE LA VIOLENCIA EN LA EXTREMA DERECHA INTERNACIONAL .....	143
CONCEPCIÓN FERNÁNDEZ VILLANUEVA GABRIEL BAYARRI TOSCANO	
CAPÍTULO 8. DISCURSOS POLARIZANTES DE LA REALIDAD POLÍTICA ESPAÑOLA EN TIKTOK .....	165
VICTOR RENOBELL SANTAREN	
CAPÍTULO 9. MANIPULACIÓN POLÍTICA, POPULISMO Y NECROPOLÍTICA EN EL LÍBANO .....	180
FRANCISCO SALVADOR BARROSO CORTÉS MARÍA ÁNGELES ALAMINOS HERVÁS	
CAPÍTULO 10. DE CANDIDATO A PRESIDENTE EN EL PSOE LA TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN Y EL DISCURSO POLÍTICO EN FELIPE GONZÁLEZ, JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO Y PEDRO SÁNCHEZ.....	199
CELIA LÓPEZ POLO MARÍA DEL MAR GARCÍA GORDILLO	
CAPÍTULO 11. DE RATAS HUIDAS A HÉROES DE AMÉRICA: REPERCUSIÓN Y CENSURA EN LA PRENSA ESPAÑOLA DE LOS ÉXITOS DE LOS FUTBOLISTAS EXILIADOS EN LATINOAMÉRICA TRAS LA DISOLUCIÓN DE LA SELECCIÓN VASCA (1939-1947).....	215
JOSÉ ÓSCAR PLAZA SERGI CORTIÑAS-ROVIRA	
CAPÍTULO 12. IMPACTO DE LAS IMÁGENES Y TEXTO DE LOS MEMES POLÍTICOS EN LA ACEPTACIÓN DEL MENSAJE A PRIMERA VISTA .....	230
VÍCTOR ALFONSO RIVERA FLORES GERARDO ZEGARRA FLÓREZ WENDY NATHALIE NEYRA MENDOZA GLADYS WILMA RIVERA FLORES	
CAPÍTULO 13. LA IMAGEN PICTÓRICA DEL PODER Y SU CARÁCTER PROPAGANDÍSTICO EN EL SIGLO XVII.....	249
ÁLVARO PÉREZ ARAÚJO MARIÁN QUEIRUGA-DIOS SORAYA MUNOZ-PEREZ	
CAPÍTULO 14. EL <i>FRAMING</i> : LA VERDAD BAJO INTERESES .....	275
JESÚS MULA GRAU	

SECCIÓN II  
EL APOCALIPSIS EN IMÁGENES. NARRATIVAS DISTÓPICAS,  
SUPERVIVENCIA Y REPRESENTACIONES DEL FIN DEL MUNDO

CAPÍTULO 15. ANÁLISIS DE DOS PROTOTIPOS DE URBES EN <i>LES CINQ-CENTS MILLIONS DE LA BÉGUM</i> .....	292
ÁLVARO CLAVIJO CORCHERO NURIA CABELLO ANDRÉS	
CAPÍTULO 16. EL PARÍS DISTÓPICO DE VERNE Y BARJAVEL .....	306
NURIA CABELLO ANDRÉS ÁLVARO CLAVIJO CORCHERO	
CAPÍTULO 17. ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS APOCALÍPTICAS EN LAS PLATAFORMAS DE CONTENIDO EM STREAMING.....	320
CAROLINA ABELLÁN GUZMÁN JOSE ANTONIO CORTÉS QUESADA	
CAPÍTULO 18. INVERSIONES EXCLUSIVAS: REFUGIO, SUPERVIVENCIA Y SUBVERSIÓN DE LA IMAGEN TÉCNICA .....	330
IVÁN PÉREZ VIDAL	
CAPÍTULO 19. LA ESTÉTICA Y LA NARRATIVA DE LA DISTOPÍA EN LA FICCION AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA: “ <i>THE LAST OF US</i> ” (HBO, 2023-.).....	346
HÉCTOR JAVIER OLIVA CANTÍN MARÍA ROMERO CALMACHE ELENA CAPAPÉ POVES	
CAPÍTULO 20. CRISIS DE CONFIANZA Y FIN DEL MUNDO GLOBALIZADO.....	366
ANTONIO CÉSAR MORÓN	
CAPÍTULO 21. CAMINATAS INTERTEXTUALES CON LOS ZOMBIS: APOCALIPSIS Y EL PROBLEMA DEL SENTIDO .....	382
VÍCTOR LOPE SALVADOR	
CAPÍTULO 22. HIDEAKI ANNO Y LA REPRESENTACIÓN DEL APOCALIPSIS: 25 AÑOS DE EVANGELION .....	402
DANIEL VILLA GRACIA	
CAPÍTULO 23. CÓLERA, CLORACIÓN Y CONTROL INFORMATIVO EN LA LLEIDA RURAL A FINALES DEL FRANQUISMO.....	421
JESÚS RAÚL NAVARRO-GARCÍA	
CAPÍTULO 24. IMPORTANCIA Y RECREACIÓN DE LOS AÑOS NOVENTA EN LA LITERATURA ESPAÑOLA ACTUAL.....	441
ÁLVARO LÓPEZ FERNÁNDEZ ELIOS MENDIETA	

SECCIÓN III  
METAVERSOS: REALIDAD, SIMULACRO Y MANIPULACIÓN  
DE LA IMAGEN

CAPÍTULO 25. LOS ARHUACOS EN EL METAVERSO: LA EXPERIENCIA DE UNA COMUNIDAD INDÍGENA USANDO GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL (RV).....	458
JORGE EDISON ROJAS RODRIGUEZ	
CAPÍTULO 26. EL CINE EN EL METAVERSO. ANÁLISIS DEL DOCUMENTAL <i>WE MET IN VIRTUAL REALITY</i> (2022) .....	475
SERGIO JESÚS VILLÉN-HIGUERAS RAFAEL LUIS BONO-REYES ALMUDENA MATA-NÚÑEZ	
CAPÍTULO 27. RELACIONES AFECTIVAS EN EL METAVERSO. ANÁLISIS DE CASO DE <i>CATFISH: THE TV SHOW</i> .....	496
ALMUDENA MATA-NÚÑEZ SERGIO JESÚS VILLÉN-HIGUERAS RAFAEL LUIS BONO-REYES	
CAPÍTULO 28. DRAG QUEENS EN EL METAVERSO. ESTUDIO DE CASO DE <i>QUEENS OF THE METAVERSE</i> (2022) Y <i>RUPAUL'S DRAG RACE SUPERSTAR</i> (2021).....	515
RAFAEL LUIS BONO-REYES ALMUDENA MATA-NÚÑEZ SERGIO JESÚS VILLÉN-HIGUERAS	
CAPÍTULO 29. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS METAVERSOS. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DESDE UNA PERSPECTIVA ÉTICA ....	536
PABLO MARTÍN-RAMALLAL JUAN PABLO MICALETTO-BELDA DAVID POLO SERRANO	
CAPÍTULO 30. EL FUTURO DE LA EMISIÓN DE UN CIBERMUNDO AUDIOVISUAL EN DIRECTO: EL <i>BROADCAST METAVERSE</i> .....	554
MARÍA DE LOS MILAGROS EXPÓSITO BAREA MIGUEL ÁNGEL PÉREZ-GÓMEZ JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ	
CAPÍTULO 31. LA VISUALIZACIÓN DE DATOS COMO ACTIVIDAD MULTIDISCIPLINAR EN LA CIENCIA .....	570
FRANCISCO LESLIE LÓPEZ DEL CASTILLO WILDERBEEK	
CAPÍTULO 32. CONSTRUIR EL PRESENTE, MIRAR AL FUTURO: FOTOMONTAJE E INTERVENCIÓN FOTOGRÁFICA EN LA OBRA DE PERE CATALÀ I PIC.....	587
ÉN KAR CLAVIJO GARCÍA	

SECCIÓN IV  
EL LENGUAJE COMO ESTRATEGIA DE MANIPULACIÓN

CAPÍTULO 33. EL ODIOS CONTRA EL ISLAM EN EL MENSAJE DE CHARLIE HEBDO: LA MANIPULACIÓN DEL MENSAJE Y EL LENGUAJE .	617
SALUD ADELAIDA FLORES BORJABAD	
CAPÍTULO 34. EMPODERAMIENTO DE LA MUJER MUSULMANA VISTO EN LA NOVELA GRÁFICA PERSÉPOLIS .....	632
SALUD ADELAIDA FLORES BORJABAD	
CAPÍTULO 35. LA POLÍTICA COMO GUERRA. VISIÓN DE LA DEMOCRACIA EN LA NUEVA DERECHA ESPAÑOLA.....	645
JESÚS GARCÍA GARCÍA	
CAPÍTULO 36. ANÁLISIS TRADUCTOLÓGICO Y EMPODERAMIENTO FEMENINO DE LA POESÍA DE WALLADA BINT AL-MUSTAKFI: LA SHAKIRA DEL SIGLO XI.....	667
SALUD ADELAIDA FLORES BORJABAD	
CAPÍTULO 37. LA LEY DE PRENSA DE 1938 Y EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN EN LA ÉPOCA CONTEMPORÁNEA .....	683
ARMANDO JOSÉ SANTANA BUGÉS	
CAPÍTULO 38. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DESDE LA PERSPECTIVA LINGÜÍSTICA: EL CASO DE LOS ESLÓGANES ANTICOVID CHINOS .....	697
FAN YU	
CAPÍTULO 39. MANIPULAÇÃO DO DISCURSO QUINHENTISTA, TEXTUAL E IMAGÉTICO .....	716
MARIA LEONOR GARCÍA DA CRUZ	
CAPÍTULO 40. LA DIALÉCTICA PLATÓNICA Y LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL CINE Y LAS SERIES .....	733
MANUEL ALEJANDRO SERRA PÉREZ	
CAPÍTULO 41. STEPHEN HAWKING, ENTRE CIENCIA, PSEUDO-CIENCIA Y FILOSOFÍA: UN EJEMPLO DE MANIPULACIÓN A TRAVÉS DEL LENGUAJE.....	744
MANUEL ALEJANDRO SERRA PÉREZ	
CAPÍTULO 42. LA FIGURA DE SÓCRATES Y EL Λόγος: RECONSTRUCCIÓN DE UN ΔΙΑΛΕΓΕΣΘΑΙ ANTIRRELATIVISTA, ANTIDOGMÁTICO Y TERAPÉUTICO .....	756
IGNACIO MARCIO CID	

CAPÍTULO 43. SOBRE LA DENOMINACIÓN 'FILOSOFÍA DEL LOGOS [ <i>LOGOSPHILOSOPHIE</i> ]' PARA EL PENSAR GRIEGO ANTIGUO: HISTORIA, PERTINENCIA Y PROBLEMAS DE UN TÉRMINO TÉCNICO.....	779
--	-----

IGNACIO MARCIO CID

CAPÍTULO 44. LA RETÓRICA COMO INSTRUMENTO DEL PODER ECONÓMICO Y POLÍTICO .....	814
--	-----

JESÚS VÍCTOR ALFREDO CONTRERAS UGARTE

CAPÍTULO 45. LA IDEOLOGÍA COMO CONDICIONANTE TECNOLÓGICO EN LA COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA: EL CORPUS DE EMOJIS Y SUS IMPLICACIONES SOCIOLINGÜÍSTICAS.....	829
---	-----

BORJA BARINAGA

HÉCTOR PUENTE

GABRIEL PEÑAS

PABLO MEDINA

## SECCIÓN V

### IMAGEN Y ECONOMÍA DE MANIPULACIÓN EN LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO

CAPÍTULO 46. CAPITALISMO DE IMÁGENES: ESTRATEGIAS ANTE LA MANIPULACIÓN DE LOS MEDIOS .....	844
--	-----

FABIAN ANDREY ZARTA ROJAS

CAPÍTULO 47. NARRACIÓN, MANIPULACIÓN Y PERSUASIÓN EN ECONOMÍA: REFLEXIONES SOBRE DE LA RACIONALIDAD CIENTÍFICA.....	862
---	-----

STEFANO SPALLETTI

CAPÍTULO 48. LA MANIPULACIÓN DE GUSTAVE COURBET DEL CUADRO “PROUDHON Y SUS HIJOS” .....	875
---	-----

ESTRELLA TRINCADO AZNAR

CAPÍTULO 49. USO DE LA TEORÍA DE LOS MERCADOS EFICIENTES COMO MEDIO DE MANIPULACIÓN DE CRIPTOMONEDAS MEDIANTE LA HERRAMIENTA PUMP AND DUMP .....	895
--	-----

MIKEL UGANDO PEÑATE

ANDRES WLADIMIR HERRERA MANOSALVAS

SECCIÓN VI  
DESINFORMACIÓN BASADA EN IMÁGENES  
Y PERIODISMO DE VERIFICACIÓN

- CAPÍTULO 50. EL EGM EN LOS DIARIOS IMPRESOS ESPAÑOLES: UN RELATO CORPORATIVO ANTE LA MIGRACIÓN DE LAS AUDIENCIAS ...916  
DAVID VICENTE TORRICO  
MARTA HERNANDO LERA  
VÍCTOR GONZÁLEZ PUENTE
- CAPÍTULO 51. CRONICANDO: HERRAMIENTAS DEL PERIODISMO PARA EXPLORAR LA REALIDAD. PROYECTO EDUCATIVO DE LA FUNDACIÓN GABO EN EL BARRIO NELSON MANDELA DE CARTAGENA DE INDIAS..... 936  
JAIR ESQUIAQUI BUELVAS  
DAVID ALFONSO LARA RAMOS
- CAPÍTULO 52. INTOX: QUANDO UMA IMAGEM VALE MIL MENTIRAS.. 954  
CARLOS PEDRO DIAS  
PAULA LOPES  
JAIME LOURENÇO
- CAPÍTULO 53. FACT-CHECKING Y ENVIADOS ESPECIALES: DOS FORMAS DE BUSCAR LA VERDAD EN LA GUERRA DE UCRANIA.... 969  
PAULA SAN JOSÉ LÓPEZ  
ERNESTO VILLAR CIRUJANO
- CAPÍTULO 54. EL *FACT-CHECKING* DE MALDITA.ES EN TIKTOK: EL LENGUAJE VISUAL DE MALDITO BULO ..... 988  
JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ  
MILAGROS EXPÓSITO-BAREA  
MIGUEL ÁNGEL PÉREZ-GÓMEZ
- CAPÍTULO 55. *FACT-CHECKING* EN FORMATO DE VÍDEO: *NEWTRAL* EN TIKTOK ..... 1007  
DAVID GARCÍA-MARÍN  
GUIOMAR SALVAT-MARTINREY
- CAPÍTULO 56. CIENCIA POSNORMAL Y POSVERDAD: EL IMPERIO DE LA IGNORANCIA ANTE LA CAÍDA DEL EXPERTO ..... 1024  
DANIEL LABRADOR-MONTERO
- CAPÍTULO 57. INNOVACIÓN DOCENTE PARA EL APRENDIZAJE DE LA VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EL USO DE LAS TIC ..... 1038  
GUIOMAR SALVAT-MARTINREY  
DAVID GARCÍA-MARÍN  
MERCEDES DEL HOYO HURTADO

CAPÍTULO 58. ESTUDIO DE CASO: CAMPAÑA SHAKIRA Y PIQUÉ. DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN COLECTIVA A TRAVÉS DE LAS EMOCIONES.....	1057
ROBERTO APARICI MANUEL ÁLVAREZ RUFES	
CAPÍTULO 59. LOS ALGORITMOS DE LA DESINFORMACIÓN: UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN DESDE LA EDUCOMUNICACIÓN.....	1080
MANUEL ÁLVAREZ RUFES ROBERTO APARICI	
CAPÍTULO 60. TENDENCIAS EMERGENTES EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL PERIODISMO DE VERIFICACIÓN DE CONTENIDOS VISUALES: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO.....	1100
PEDRO LUIS PÉREZ-DÍAZ	
CAPÍTULO 61. LA DESINFORMACIÓN VISUAL DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19: UN ANÁLISIS DE LAS VERIFICACIONES DE MALDITA.ES, NEWTRAL, EFE VERIFICA Y AFP FACTUAL ESPAÑA...	1121
PEDRO LUIS PÉREZ-DÍAZ	

SECCIÓN V

IMAGEN Y ECONOMÍA DE MANIPULACIÓN  
EN LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO

---

## NARRACIÓN, MANIPULACIÓN Y PERSUASIÓN EN ECONOMÍA: REFLEXIONES SOBRE DE LA RACIONALIDAD CIENTÍFICA

---

STEFANO SPALLETTI

*Universidad de Macerata*

### 1. INTRODUCCIÓN

Tanto el apriorismo como el empirismo y el enfoque retórico están sujetos a diversas objeciones sobre a la comprobación de las teorías económicas. La dificultad de control epistémico, si no un sinónimo de manipulación es ciertamente un término que puede compararse con un uso “malo” y quizás consciente de la metodología económica. Hablando axiológicamente, el apriorismo determina verdades evidentes a través de la investigación introspectiva del economista, pero los relatos introspectivos son difíciles de verificar. No puede excluirse que una racionalidad sujeta a manipulación pueda surgir de una teoría a priori.

La introducción de un manual reciente de historia del pensamiento económico apoya «que el uso del lenguaje económico es el objeto propio de la historia del discurso económico, y que al comprender el argumento económico debemos prestar atención a la economía de la palabra» (Tribe, 2015, p. 1, *traducción propia*). Entre las palabras “metodológicas” de la economía está también la manipulación y es interesante examinar el vínculo entre el mismo concepto de manipulación y las palabras retóricas. La retórica, en epistemología y en la metodología de las ciencias sociales, se basa en el uso del lenguaje, el conocimiento del público, la emoción, la estructura del argumento y la contextualización para influir en el conocimiento y la comprensión de un tema particular. El uso de las técnicas retóricas puede ayudar a promover un conocimiento más preciso y objetivo en la investigación científica y en la formulación de políticas. La retórica, de hecho, ha asumido durante muchos años tanto

una importancia narrativa como un papel específico en la metodología de la ciencia económica.

El capítulo hace algunas consideraciones útiles para justificar las conclusiones sobre el papel de la retórica. Se discute de las asimetrías de información de Akerlof (1970), pero se podría empezar por cualquier economista cuyas teorías sean ampliamente aceptadas.

La propuesta final es la invitación a utilizar más a fondo el enfoque de la *Humanomics* porque parece capaz, en el mismo momento, de respetar las facetas de la retórica (por las palabras humanas) y conferir solidez a los estudios económicos que, con humildad y seriedad, acogen la lógica y la evidencia de la ciencia humanística y con la libertad y creatividad propias de los adultos (McCloskey, 2021, p. 7). La *Humanomics* podría también limitar la extensión de derivas manipulativas sin fundamento epistémico.

## 2. NARRACIÓN, RETORICA, METÁFORA, MANIPULACIÓN

El proceso de redacción del estatus epistemológico de la economía y su difusión está íntimamente relacionado con el tema del *economics writing*. Esto ha generado mucho interés dentro de la profesión económica en los últimos cincuenta años, resaltando la importancia de prestar atención a la lingüística aplicada, a la teoría literaria, a la hermenéutica crítica, a la sociología de la ciencia y a la retórica (Henderson, Dudley-Evans, Backhouse, 1999). Sin embargo, las reflexiones sobre las narrativas de la economía, más que sobre la *ciencia económica*, parecen más adecuadas para examinar las reconstrucciones de la *disciplina económica*. Se puede examinar al menos dos áreas de cierto interés en la historia del pensamiento económico, incluida la sugestiva búsqueda de elementos de manipulación que puedan surgir de las narrativas económicas y su poder de persuasión. En particular:

- el *text mining*, con el número y la frecuencia de palabras medidas con herramientas típicas de la econometría, proporciona un rico depósito de información sobre la actividad económica y social. Las herramientas estadísticas modernas brindan a los investigadores la capacidad de extraer esta información y

codificarla en una forma cuantitativa susceptible de análisis descriptivo o causal. Con la creciente disponibilidad de datos en muchos ámbitos, los economistas que invierten en aprender estos métodos obtienen grandes beneficios de ideas entre la economía y campos como la estadística y la inteligencia artificial (Gentzkow, Kelly, Taddy, 2019, pp.509-570). No existe una norma *text mining*: se han realizado algunos análisis en historia del pensamiento económico para Adam Smith con el software *open source* “R” para capturar la emoción/sentimiento del autor. Todavía no estamos hablando de aspectos estilísticos, sino de dimensiones textuales (texto como dato). Sin embargo, quizás sea mejor referirse a un análisis multidimensional, donde se encuentran: a) análisis de aspectos semánticos y lingüísticos; b) análisis estadístico y transformación de palabras en datos (con “R”); □ representación gráfica/geométrica de los resultados (CIPEI, Tusset, 2021);

- la economía narrativa da a entender que los economistas ignoran o subestiman sistemáticamente el papel del engaño y la decepción en la vida operativa de los mercados. Esto se debe a que la concepción de los mismos mercados, adoptada por los economistas, excluye sistemáticamente ese papel. Esta ausencia se vuelve patológica y se ve esencialmente como un problema de “externalidad”. Es la conclusión de una narrativa económica, es decir, una historia contagiosa que tiene el potencial de cambiar la forma en que las personas toman decisiones económicas. Existe, por tanto, una verdadera “economía narrativa” cuyo peso – o, mejor dicho, viralidad – dirige el comportamiento de los individuos, llegando en algunos casos a influir en el rumbo de la economía a nivel mundial (Shiller, 2019). De igual forma, emblemático es el caso en el que se habla también de manipulación apelando a la existencia de un mercado “perverso” en cuyas trampas los individuos caen como incautos. En Shiller (2019, p. □1), el equilibrio de *phishing* de un mercado se recupera cuando los competidores manipulan a los clientes y los márgenes de beneficio se reducen a niveles normales.

- La economía narrativa se centra específicamente en el papel de las historias y las narrativas en la configuración del comportamiento y los resultados económicos. Si bien la retórica puede usarse para dar forma a las narrativas económicas, la economía narrativa se ocupa del estudio de esas narrativas en sí mismas y su impacto en el comportamiento económico. Sin embargo, cuando se quiere abordar una teoría económica desde una perspectiva narrativa, se desencadena un enfrentamiento entre los que confirman la verdad y los que señalan el error; o, incluso, de algunos que hablan de una teoría manipuladora.

Los dos campos, con sus propias especificidades y sus respectivas limitaciones, parecen potencialmente prometedores para reconstruir la cientificidad de las ideas económicas. El *text mining* y la economía narrativa son ambos “persuasivos”. Persuaden – cada uno a su manera – de la bondad de lo que un economista o un historiador económico estudia y expone.

El enfoque de McCloskey (1985), debido tanto a la retórica como a la teoría literaria, ha servido para centrar la atención en cuestiones metodológicas, golpeando contra las pretensiones positivistas de la mayoría de los economistas. McCloskey analiza en profundidad el uso de metáforas en la retórica, y empieza a construir un aporte epistémico original propio de la ciencia económica. Su contribución hace que sea difícil para cualquier estudioso de la economía apelar únicamente al positivismo lógico e intentar defender sus teorías en términos de falsacionismo popperiano puro (Caldwell, 1991)<sup>404</sup>.

---

<sup>404</sup> Hay varios economistas que se han contribuido al campo de la retórica en la economía. Aunque si la bibliografía es muy amplia, McCloskey (1985) ha desempeñado un papel fundamental en el estudio de la retórica económica. De las observaciones formuladas en este capítulo se pueden abrir conexiones más amplias gracias a: Frank (1985), que analiza cómo la búsqueda de estatus influyen en las elecciones económicas de los individuos; Frank (1988), que aplica principios económicos a la teoría de la evolución darwiniana, explorando también la importancia del contexto de la economía; Akerlof y Kranton (2010), que exploran cómo se puede influir en la formación de identidades y preferencias económicas; Akerlof y Shiller (2015), que examinan cómo la persuasión retórica y las tácticas de manipulación afectan el comportamiento de los consumidores y los mercados.

Lamentablemente, sin embargo, las metáforas utilizadas por los escritores sobre temas económicos son tanto una oportunidad como un problema, debido a su funcionamiento peculiar (similar al de otras figuras retóricas relacionadas) en la construcción de un argumento. Las metáforas, que han sido utilizadas por una variedad de pensadores y escuelas de pensamiento clave para describir las crisis económicas, los ciclos y el equilibrio económicos, son una mina de conocimientos (Baranzini, Besomi, 202□). Sin embargo, también hay que plantear el problema de una “deriva negativa” (manipuladora) del uso de las metáforas en la retórica. Así pues, también es legítimo preguntarse si la manipulación, que surge de una persuasión narrativa y retórica, puede originarse por una persuasión epistémica<sup>405</sup>. Se sigue con un ejemplo.

#### □ APRIORISMO Y RETÓRICA: UN EJEMPLO

Para Akerlof (1970), la información imperfecta puede impedir el funcionamiento óptimo de los mercados. Ahí demuestra la existencia de la “selección adversa”, es decir, la posibilidad de que una mala información sobre los bienes económicos provoque una selección a favor de los bienes de baja calidad, provocando perturbaciones e incluso el hundimiento de un segmento del mercado (el caso analizado por Akerlof es el de los coches de segunda mano, que a veces pueden resultar auténticos *lemons*).

La contribución es parte de un avance del conjunto de teorías de mercado y el mercado de automóviles se utiliza como un ejercicio para ilustrar y desarrollar estas reflexiones. Cabe destacar que este mercado se elige por su concreción y facilidad de comprensión más que por su importancia o realismo: Akerlof emplea su propia racionalidad científica y metodología de análisis con referencia al apriorismo (racionalista) y al empirismo, enfoques inherentes a la racionalidad científica. Pero esta

---

<sup>405</sup> Las reglas de procedimiento que distinguen la economía de la historia del pensamiento económico siguen vigentes: en particular, las de la economía positiva y la economía normativa para el economista; las del absolutismo o el relativismo para los historiadores económicos. Pero aquí está el punto (común): los esfuerzos narrativos de ambas categorías de académicos siempre adquieren una connotación retórica. Los escritos económicos son siempre el resultado de una mezcla de narración retórica.

extraordinaria aportación se desarrolla a través de un modelo racional y deductivo y se acompaña de la fuerza de dos ejemplos que aumentan su capacidad de persuasión, demostrando también la operatividad de la retórica de la economía.

El nivel (1) de persuasión revela el hecho, bien conocido, de que las personas mayores de 55 años tienen grandes dificultades para contratar un seguro médico porque

a medida que sube el nivel de precios las personas que están seguras de sí mismas serán las que cada vez estén más seguras de que necesitarán el seguro; por error en los chequeos médicos, la simpatía de los médicos con los pacientes mayores, etc., hacen que sea mucho más fácil para el solicitante evaluar los riesgos involucrados que para la compañía de seguros (Akerlof, 1970, p. 492, *traducción propia*).

El nivel (2) de persuasión afirma que el principio de los *lemons* también arroja luz sobre el empleo de las minorías étnicas:

los empleadores pueden negarse a contratar miembros de grupos minoritarios para ciertos tipos de trabajos. Esta decisión puede no reflejar irracionalidad o prejuicio, sino la maximización de ganancias. La etnia (*race!*) puede ser un buen indicador del origen social del solicitante, de su calidad de estudios y de sus aptitudes generales para el trabajo (Akerlof, 1970, p. 494, *traducción propia*).

Si Akerlof también usa su persuasión para argumentar que los tratos deshonestos tienden a mantener los tratos honestos fuera del mercado, este autor quizás puede ser incluido entre esos economistas que usan un lenguaje retórico. Akerlof podría ser un retórico, le guste o no, y su artículo científico y las afirmaciones que contiene bien podrían llamarse un acto retórico.

#### 4. RETÓRICA, PERSUASIÓN EPISTÉMICA Y RACIONALIDAD CIENTÍFICA

La retórica es un concepto amplio que abarca el uso del lenguaje y la persuasión en muchos contextos diferentes, mientras que la economía narrativa es un campo más centrado. En economía, la retórica puede desempeñar un papel en la forma en que se presentan y comunican los argumentos económicos a los otros economistas, a los responsables

políticos y al público en general. Los argumentos económicos se pueden presentar de manera persuasiva o convincente mediante el uso del lenguaje. Por ejemplo, un economista podría usar apelaciones emocionales para convencer a los políticos de que adopten una política en particular o usar imágenes vívidas para ayudar a las personas a comprender el impacto potencial de las políticas económicas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la retórica no debe usarse para manipular o engañar a las personas, especialmente si se asume que la economía tiene un estatus epistemológico serio.

Algunos aceptan la hipótesis de la «superioridad de los economistas» ya que la economía ocuparía una posición única entre las disciplinas académicas. Así, la narrativa de la economía se caracterizaría por enunciados científicos de gran alcance, resultantes de métodos formales de investigación. De eso derivaría, para la economía, una posición de superioridad frente a las demás ciencias sociales. Esta ventaja genera la confianza de la economía en la economía misma, permitiendo que la disciplina mantenga una marcada insularidad epistemológica en el tiempo. En este cierre, la economía (pura) positiva se basa en leyes objetivamente válidas (Fourcade, Ollion, Algan, 2015, p. 91). El objetivo de estudiar las relaciones deterministas entre medios y fines, independientemente de cualquier consideración sobre el contexto institucional, social, ético y cualquier consolidación ideológica, parece plausible.

La retórica y la metodología económica no son campos distintos, sino que pueden cruzarse en la forma en que se presentan y comunican los argumentos económicos. También recurrir a la retórica y la persuasión en la llamada expansión imperialista de la economía hacia aspectos de las ciencias sociales que estaban (o están) tradicionalmente fuera del canon económico puede despertar el interés entre los no económicos. Sin embargo, el nivel de interrelación entre los dos mundos permanece asimétrico<sup>406</sup>.

---

<sup>406</sup> La metáfora del imperialismo económico representa la colonización, por parte de la economía, de otras disciplinas (expansionismo en territorios ya ocupados por otras ciencias sociales). Siguiendo a Marchionatti y Cedrini (2017, pp. 1-3), si la ambición de explicar más unificando pudiera justificar el imperialismo económico, tenemos que recordar el hecho de que el imperialismo económico ocurre «sin ninguna invitación» por parte de otras ciencias sociales,

La pregunta es, ¿se convierte la persuasión retórica también en (válida) metodología y racionalidad científica? Al poner el acento en las narrativas, la eventual aceptación/rechazo de una teoría económica – de un teorema concreto y de sus diversas demostraciones – sitúa el esfuerzo intelectual dentro de un fundamento epistémico fuertemente desequilibrado del lado de la persuasión. La persuasión epistémica, con la retórica de la economía, es racionalidad científica. Esto es porque la retórica se opone a la convicción, típica del empirismo, de que, en última instancia, la elección entre teorías opuestas se realiza únicamente sobre la base de consideraciones fácticas. En términos generales, la retórica afirma que, además de los hechos, los valores (epistémicos y morales) caen dentro de la racionalidad científica y que, por tanto, la elección teórica exige también la valoración de los hechos. Los criterios de selección pasan de los métodos empíricos de investigación a los métodos de persuasión de un interlocutor (Barrotta, 2004).

## 5. RETÓRICA Y *HUMANOMICS*

Hoy, McCloskey argumenta que la economía de la información asimétrica hable de costes y beneficios, pero pase por alto la persuasión y lo que él identifica como *sweet talk*, pronunciado por los actores económicos. Según su punto de vista, la investigación debería dirigir la economía, y muchas otras ciencias sociales influenciadas por la economía, hacia un enfoque más amplio en el significado humano en el discurso. Este significado, incluso en los experimentos de comportamiento más rigurosos, se ha mostrado ahora de gran importancia para el resultado económico, tanto que McCloskey sostiene que el chisme representa una cuarta parte del ingreso nacional. De hecho, los agentes económicos son seres humanos para quienes el lenguaje es una herramienta central en el proceso de toma de decisiones y formación de juicios.

---

como subrayó Stigler (1984, p. 311). La narrativa tradicional data del imperialismo económico a la década de 1970, cuando los economistas de Chicago comenzaron a popularizar el uso del término, que en verdad es engañoso y necesita una revisión profunda. El ensayo de Lionel Robbins de 1932 *The Nature and Significance of Economic Science* es un hito en la historia del imperialismo económico.

El punto de partida es que los tomadores de decisiones a menudo verbalizan sus deliberaciones. La disponibilidad de una descripción de las preferencias implica que cuando un decisor está involucrado en una elección intencional, describe sus consideraciones, a sí mismo o a otros agentes que operan en su nombre, utilizando su lenguaje cotidiano (Rubinstein, 2004, pp. 55-56). Por lo tanto, la cornisa de negociación del mercado también depende de las historias que la gente cuenta (economía narrativa), de la persuasión y de la retórica como enfoque metodológico de la economía. No se puede ignorar el poder del lenguaje en la economía y sus raíces sociológicas. En los últimos años, el campo de la economía del comportamiento ha ganado preponderancia como un campo que se centra en la influencia de la psicología y otros factores sociales en el comportamiento económico.

Igualmente, la economía experimental de fine del milenio, en la cual Vernon Smith se destaca, había investigado en laboratorio el comportamiento de los mercados y había demostrado que tal enfoque explicaba bien la hipótesis de que compradores y vendedores actúan por su propio interés. Pero había encontrado también que las personas emparejadas de forma anónima eran predominantemente personas preocupadas por los demás, interdependientes en el contexto de intercambios personales y sociales (y en los juegos de confianza en laboratorio) (Smith, Wilson, 2019, p. XIII). Consecuencia de esto entonces, tendría que ser que todos debemos aprender a vivir en dos tipos de mundo a la vez: los mundos de la sociabilidad y de la ciencia económica. Por eso Smith y Wilson han acuñado el neologismo *H<sup>o</sup>manomics* para describir el problema muy humano de simultáneamente vivir en estos dos mundos: el social (personal) y el económico (impersonal), como enseñaba Adam Smith en su *Teoría de los sentimientos morales* (1759) conectando ciencias sociales y ética de la humanidad (Sugden, 2020, p. 2). En síntesis, el campo de la economía que implica el uso de experimentos controlados para comprender el comportamiento económico proporciona un método empírico para probar las teorías económicas, pero no para evaluar el papel de los sentimientos morales en las decisiones económicas.

La *H<sup>o</sup>manomics*, por lo tanto, puede verse como un enfoque amplio que abarca conocimientos de la economía del comportamiento y otros

campos relacionados, como la psicología social, la sociología y el lenguaje. Después de todo, Adam Smith también fue profesor de retórica y está ampliamente demostrado que, para él, y para la riqueza de las naciones, importaban las metáforas, importaban las historias, importaban los sentimientos morales (McCloskey, 201□, p. 511). El positivismo es válido como uno de los muchos recursos para presentar un caso científico en economía. Sin embargo, cuando se convierte en un dogma fundamental y exclusivo falla. Se puede hacer uso de estadísticas de ingreso nacional y, al mismo tiempo, creer que las acciones humanas espontáneas importan profundamente en el espíritu empresarial, en las finanzas, en la promoción del consumo. Pero no hay razón para elegir una opción en detrimento de la otra, y ciertamente no hay una razón filosófica para hacerlo. A través de la *H□manomics* está llegando la superación del (solo) positivismo en los dominios económicos (McCloskey, 2021, p. 40).

Hablando en general, cada vez son más los estudiosos que reiteran que la economía no es una *ciencia* que obedece a leyes como las de la física, precisas e incontrovertibles (hasta que, por supuesto, son cuestionadas), sino que es una *disciplina*. Como tal, adquiere tanto más importancia y autoridad cuanto más logra contaminarse con otras disciplinas como la filosofía, la historia, la geografía, el derecho, la antropología, la sociología, la literatura, es decir, con todas aquellas áreas del saber que tienen como centro la persona. Se citan aquí las palabras de un economista divulgador (Maggio, 202□, p. 20) que desean que se interrumpa el proceso histórico de formación de la *Economics* (ciencia), iniciado ya a fines del siglo XIX con Alfred Marshall y causante, durante el siglo XX, de la que se define como la fragmentación de la economía en peculiares enfoques científicos especializados<sup>407</sup>. Tal fragmentación ha llevado a que

---

<sup>407</sup> «A lo largo de los cincuenta últimos años, más o menos, hemos presenciado una fragmentación de la teoría económica. La investigación se ha ramificado en diferentes direcciones, y sus mismos fundamentos —métodos y técnicas de análisis, conceptos cruciales y supuestos simplificadores, problemas centrales— han experimentado una amplia diversificación. Esto ha llevado a una división del trabajo entre grupos esencialmente autónomos de economistas que a menudo ignoran, o, en cualquier caso, no tienen en cuenta en su propia actividad, lo que sucede en otras áreas de investigación. Esta tendencia se ha visto reforzada por el elevado nivel de los detalles técnicos que, junto con la diversificación en las técnicas de análisis, hacen que

la historia de las relaciones entre la economía y otras disciplinas se presente en la actualidad como una historia, principalmente, de imperialismo de la economía sobre las ciencias sociales. No obstante, el reciente y ambiguo “imperialismo inverso” de otras disciplinas hacia la economía (Marchionatti, Cedrini, 2007) puede volverse en un tema de investigación en la dirección de una unidad humanómica.

## □ CONCLUSIONES “SOSTENIBLES”

Tanto el progreso de la ciencia económica como su reconstrucción histórica a través del pensamiento están sujetos a limitaciones y errores. Así, tal vez haríamos mejor en apelar a los padres fundadores y hablar, simplemente, de “visiones preanalíticas” (Schumpeter, 1954) que, una vez declaradas, podrían limitar las derivas manipuladoras de aquellos que toman decisiones económicas (racionalidad práctica) pero también de aquellos que interpretan la teoría económica (racionalidad científica).

Desandar la trayectoria de casi cincuenta años de relación entre retórica y economía es un tema muy complejo. Aquí sólo cabe destacar cómo las narrativas de la ciencia económica (re)sitúan la persuasión retórica en el centro de la metodología científica. Esto es claramente visible al observar las nuevas fronteras del pensamiento económico sostenible, circular, *green*, etc. En estos campos de investigación, se necesita una comunicación intensiva, también desde el lado digital, y una constante persuasión de que las elecciones de la economía del vaquero deben ser reemplazadas por las del astronauta<sup>408</sup>.

Las reflexiones teóricas necesitan mucho de palabras, narrativas, lenguajes y ... metáforas persuasivas. Para mantenerse científicas (disciplinarias o transdisciplinarias), las nuevas fronteras de la economía necesitan una sólida base epistémica retórica.

---

los estudios requeridos por cualquier campo de investigación dado sean cada vez más específicos y consuman más tiempo» (Roncaglia, 2006, p. 611).

<sup>408</sup> La economía vaquera es una economía explotadora que consume constantemente recursos considerados ilimitados. La economía *Earthship* es una economía autosuficiente que requiere un uso eficiente de los recursos limitados para garantizar la reproducción del planeta (Boulding, 1966).

## 7. AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las profesoras Begoña Pérez Calle y Estrella Trincado Aznar, así como al profesor José Luis Malo Guillén, pero la responsabilidad del contenido recae en el autor.

## 8. REFERENCIAS

- Akerlof, G. (1970). The Market for ‘Lemons’. Quality. Uncertainty and Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), 488-500.
- Akerlof, G., Kranton, R. (2010). *Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being*. Princeton University Press.
- Akerlof, G., Shiller, R. (2015). *Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception*. Princeton University Press.
- Baranzini, R., Besomi, D. (Eds.) (2023). *Metaphors in the History of Economic Thought. Crises, Business Cycles and Equilibrium*. Routledge.
- Barrotta, P. (2004). Filosofia dell’economia. *Linee di ricerca*, SWIF. ISSN 1126-4780.
- Caldwell, B.J. (1991). Clarifying Popper. *Journal of Economic Literature*, 29 (1), 1-33.
- Boulding, K. (1966). The Economics of the Coming Spaceship Earth. En H. Jarrett (Ed.), *Environmental Quality in a Growing Economy* (pp. 3-14). Johns Hopkins University Press.
- CIPEI Centro Interuniversitario (Seminario No. 1. Universidad de Padua, 11 de marzo de 2021). *Gianfranco Tasset “Plotting the words of 2008 crisis. Text mining and history of economics”* [video]. YouTube.
- Frank, R. (1985). *Choosing the Right Pond: Human Behavior and the Quest for Status*. Oxford University Press.
- Frank, R. (1988). *Passions Within Reason. The Strategic Role of the Emotions*. Norton & Company.
- Fourcade, M., Ollion, E., Algan, Y. (2015). The Superiority of Economists. *Journal of Economic Perspectives*, 29 (1), 89-114.  
<http://dx.doi.org/10.1257/jep.29.1.89>
- Gentzkow, M., Kelly, B., Taddy, M. (2019). Text as Data. *Journal of Economic Literature*, 57 (3), 535-574. <https://doi.org/10.1257/jel.20181020>
- Henderson, W., Dudley-Evans, T., Backhouse, R. (Eds.) (1993). *Economics and language*. Routledge.

- Maggio, F. (2023). *Frammenti di un pensiero economico*. Ev.
- Marchionatti, R., Cedrini, M. (2017). *Economics as Social Science. Economics imperialism and the challenge of interdisciplinarity*. Routledge.
- McCloskey, D. (1985). *The Rhetoric of Economics*. University of Wisconsin Press.
- McCloskey, D. (2016). Adam Smith did Humanomics: So Should We. *Eastern Economic Journal*, 42 (4). 503-513. <https://doi.org/10.1057/s41302-016-0007-8>
- McCloskey, D. (2021). *Bettering Humanomics. A New and Old Approach to Economic Science*. University of Chicago Press.
- Roncaglia, A. (2006). *La riqueza de las ideas. obra que* *Prensas Universitarias de Zaragoza*. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Rubinstein, A. (2004). *Economics and Language. Five Essays*. Cambridge University Press.
- Schumpeter, J.A. (1954). *History of Economic Analysis*. Allen & Unwin.
- Shiller, R. (2019). *Narrative Economics. How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events*. Princeton University Press.
- Smith, V., Wilson, B. (2019). *Humanomics. Moral Sentiments and the Wealth of Nations for the Twenty-First Century*. Cambridge University Press.
- Stigler, G. (1984). Economics: The Imperial Science? *The Scandinavian Journal of Economics*, 86 (3), 301-313.
- Sugden, R. (2020). Humanomics: Moral Sentiments and the Wealth of Nations for the Twenty-First Century. Vernon L. Smith and Bart J. Wilson. Cambridge University Press. 2019. *Economics & Philosophy*, 37 (2), 1-6. <https://doi.org/10.1017/S0266267120000243>
- Tribe, K. (2015). *The Economy of the Word. Language. History. and Economics*. Oxford University Press.