RICARDO PÉREZ-SOLERO PUIG

LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI: PODER, REGULACIÓN Y CRISIS DE LA VERDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

UMER

Universidad de Mayores Experiencia Recíproca
Sede Social: Avenida del Llano Castellano nº 13 – 2º 6
28034 Madrid
www.umer.es

La comunicación en el siglo XXI: poder, regulación y crisis de la verdad en el entorno digital

RICARDO PÉREZ-SOLERO PUIG

Madrid, 2026

© Universidad de Mayores de Experiencia Recíproca
Sede Social: Avenida del Llano Castellano nº 13 – 2º 6
28034 Madrid
Maquetación: CREIN S.L..Telf.: 658 76 91 12

La comunicación en el siglo XXI: poder, regulación y crisis de la verdad en el entorno digital

(Conferencia pronunciada por el autor en la universidad de mayores experiencia recíproca el día 3 de mayo de 2026)

La comunicación ha dejado de ser un instrumento neutro de transmisión de información para convertirse en un elemento estructural en la configuración del poder en las sociedades contemporáneas. Este cambio no es meramente tecnológico, sino profundamente político y jurídico.

Durante gran parte del siglo XX, el modelo comunicativo dominante se sustentaba en la existencia de intermediarios institucionalizados —fundamentalmente medios de comunicación— que actuaban como filtros, verificadores y estructuradores del discurso público. Este modelo permitía, con todas sus limitaciones, cierto equilibrio entre libertad de expresión, pluralismo informativo y control del poder.

Sin embargo, la irrupción de Internet y, especialmente, de las redes sociales ha alterado de forma radical este esquema. La eliminación de barreras de entrada a la producción de contenido, ha democratizado la comunicación, pero también ha generado una fragmentación del espacio público y una crisis de los mecanismos tradicionales de validación de la información.

En este contexto, la información compite por la atención del usuario en un entorno caracterizado por la sobreabundancia y la velocidad. La lógica económica que subyace a las plataformas digitales —basada en la captación y monetización de la atención— favorece la difusión de contenidos emocionales, simplificados o polarizantes, en detrimento de aquellos que responden a criterios de veracidad o rigor.

Este fenómeno plantea interrogantes esenciales para el Derecho: ¿cómo garantizar la protección de los derechos fundamentales en un entorno comunicativo dominado por actores privados globales?, ¿Qué papel corresponde al legislador en la regulación del espacio público digital?; ¿Y es posible preservar la calidad del debate democrático en un ecosistema informativo caracterizado por la desinformación y la posverdad?

La evolución de la comunicación ha estado estrechamente vinculada a la organización social. Cada transformación tecnológica en los medios de comunicación ha implicado una reconfiguración del poder y de las relaciones sociales.

La invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en el siglo XV supuso un punto de inflexión al permitir la reproducción masiva de textos y la difusión del conocimiento más allá de las élites. Este avance facilitó el surgimiento de la opinión pública moderna y contribuyó a procesos históricos de enorme relevancia, como la Reforma protestante o la Ilustración. Posteriormente, la consolidación de los medios de comunicación de masas en los siglos XIX y XX —prensa, radio y televisión— configuró un modelo basado en la centralización de la emisión y la pasividad del receptor. Este modelo permitía una cierta estructuración del discurso público, aunque también concentraba el poder informativo en manos de un número limitado de actores. La irrupción de Internet ha supuesto una transformación cualitativa del sistema comunicativo. A diferencia de los medios tradicionales, la comunicación digital se caracteriza por:

- Interactividad

- Descentralización
- Escalabilidad global

Las redes sociales han llevado esta lógica un paso más allá al convertir a los usuarios en productores de contenido. Plataformas como Facebook o YouTube han eliminado los costes de entrada, permitiendo la difusión masiva de "información-entretenimiento" sin necesidad de intermediación.

Este proceso de desintermediación presenta ventajas evidentes en términos de democratización del acceso a la información. Sin embargo, también plantea riesgos significativos, especialmente en relación con la calidad y veracidad de los contenidos.

Uno de los efectos más relevantes de la digitalización es la pérdida de autoridad de los intermediarios tradicionales. Los medios de comunicación han visto erosionada su capacidad para estructurar el discurso público, tanto por la competencia de las plataformas digitales, como por la transformación de los hábitos de consumo.

Este fenómeno tiene implicaciones profundas desde el punto de vista democrático. La desaparición de filtros profesionales —periodistas, editores— facilita la circulación de información no verificada y dificulta la formación de una opinión pública informada.

Como ha señalado Manuel Castells, la sociedad contemporánea se configura como una "sociedad red", en la que el poder se articula a través de flujos de información más que de estructuras jerárquicas tradicionales.

La comunicación no solo transmite información, sino que contribuye a la construcción de la realidad social. En este sentido, resulta útil distinguir entre tres niveles de realidad:

- Realidad objetiva (hechos físicos)
- Realidad subjetiva (experiencia individual)
- Realidad intersubjetiva (construcciones colectivas)

El Derecho, la economía o la política pertenecen a este tercer nivel. Su existencia depende de la aceptación colectiva de determinados relatos.

En este contexto, la comunicación se convierte en el principal mecanismo de producción de realidad social.

La capacidad de articular relatos compartidos constituye una forma de poder. Como sostiene Yuval Noah Harari, el éxito de las sociedades humanas radica en su capacidad para cooperar a gran escala mediante la creación de ficciones colectivas.

Los relatos presentan ventajas estructurales frente a la verdad factual:

- Simplificación de la complejidad
- Capacidad de movilización emocional
- Adaptabilidad a distintos contextos

Estas características los convierten en herramientas especialmente eficaces en entornos comunicativos saturados de información.

El concepto de posverdad describe una situación en la que los hechos objetivos tienen menos influencia en la formación de la opinión pública que las emociones o las creencias personales. Este fenómeno no implica la desaparición de la verdad, sino su pérdida de centralidad en el discurso público. La veracidad deja de ser el criterio dominante de valoración de la información, siendo sustituida por su capacidad de generar atención o reforzar identidades.

Siguiendo a Byung-Chul Han, "las fake news son informaciones que pueden ser más efectivas que los hechos. Lo que cuenta es el efecto, a corto plazo, la eficacia sustituye a la verdad. La distinción entre ficción y realidad se torna difusa. Las teorías de la conspiración resisten a la verificación por los hechos, porque son narraciones que, a pesar de su carácter ficticio, fundamentan la percepción de la realidad; por tanto son una relación de hechos. La verdad no hace ruido"

Desde una perspectiva jurídica, la posverdad plantea un desafío significativo: el Derecho tradicionalmente se ha construido sobre la premisa de la existencia de hechos verificables. La erosión de esta premisa dificulta la aplicación de categorías jurídicas clásicas.

Las plataformas digitales utilizan algoritmos que priorizan contenidos en función de su capacidad para generar interacción. Este mecanismo tiende a reforzar las preferencias previas del usuario, creando lo que se conoce como "cámaras de

eco". El resultado es una fragmentación del espacio público en múltiples microesferas informativas, cada una de ellas con sus propios relatos y sistemas de validación. Este fenómeno tiene implicaciones relevantes para el pluralismo informativo y el funcionamiento de la democracia, al dificultar la existencia de un marco común de referencia.

El modelo clásico de democracia deliberativa, desarrollado por Jürgen Habermas, presupone la existencia de un espacio público en el que los ciudadanos pueden intercambiar argumentos de manera racional.

Sin embargo, el entorno digital presenta características que dificultan este ideal:

- Predominio de mensajes breves
- Polarización
- Incentivos a la confrontación

La desinformación constituye una amenaza directa para el funcionamiento de las democracias. A diferencia de la información errónea, la desinformación implica una estrategia deliberada de manipulación.

Las plataformas digitales facilitan la difusión masiva de este tipo de contenidos, amplificando su impacto.

La regulación de la desinformación plantea tensiones con la libertad de expresión. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha establecido que esta libertad protege incluso informaciones que puedan resultar ofensivas o perturbadoras.

No obstante, admite restricciones cuando concurran intereses legítimos, como la protección del orden público o de los derechos de terceros.

Comparto lo que señala Mar España en su libro "Así se somete una sociedad": "vivimos atrapados por la atención involuntaria, que nos lleva a desear todo lo que aparece en nuestras pantallas; una película, un Like, el último producto, cada vez más deseos; más insatisfacción y menos proyectos vitales, menos coherencia y salud en la sociedad. En Internet se lucha para retener la tensión continua de los usuarios y a través de esta atención, conseguir sus datos personales y por lo tanto, una monetización de los mismos"

En el ámbito de la comunicación digital, los más vulnerables son los menores y creo en la necesidad de regular muy seriamente el acceso a las redes sociales a los menores de 16 o 18 años. Como señala adecuadamente Mar España: "Las familias conocen los efectos perjudiciales del consumo de tabaco y alcohol por los menores. A ninguna familia se le ocurriría cuando su hijo o hija cumpla 10 años, regalarle una caja de botellas de alcohol; dejar que duerma con la caja en su habitación y decirle que puede consumir la cantidad que quiera, porque tienen tarifa plana con la bodega y cuando se acabe, reemplaza la caja por otra nueva"

Este mismo razonamiento debe tener su aplicación, al acceso de los menores a la comunicación digital.

El ecosistema comunicativo contemporáneo no puede comprenderse sin atender a su lógica económica subyacente. La digitalización ha dado lugar a un modelo en el que la información deja de ser el producto principal para convertirse en un instrumento al servicio de otro objetivo: la captación de la atención del usuario.

Este cambio supone una ruptura con los modelos tradicionales de medios de comunicación, basados en la venta de contenidos o en la financiación publicitaria asociada a audiencias relativamente estables. En el entorno digital, la competencia se produce en tiempo real y a escala global, lo que obliga a maximizar la permanencia del usuario en la plataforma.

Como consecuencia, los contenidos se diseñan no en función de su valor informativo, sino de su capacidad para generar interacción.

En este modelo, el usuario deja de ser consumidor para convertirse en objeto de explotación económica. Sus datos personales son recogidos, analizados y utilizados para construir perfiles que permiten predecir —y en algunos casos influir— en su comportamiento.

Esta lógica ha sido conceptualizada por Shoshana Zuboff como "capitalismo de vigilancia", caracterizado por:

- Extracción masiva de datos personales
- Conversión de la experiencia humana en datos comercializables
- Uso de algoritmos para modificar comportamientos

Desde una perspectiva jurídica, este modelo plantea importantes tensiones con los principios de protección de datos, en particular con el principio de minimización y la exigencia de consentimiento informado.

Los algoritmos desempeñan un papel central en la configuración del entorno informativo. Son los encargados de seleccionar, priorizar y ordenar los contenidos que recibe el usuario.

Sin embargo, estos sistemas presentan tres problemas fundamentales:

1. Opacidad: su funcionamiento no es transparente
2. Sesgo: pueden reproducir o amplificar prejuicios existentes
3. Falta de control democrático: decisiones con impacto social relevante son adoptadas por sistemas privados

La combinación de estos factores genera un entorno en el que la información se distribuye en función de criterios comerciales más que de interés público.

La Unión Europea ha comenzado a abordar estas cuestiones mediante instrumentos normativos como:

- Ley de Servicios Digitales (LSD)
- Reglamento de Inteligencia Artificial (RIA)

Estas normas introducen obligaciones de:

- Transparencia
- Evaluación de riesgos
- Supervisión de sistemas

No obstante, su aplicación práctica plantea desafíos significativos, especialmente en relación con la auditabilidad de sistemas complejos.

La publicidad ha experimentado una profunda mutación en el ecosistema digital. El modelo tradicional, basado en la identificación clara del mensaje publicitario, ha sido sustituido en gran medida por formas de comunicación más sutiles e integradas. En este contexto, el marketing de influencers, se ha consolidado como una de las principales estrategias comerciales. Su eficacia radica en la per-

cepción de autenticidad y cercanía que generan estos actores en sus audiencias. El ordenamiento jurídico español y también el comunitario, han establecido un conjunto de normas, destinadas a garantizar la transparencia en la comunicación comercial y entre esas normas que prohíben las prácticas engañosas, también se encuentra entre ellas, la que prohíbe la publicidad encubierta.

La publicidad encubierta se produce cuando el consumidor no puede identificar claramente el carácter comercial del mensaje.

En el ámbito de las redes sociales, este fenómeno se manifiesta en publicaciones de influencers, que promocionan productos sin indicar expresamente la naturaleza de su mensaje.

La doctrina administrativa y autorregulatoria han establecido que:

- La identificación debe ser clara, inmediata y comprensible
- No basta con menciones ambiguas o poco visibles

En el ecosistema digital intervienen múltiples sujetos:

- Anunciantes
- Influencers
- Plataformas

La tendencia normativa apunta hacia una responsabilidad compartida, con especial énfasis en:

- Deberes de diligencia
- Transparencia
- Protección del consumidor

Los denominados "patrones oscuros" constituyen técnicas de diseño destinadas a influir en el comportamiento del usuario de forma engañosa o manipuladora.

Ejemplos:

- Dificultad para cancelar suscripciones
- Botones engañosos
- Consentimientos forzados

Estas prácticas pueden ser calificadas como:

- Prácticas comerciales desleales
- Vulneraciones del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)
- Infracciones en materia de consumo

La normativa europea está avanzando hacia una regulación más estricta de estas prácticas, especialmente en el marco de:

- Ley de Servicios Digitales (LSD)
- Legislación de consumo digital

La regulación de la publicidad digital exige equilibrar:

- Libertad de empresa
- Protección del consumidor
- Transparencia informativa

El Derecho europeo utiliza la figura del "consumidor medio" como parámetro de evaluación.

Este concepto implica:

- Nivel medio de información
- Atención razonable
- Capacidad crítica limitada

El entorno digital amplifica riesgos tradicionales:

- Mayor capacidad de segmentación
- Personalización extrema
- Difuminación de límites entre contenido y publicidad

La economía de la atención y la transformación de la publicidad constituyen dos de los elementos centrales del nuevo ecosistema comunicativo. Ambos fenómenos están profundamente interrelacionados: la necesidad de captar la atención impulsa la evolución de la comunicación comercial, hacia formas cada vez más integradas y menos transparentes.

Desde una perspectiva jurídica, el principal desafío consiste en adaptar las categorías tradicionales —publicidad, consumidor, engaño— a un entorno caracterizado por la complejidad tecnológica y la innovación constante.

La desinformación constituye uno de los fenómenos más complejos del ecosistema comunicativo contemporáneo. A diferencia de la simple inexactitud informativa, la desinformación implica un elemento intencional: la difusión deliberada de contenidos falsos o engañosos con el objetivo de influir en la opinión pública.

Desde una perspectiva jurídica, esta distinción es relevante, ya que no toda información incorrecta puede ser objeto de sanción sin afectar a la libertad de expresión. El Derecho debe diferenciar entre:

- Error o negligencia informativa
- Opinión subjetiva
- Manipulación intencional

La dificultad radica en la prueba de la intención y en la delimitación de los límites entre estas categorías.

La desinformación afecta directamente a los procesos democráticos al alterar los mecanismos de formación de la opinión pública. En particular:

- Distorsiona el debate político
- Polariza a la sociedad
- Reduce la confianza en las instituciones

Este fenómeno se ve amplificado por la arquitectura de las plataformas digitales, que favorecen la viralización de contenidos emocionales frente a aquellos basados en datos verificables.

La Unión Europea ha adoptado un enfoque gradual en la lucha contra la desinformación, combinando:

- Instrumentos de autorregulación
- Normativa vinculante
- Políticas públicas

Entre las iniciativas más relevantes destacan:

- Código de Buenas Prácticas contra la Desinformación (2022)
- Plan de Acción para la Democracia Europea
- Ley de Servicios Digitales (LSD)

La LSD introduce obligaciones específicas para las plataformas, especialmente aquellas de gran tamaño, en materia de:

- Evaluación de riesgos sistémicos
- Transparencia
- Mitigación de la desinformación

La regulación de la desinformación debe conciliarse con la protección de la libertad de expresión, consagrada en el artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos.

El Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha desarrollado una doctrina consolidada según la cual la libertad de expresión protege no solo las informaciones veraces, sino también aquellas que "ofenden, chocan o inquietan".

No obstante, esta libertad no es absoluta. El Tribunal admite restricciones cuando:

- Estén previstas por la ley
- Persigan un fin legítimo
- Sean necesarias en una sociedad democrática

El reto consiste en evitar que la lucha contra la desinformación derive en mecanismos de censura o control excesivo del discurso público.

El régimen jurídico de las plataformas digitales en Europa ha evolucionado desde la Directiva 2000/31/CE, que establecía un sistema de responsabilidad limitada basado en el principio de "mera intermediación".

Este modelo ha sido revisado en profundidad con la aprobación de nuevas normas:

- Ley de Servicios Digitales (LSD)

- Ley de Mercados Digitales (LMD)

La LSD constituye el pilar central de la regulación europea del entorno digital. Sus objetivos principales son:

- Proteger a los usuarios frente a contenidos ilícitos
- Garantizar la transparencia de las plataformas
- Reducir riesgos sistémicos

Entre sus principales innovaciones destacan:

- Obligaciones reforzadas para grandes plataformas
- Sistemas de notificación y retirada de contenidos
- Transparencia en algoritmos y publicidad

El LMD se centra en la dimensión económica del ecosistema digital, regulando a las grandes plataformas ("gatekeepers"). Sus objetivos incluyen:

- Evitar prácticas anticompetitivas
- Garantizar la interoperabilidad
- Limitar el abuso de posición dominante

El reciente Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación introduce un marco destinado a:

- Proteger la independencia editorial
- Garantizar el pluralismo
- Regular la relación entre plataformas y medios

Este instrumento refleja la creciente preocupación por la sostenibilidad del ecosistema mediático en la era digital.

La inteligencia artificial representa una nueva fase en la evolución de la comunicación. A diferencia de las plataformas tradicionales, los sistemas de inteligencia artificial (IA) no se limitan a distribuir información, sino que la generan, sintetizan y priorizan.

Esto implica un cambio estructural:

- Reducción del papel de los medios tradicionales
- Aumento del poder de los sistemas algorítmicos
- Transformación del acceso a la información

El uso de IA en buscadores y asistentes digitales ha provocado:

- Incremento de respuestas sin clic
- Reducción del tráfico a medios
- Dependencia de plataformas tecnológicas

Este fenómeno plantea interrogantes sobre la viabilidad económica del periodismo.

El Reglamento de Inteligencia Artificial (RIA) establece un marco basado en el nivel de riesgo de los sistemas.

Entre sus previsiones más relevantes destacan:

- Obligación de transparencia en contenidos generados por IA
- Regulación de sistemas de alto riesgo
- Prohibición de determinadas prácticas

Los deepfakes constituyen uno de los principales riesgos asociados a la IA. Se trata de contenidos generados o manipulados que pueden simular la realidad de forma convincente.

Desde el punto de vista jurídico, plantean problemas en relación con:

- Derecho a la propia imagen
- Protección del honor
- Desinformación

El Reglamento de IA exige que estos contenidos sean claramente identificados como tales.

La atribución de responsabilidad en el ámbito de la IA es una de las cuestiones más complejas del Derecho contemporáneo.

Los posibles sujetos responsables incluyen:

- Desarrolladores
- Proveedores
- Usuarios

La tendencia normativa apunta hacia un modelo de responsabilidad compartida basado en:

- Deberes de diligencia
- Evaluación de riesgos
- Transparencia

El ecosistema digital está dominado por un número reducido de grandes plataformas que controlan:

- El acceso a la información
- La distribución de contenidos
- La monetización

Esta concentración plantea problemas desde la perspectiva de:

- Competencia
- Pluralismo
- Soberanía digital

La regulación del entorno digital se caracteriza por un modelo híbrido en el que coexisten:

- Normas públicas
- Mecanismos de autorregulación
- Políticas internas de plataformas

Este modelo genera tensiones en términos de legitimidad y control democrático.

La evolución normativa apunta hacia la configuración del espacio digital como un ámbito sujeto a reglas específicas, equiparable en ciertos aspectos al espacio público tradicional.

Esto implica reconocer que:

- La comunicación digital tiene relevancia estructural
- Requiere garantías jurídicas específicas
- No puede quedar exclusivamente en manos privadas

La desinformación, la inteligencia artificial y la concentración de poder en plataformas constituyen tres ejes fundamentales del nuevo ecosistema comunicativo.

Estos fenómenos están interrelacionados y plantean desafíos complejos para el Derecho, que debe adaptarse a un entorno dinámico sin comprometer los principios fundamentales del Estado de Derecho.

En el contexto de la economía de la atención y del capitalismo de vigilancia, la protección de datos personales adquiere una dimensión estructural. No se trata únicamente de garantizar la privacidad individual, sino de preservar el equilibrio de poder entre usuarios, empresas y Estados.

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) constituye el eje central del modelo europeo, configurando un sistema basado en el control del individuo sobre sus datos personales.

Sus principios fundamentales —licitud, transparencia, minimización, limitación de la finalidad y responsabilidad proactiva— establecen un marco normativo que pretende limitar los excesos del modelo económico digital.

Uno de los elementos más problemáticos del RGPD es el consentimiento como base legitimadora del tratamiento de datos. En la práctica, el consentimiento en entornos digitales presenta importantes déficits:

- Complejidad de la información
- Falta de alternativas reales
- Asimetría entre usuario y plataforma

Esta situación cuestiona la efectividad real del consentimiento como instrumento de control.

El derecho al olvido constituye uno de los instrumentos más relevantes para garantizar el control sobre la identidad digital.

El derecho al olvido no nace como categoría autónoma clásica, sino como evolución del:

- Derecho a la protección de datos
- Derecho al honor, intimidad y propia imagen
- Derecho a la dignidad (art. 10 CE en España)

La regulación en la Unión Europea del Derecho al olvido está positivizado en el Artículo 17 del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

Su contenido esencial es que el interesado tiene derecho a obtener del responsable la supresión de sus datos personales sin dilación indebida cuando concurra alguna de estas circunstancias:

1. Datos ya no necesarios
2. Retirada del consentimiento
3. Oposición al tratamiento
4. Tratamiento ilícito
5. Cumplimiento de obligación legal
6. Datos obtenidos en servicios de la sociedad de la información a menores

El derecho no es absoluto. El propio RGPD establece excepciones:

- Libertad de expresión e información
- Cumplimiento de obligación legal
- Interés público (salud, investigación, archivo)
- Ejercicio o defensa de reclamaciones

Aquí surge el conflicto estructural entre el Derecho al olvido vs libertad de información

La doctrina establecida por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos, reconoce:

- El derecho a la desindexación de resultados en buscadores
- La necesidad de ponderar derechos en conflicto
- La relevancia del interés público

El Tribunal Supremo de España ha desarrollado esta misma doctrina, en diversas resoluciones, estableciendo criterios como:

- Relevancia pública de la información
- Carácter actual o histórico de los datos
- Proporcionalidad del tratamiento

El derecho al olvido no implica la eliminación de la información en origen, sino la limitación de su accesibilidad.

El conflicto entre privacidad y libertad de información ha constituido siempre, uno de los ejes clásicos del Derecho de la comunicación.

En el entorno digital, este conflicto se intensifica debido a la persistencia de la información, a su accesibilidad global y a la dificultad de control.

La solución pasa por una ponderación caso por caso, en línea con la doctrina constitucional y europea.

El análisis desarrollado a lo largo de este trabajo permite identificar una serie de transformaciones estructurales:

- De la mediación a la desintermediación
- De la información como bien a la atención como recurso
- De la verdad como criterio, a la viralidad como valor

Estas transformaciones afectan directamente a la configuración del poder en las sociedades contemporáneas.

El Derecho de la comunicación se enfrenta a la insuficiencia de sus categorías clásicas, para abordar fenómenos como:

- Algoritmos

- Inteligencia artificial
- Plataformas globales

Conceptos como “medio de comunicación”, “editor” o “responsabilidad” requieren una reinterpretación en el nuevo contexto digital.

Uno de los principales retos es la conceptualización del espacio digital como un espacio público jurídicamente relevante.

Esto implica:

- Reconocer su función estructural
- Garantizar derechos fundamentales
- Establecer mecanismos de control

La comunicación en el siglo XXI se sitúa en el centro de las dinámicas de poder, constituyendo el principal campo de disputa en las sociedades contemporáneas.

La digitalización ha generado un entorno caracterizado por la abundancia de información, pero también por la dificultad de distinguir entre verdad, opinión y manipulación. La emergencia de la economía de la atención, la proliferación de la desinformación y el desarrollo de la inteligencia artificial han alterado profundamente los mecanismos de formación de la opinión pública.

Desde una perspectiva jurídica, el principal desafío consiste en adaptar el ordenamiento a este nuevo contexto sin comprometer los principios fundamentales del Estado de Derecho. La regulación del ecosistema digital debe equilibrar:

- Innovación tecnológica
- Libertad de expresión
- Protección de derechos fundamentales

No conviene siempre actuar frente a una mentira o bulo. La respuesta jurídicamente adecuada es estratégica y selectiva, basada en una ponderación de riesgos (reputacionales, probatorios y de amplificación) y de viabilidad jurídica.

Una reacción mal calibrada, "legitima" el tema; introduce el contenido en agenda pública y además una acción jurídica agresiva, puede percibirse como censura, abuso de posición dominante y falta de transparencia

La Unión Europea ha asumido un papel protagonista en este proceso, desarrollando un marco normativo ambicioso. Sin embargo, la eficacia de estas normas dependerá de su aplicación práctica y de su capacidad para adaptarse a un entorno en constante evolución.

En última instancia, la cuestión central no es tecnológica, sino normativa y política. Se trata de definir qué modelo de comunicación queremos para nuestras sociedades y qué papel debe desempeñar el Derecho en su configuración.

La preservación de la democracia en el siglo XXI dependerá, en gran medida, de nuestra capacidad para construir un ecosistema comunicativo que garantice la pluralidad, la veracidad y el respeto a los derechos fundamentales.

Bibliografía:

- *La Digitalición y la crisis de la Democracia*. Infocracia. Byung-Chul Han. Edit. Taurus
- *Nexus. Una breve história de las Redes de Informacion desde la Edad de Piedra hasta la IA*. Yuval Noah Harari. Edit. Debate.
- *No cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Byung-Chul Han. Edit. Taurus
- *Así se somete a una sociedad*. Mar España. Roca Editorial.
- *Igualdad. Qué es y por qué importa*. Thomas Piketty. Michael J Sandel. Edit. Debate
- *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad.* Franco "Bifo" Berardi. Caja Negra Editora.
- *Breve Tratado sobre la Estupidez Humana*. Ricardo Moreno Castillo. Fórcola Ediciones.

Nota biográfica:

Ricardo Pérez-Solero Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, fundó, en 1976, Estudio Legal de Comunicación, un despacho especializado en el derecho de la comunicación y la publicidad, propiedad intelectual y competencia desleal.

Entre sus clientes figuran agencias de publicidad nacionales y multinacionales, anunciantes, agencias de producción, productoras de cine y televisión, empresas de comunicación, asociaciones e instituciones.

A finales de los ochenta participó activamente en la elaboración y aprobación entre otras, de la Ley General de Publicidad y fue también Director del Gabinete del Ministro de Obras Públicas.

Durante más de dos décadas ejerció como profesor de Derecho de la Comunicación en ESIC.

Es conferenciante habitual sobre el Derecho de la Propiedad Intelectual; el Derecho de la Publicidad y de la Competencia Desleal.

Su despacho es el representante español en Adlaw International, una red que integra a despachos especializados en estas áreas de más de cuarenta países.

CUADERNOS DE U.M.E.R.

Nos. 1 al 111 agotados. Pueden consultarse en la página web www.umer.es

Nº 112: "A telón abierto. Dramaturgos de ahora mismo: Alfredo Sanzol, Carolina Áfria y Ramón Paso". Juan Carlos Talavera Lapeña.

Nº 113: "Historia de la caricatura en el primer tercio del siglo XX". Alfredo Liébana Collado.

Nº 114: "Memoria de la Universidad de Mayores Experiencia Recíproca (Umer) 2014-2019". Umer.

Nº 115: "El nuevo mundo de Alexander Humboldt". Santiago Barahona.

Nº 116: "Breve Antología de poesía en castellano". Víctor Agramunt Oliver.

Nº 117: "Vivir sanamente la soledad", Alejandro Rocamora Bonilla.

Nº 118: "Ciudades poco amigables con las personas mayores: el malestar ambiental de la ciudad", Blanca Tello Ripa.

Nº 119: "Galdós (1843-1920), entre la Literatura y la Historia", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 120: "La obra literaria de Galdós en imágenes", María de los Ángeles Rodríguez Sánchez.

Nº 121: "Personas mayores y COVID-19: más que cifras", Loles Díaz Aledo.

Nº 122: "Mujeres con pasado. Aspectos de la presencia femenina en la historia", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 123: "España se seca, el desierto avanza", Blanca Tello Ripa.

Nº 124: "Galdós y el teatro", Juan Carlos Talavera Lapeña.

Nº 125: "Los sentimientos en tiempos de pandemia", Alejandro Rocamora Bonilla.

Nº 126: "Los Comuneros de Castilla: cinco siglos entre el mito y la historia", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 127: "El Paseo del Prado, Patrimonio de la Humanidad", Fidel Revilla González.

Nº 128: "Nutrición y dieta: qué sabemos", Jorge Jordana

Nº 129: "Hechos y dichos. Las palabras de la Historia", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 130: "Una mirada poliédrica a Las Meninas", Rosa Mª Valdivia Carrión.

Nº 131: "Aproximación a las demencias en el siglo XXI", Miguel A. García Soldevilla.

Nº 132: "La huella de la historia en la obra y vida de Federico García Lorca", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 133: "Pilar de Valderrama, la Guiomar de Antonio Machado", María Dolores Ramírez Ponferrada.

Nº 134: "El cementerio civil de Madrid, un archivo de historia al aire libre", Daniel Galán García.

Nº 135: "De la Psiquiatría a la Salud Mental", José Jaime Melendo/Sol Gómez Arteaga.

Nº 136: "Maestras y profesoras en el exilio", Alfredo Liébana Collado

Nº 137: "Etiopía, un país africano singular y sorprendente", Ramón Capote del Villar/Meaza Tsige Beyene.

Nº 138: "Entre lunas y puñales. Recital poético flamenco. En recuerdo a Federico García Lorca", Isabel Andrés/ Anabel Silva/Derek Giles.

Nº 139: "¿Unas finanzas al servicio de los mercados o de las personas?", Ricardo García Zaldívar.

Nº 140: "Franz Kafka (1924-2024) Cien años de una obra actual", Fernando Sánchez-Beato Lacasa.

Nº 142: "Ensimismamiento en La montaña mágica a los cien años de su publicación (1924 – 2024)", Fernando Sánchez-Beato Lacasa.

Nº 143: "Historia y presente. Una mirada al mundo de entreguerras (1919-1939)", Feliciano Páez-Camino Arias.

Nº 144: "La comunicación en el siglo XXI: poder, regulación y crisis de la verdad en el entorno digital", Ricardo Pérez-Solero Puig.

La Universidad de Mayores Experiencia Recíproca (U.M.E.R.) es una entidad estrictamente cultural, independiente de todo credo político o religioso (Art. 4 de sus Estatutos), organizada por profesores jubilados y personalidades de la cultura, con sede en Madrid y de ámbito estatal, cuyos fines son :

— Transmitir a los mayores con curiosidad intelectual, y a los que sin ser jubilados lo deseen, la experiencia acumulada en la vida docente, poniéndola al servicio de la sociedad.

— Fomentar la intercomunicación y la tolerancia.

(Declarada de Utilidad Pública el 1 de marzo de 2007)

En colaboración con:



Colección “Cuadernos UMER” nº 144