



## **Posibilidades y límites de la propaganda semántica en la era de las redes sociales: “primavera”, “revolución”, “crisis” o “contrarrevolución” árabe**

*Opportunities and constraints of semantic propaganda in the age of social media: Arab "spring", "revolution", "crisis" or "counterrevolution"*

---

**Sapag, Pablo**

Universidad Complutense de Madrid (UCM)\*

[pvsapag@pdi.ucm.es](mailto:pvsapag@pdi.ucm.es)

**Pérez Rastrilla, Laura**

Universidad Complutense de Madrid (UCM)\*

[lptrastrilla@ucm.es](mailto:lptrastrilla@ucm.es)

### **Forma de citar este artículo:**

Sapag, P. y Pérez Rastrilla, L. (2022). Posibilidades y límites de la propaganda semántica en la era de las redes sociales. “primavera”, “revolución”, “crisis” o “contrarrevolución” árabe. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(Especial), 68-91.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.4>

*\*Integrantes del Grupo de Investigación 940460 “Estrategias persuasivas: propaganda política y de guerra”*

**Resumen:**

Las protestas, cambios de gobierno y conflictos armados en países árabes desde finales de 2010 tienen orígenes y desarrollos tan diversos como esos países entre sí. Ello no impidió que se asociaran a etiquetas homogeneizadoras y pretendidamente explicativas que, sin embargo, respondían a necesidades propagandísticas. De fácil repetición, esas etiquetas se popularizaron en redes sociales, aunque solo lograron imponerse en las narraciones de los hechos cuando penetraron en los medios de comunicación, dando lugar a un fenómeno de propaganda transmedia. A través de la revisión bibliográfica y de estudios de caso exploramos la génesis y recorrido de dos conceptos —primavera y revolución— empleados para clasificar los hechos y proyectarlos positivamente. En una aproximación matizada sobre lo que estaba ocurriendo o como ejercicio de contrapropaganda semántica frente a los anteriores, hemos identificado también las nociones de crisis y contrarrevolución. Recurrimos al análisis cuantitativo, que proporciona datos sobre la presencia y frecuencia de las etiquetas entre enero de 2010 y enero de 2022, como complemento de los análisis de contenido y de discurso, que permiten conocer el contexto y las connotaciones con las que se emplearon. El mayor o menor uso y consolidación de las cuatro etiquetas, en árabe e inglés, revela el poder o la debilidad persuasiva y clasificatoria de esas definiciones de ocasión y el alcance real de unas redes sociales útiles para la agitación, pero ineficaces como agentes de cambios sociopolíticos profundos.

**Palabras clave:** propaganda semántica, primavera árabe, crisis, revolución, contrarrevolución, propaganda transmedia.

**Abstract:**

The street protests, government overthrows and armed conflicts in some Arab countries since 2010 on are as different in both their roots and development as these countries are from one another. Their peculiarities did not prevent them from being labelled with a homogenizing and supposedly explanatory set of tags, which, however, fulfilled propagandistic needs. These easily replicated tags became popular in social media, although only prevailed in the narratives of the unfolding events when they

reached mainstream media. This triggered a phenomenon of transmedia propaganda. Through literature review and case studies we explore the background and evolution of two concepts —spring and revolution— used to categorize the facts and promote them as positive events. In a refined approach to the facts or as semantic counter-propaganda actions, we have also identified the alternative concepts of crisis and counter-revolution. Quantitative analysis, which shows data on the presence and frequency of the tags between January 2010 and January 2022, is a complement to content and discourse analyses that provide insight into the context and meanings with which tags are used. The wider or narrower spread and consolidation of these tags, in Arabic and English, shows the persuasive and categorizing power or weakness of these purposed definitions. It also talks about the real scope of social media, useful for agitation but ineffective tools for deep socio-political transformation.

**Keywords:** Semantic propaganda, Arab Spring, revolution, crisis, counter-revolution, transmedia propaganda.

## 1. INTRODUCCIÓN

Todo proceso que aspire a lograr cambios estructurales requiere de una narrativa propia, de un argumentario que al tiempo que incite esos cambios los promueva tanto entre sus partidarios como hacia fuera con el objetivo de consolidarlos y, en definitiva, legitimarlos (Wasserman, 2019, p.18). Para ello se recurre a los principios básicos de la propaganda: la transfusión, el enemigo único y el carácter sagrado de la causa propia frente a la del adversario/enemigo (Pizarroso, 1993, p. 35). Para plasmar esos principios inspiradores en mensajes, las técnicas más utilizadas son la simplificación y la orquestación (Domenach, 1986, pp. 59-66). Para lo primero la propaganda semántica resulta imprescindible. Para lo segundo, lo relevante es la elección adecuada de los medios por los que circula el mensaje.

En el caso de los sucesos que estallaron en algunos países árabes a finales de 2010 y cuyas consecuencias se prolongaron por más de una década en forma de inestabilidad política, caos económico, disturbios e incluso conflictos armados, el uso de etiquetas

totalizadoras resultó clave para presentar esos hechos en términos positivos. Al ser fenómenos registrados en algunos países de la geoestratégicamente relevante región de Oriente Medio, hay que considerar que en la construcción de interesadas definiciones semánticas sobre lo que estaba ocurriendo participaron no solo actores locales, también agentes foráneos que deliberadamente moldeaban los hechos de acuerdo a sus propios y variados objetivos geopolíticos (Conde, 2017 y Sapag 2019, pp. 87-202).

Aquellos a quienes beneficiaba la desestabilización de la región, primero, y su lineamiento de acuerdo a sus propios intereses, después, presentaron lo ocurrido en Túnez, Libia, Egipto, Yemen, Siria y, en menor medida, Bahrein (al ser aliado de EE UU, la etiqueta se usó menos) como algo homogéneo y positivo llamado “primavera árabe”.

La aceptación y validación de la etiqueta, sin embargo, depende de si la aproximación a ella se hace desde presupuestos occidentales o desde la perspectiva de los países afectados. En estos últimos, y no solo entre defensores del *statu quo*, también entre partidarios de cambios radicales, la expresión “primavera árabe” nunca cuajó. Primero porque respondía a una forzada construcción exterior y, en segundo lugar, porque la vivencia en directo de procesos que incluyen violencia conduce a descripciones más matizadas, por temerosas, o definitivamente más radicales. La invocación “primavera” resultaba tan ingenua o revolucionariamente subjetiva (Elseewi, 2011) como vacía de contenido para quienes vivían la realidad y para quienes querían proyectar que las reclamaciones iban más allá de una expresión de malestar tan real como difuso, como demuestran la variedad de demandas, algunas de ellas contradictorias entre sí, y el frustrante desencanto (Yildirim y McCain, 2019) con una primavera que devino en invierno (King, 2020). Así, la utilidad de la etiqueta para proyectar en positivo esos procesos hacia fuera podía no valer del todo para el interior de los países afectados. En el diseño de una estrategia de comunicación efectiva es imprescindible considerar a los receptores (Lasswell, 1948). En política internacional eso exige mensajes diferenciados para públicos nacionales y foráneos.

## 2. MARCO TEÓRICO: “PRIMAVERA” Y “REVOLUCIÓN” COMO ARTEFACTOS DE PROPAGANDA SEMÁNTICA

Definimos propaganda semántica como aquella sostenida en el uso y abuso de un término que se emplea con un significado intencionadamente alternativo con la finalidad de modificar la percepción de los acontecimientos. Esta técnica resulta clave en la manipulación cognitiva (van Dijck, 2006, pp. 55-57) al distorsionar la comprensión de aquello que define. La efectividad de la propaganda semántica existe cuando el término es empleado cotidianamente, cuando el significado moldeado de acuerdo a necesidades propagandísticas es aceptado mayoritariamente y utilizado por actores relevantes en la configuración de los discursos, como medios de comunicación, académicos o políticos.

Por la naturaleza de su uso normalizado, cuando la táctica es exitosa, su carga ideológica persuasiva o intencionalidad política resultan imperceptibles para la mayoría. Al usarlos inadvertidamente, la audiencia termina convirtiéndose en propagandista. Logra así el emisor original multiplicar el número de emisores en un ejercicio clásico de subpropaganda, en el que el receptor deviene indirectamente en propagandista (Ellul, 1973, p. 61).

La literatura científica ha identificado el origen de la etiqueta “primavera” para referirse a los hechos ocurridos en países árabes desde finales de 2010. Joseph Massad (2011) lo atribuye a *Foreign Affairs*, la influyente revista estadounidense de política exterior. No obstante, ese y otros autores (Brownlee y Ghiabi, 2016) recuerdan que el término ya fue utilizado durante la Guerra Fría. Así, por ejemplo, se habló de “Primavera de Praga”, para calificar positivamente un movimiento que se presentó como democratizador, en el sentido liberal estadounidense del término, aunque algunos de los implicados no procedían de esa tradición ni tenían claro que ese fuera el modelo a seguir tras un proceso tan complejo como determinado por fuerzas internas y externas (Williams, 1997). En la Posguerra Fría, el término continuó empleándose. En enero de 1999, Madeleine Albright, entonces secretaria de Estado de EE.UU., aludió a la “prematura llegada de la primavera a Kosovo” (Judah, 2000, p. 194) para referirse a la masacre de Raçak, en la que unas cuarenta personas fueron asesinadas en

circunstancias nunca aclaradas. A pesar de ello, Raçak se empleó política y mediáticamente para justificar un ultimátum a Yugoslavia, convirtiéndose, según el entonces primer ministro británico Tony Blair, en determinante para el posicionamiento de la comunidad internacional (Pérez Rastrilla, 2017, p. 112).

Con el estallido de las revueltas y otros sucesos violentos en algunos países árabes se reflató un concepto tan simplificador como culturalmente transversal y propagandísticamente funcional. Todas las culturas asocian la primavera con un renacer, la esperanza de tiempos mejores, la fertilidad y la vida. Difícilmente los árabes han encontrado eso. Como señalan Robinson y Merrow (2020), “los levantamientos conocidos como primavera árabe produjeron modestas ganancias políticas, sociales y económicas para los habitantes de la región. Sin embargo, encendieron una violencia horrorosa y duradera, desplazamientos masivos y empeoraron la represión en algunas partes de la región”.

Pese a ello, el término sigue vigente, no solo en ámbitos mediáticos y políticos, espacios más permeables a la propaganda, sino también en la academia. Así y con motivo del décimo aniversario del comienzo de dichos sucesos, se organizaron eventos académicos cuyos títulos invariablemente incluían la expresión “primavera árabe”. En ese sentido y dada su capacidad de penetración, podemos concluir que la etiqueta ha sido exitosa propagandísticamente; tanto que sirvió para validar retrospectivamente la invasión de Iraq, en 2003, considerada, incluso, “la primera primavera árabe” (Hamid 2011). Independientemente de la adecuación de la clasificación de acontecimientos tan diversos y extendidos en el tiempo, es relevante apuntar que partidarios y detractores (Maass 2013) de la controvertida expresión (Massad 2011; Salt 2012; Shihade 2012; Brownlee y Ghiabi 2016) están de acuerdo en la génesis, desarrollo y consolidación de dicha fórmula semántica.

En la categorización de estas revueltas también se ha identificado el término “revolución” como sinónimo o alternativa a “primavera” (Touzeil-Divina, 2012). Del mismo modo, el vocablo se empleó con fines propagandísticos para la legitimación de esos acontecimientos. En este caso, el mecanismo persuasivo que se puso en marcha los relacionó con hechos históricos con connotaciones positivas: valentía,

heroicidad, libertad o democratización. Un ejemplo de ello es la Revolución Francesa (Baczko, 1999, pp. 15-20; 39-46; Pizarro, 2003, p. 487), evocada ocasionalmente como proceso homólogo.

La puesta en relación de hechos que no corresponden a la misma categoría histórica, política ni sociológica a través de un término concreto vacía de contenido (Laclau, 2015, pp. 85-86) o distorsiona el término (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 2009, p. 400; Hart, 2017). Una vez aceptado y extendido el uso alternativo al tradicional, el mismo significante se convierte en instrumento propagandístico.

Según el significado tradicional de revolución, difícilmente podemos categorizar los sucesos en los países árabes como revolucionarios. Sería más apropiado hablar de estallidos de violencia o revueltas, ya que, independientemente de los medios empleados, una revolución implica sustituir un orden social por otro (Cammaerts, 2013, p. 27). Es un proceso en el que, necesariamente, debe existir un grupo oprimido que desafía al grupo opresor dominante de un sistema rígido (Calvert, 1970, p. 4), del que el primero es marginado. El resultado de una creciente presión por parte del grupo dominado acaba en la caída del sistema y la ruptura del orden social anterior. Lo que provoca episodios violentos en cualquier proceso revolucionario son los ataques a las estructuras de poder hegemónicas y la resistencia de éstas. La destrucción del sistema y la ausencia temporal de estructuras da lugar al caos y al desorden hasta la configuración de una nueva infraestructura institucional fundada en un nuevo orden. Serían ejemplos de revoluciones las americanas que acompañaron a las independencias, la Revolución Francesa o la Soviética.

Tampoco corresponde hablar de revolución pasiva en el caso de las revueltas árabes. La noción, propuesta por Gramsci (1981, tomo1, p. 106), implica que el sistema social imperante no desaparece, sino que se adapta para sobrevivir a través de transformaciones dentro del sistema capitalista —así es en al menos dos de los usos que da Gramsci al concepto (Roccu, 2017)—, que permiten la permanencia de las clases dominantes y el alivio del malestar existente como consecuencia del agotamiento del sistema anterior. El éxito de una revolución pasiva depende de que grupos avanzados de la clase dirigente logren incorporar a su proyecto a una parte de

las clases dominadas inconformes y, parcialmente, sus elementos programáticos, pero siempre quedando en posición subalterna (Losurdo, 1997, p. 155). La revolución pasiva implica que su adhesión se proyecte como un éxito común a todos los grupos oprimidos con la finalidad de aplacar las manifestaciones de malestar (Gramsci, 1981, Tomo 3, p. 231; tomo 1, p. 106; tomo 5, p. 387). Ejemplos de revolución pasiva serían la transición en Sudáfrica (Satgar, 2008) o la perestroika en la URSS (Simon, 2010).

La revolución banal de Cammaerts (2013) se adecúa mejor a las revueltas árabes. La define como el acontecimiento que culmina “el vaciado del significante, a través de la apropiación de la revolución por el discurso neoliberal y los intereses capitalistas”. Cammaerts añade la presencia de la tecnología en este proceso como una prueba de progreso, quedando el término revolución tan alejado del significado tradicional y absorbido por el marco neoliberal, que podría “incluso utilizarse como una marca rebelde para una cadena de bares de moda” (Cammaerts, 2013, p. 28).

En su noción de revolución banal, Cammaerts recoge, además de la supervivencia del sistema, en primer lugar, la idea de absorción y aprovechamiento del término con connotaciones únicamente propagandísticas —frente a una agenda de cambio político concreto existente en revoluciones tradicionales y pasivas—; en segundo lugar, la superficialidad de los cambios, limitándose, prácticamente, a una campaña de *marketing*, y, en tercer lugar, el papel de la tecnología. Así, en la revolución banal, la designación de los hechos como “revolución” se convierte en una técnica propagandística sostenida en la manipulación semántica. Se emplea “revolución” con el fin de obtener las connotaciones positivas necesarias para legitimar los hechos que tienen lugar mediante la puesta en relación con su significado original, pero en disonancia con la naturaleza de los hechos que describe.

Esta técnica propagandística genera una subversión intencionada de los vocablos, vaciándolos de su significado original o tradicional para otorgarles uno nuevo. Los límites ineludibles de cualquier significación implican que el nuevo significado nunca será neutral (Laclau, 2015, pp. 86-87), es decir, que se hace al servicio de necesidades políticas o ideológicas. Así, la “revolución”, prácticamente en el modo en que Barthes analiza la formación del mito, se convierte en la mitificación del



activismo digital para que pueda ser empleado como instrumento ideológico (Barthes, 2008, p. 208, pp. 219-223).

### **3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

En la investigación se plantean dos objetivos principales. En primer lugar, conocer el éxito o no en la extensión de etiquetas que tienen como finalidad presentar los acontecimientos estudiados en un sentido específico. De este objetivo se ha derivado el análisis de la utilidad de la propaganda semántica —técnica detectada en la configuración de las etiquetas—, para la extensión de una percepción determinada. El segundo objetivo es analizar el papel de la tecnología en la evolución de los acontecimientos y en la circulación y aceptación de las etiquetas, de modo que se pueda comprobar en qué medida se cumplen los parámetros recogidos en la noción de revolución banal de Cammaerts (2018).

El primer paso para la operacionalización de las etiquetas ha sido una revisión inicial de la bibliografía, publicaciones seriadas generalistas, académicas y sitios web para identificar los términos empleados en la calificación de los acontecimientos estudiados. Se han examinado contenidos en lengua árabe e inglesa, esta última se ha tenido en cuenta por su monopolizadora producción mediática y académica. Con la finalidad de determinar si se trataba de denominaciones comunes, la relevancia de su uso y la extensión del fenómeno, se dio paso a una fase de investigación cuantitativa. En esta etapa se han seleccionado, en el tipo de documentos señalados anteriormente, las denominaciones más repetidas para designar los acontecimientos, considerando los resultados obtenidos en el buscador generalista Google y el especializado Google Scholar. El intervalo de búsqueda está comprendido entre enero de 2010 —comienzo de las revueltas— y enero de 2022. Así, de acuerdo a los criterios indicados, se han identificado tres posibilidades definitorias alternativas a “primavera”: “revolución”, “crisis” y “contrarrevolución”.

Un segundo nivel de análisis cualitativo ha permitido comprobar si las publicaciones en medios generalistas corresponden a medios árabes o a las versiones en árabe de medios en inglés y en alguna otra lengua con cierta presencia mediática, como el

francés, dados los intereses geopolíticos de Francia. Esta fase ha resultado imprescindible para conocer si el uso de una determinada etiqueta tenía su origen en actores locales o externos y, de este modo, saber si la procedencia de los emisores es una variable relevante para la popularización de una etiqueta u otra.

En una tercera fase, se ha procedido a un análisis discursivo con el que se ha podido profundizar en el significado de cada una de las etiquetas con la finalidad de poder conocer su función como instrumentos de propaganda semántica. Recurriendo a esta metodología se han explorado las connotaciones de los cuatro códigos identificados, analizando la evolución histórica de su significado, su consideración actual y el contexto textual en el que se han empleado en el presente.

Finalmente, se ha examinado la variable tecnológica, que define la naturaleza de la revolución banal, y su impacto en la configuración de un relato propagandístico. Para ello se ha analizado el rol del factor tecnológico en el origen y evolución de los acontecimientos y los patrones de uso de las etiquetas en redes sociales y su extensión a medios tradicionales. Para acabar, se ha expuesto una relación explicativa, apoyada en bibliografía especializada, sobre el éxito de las etiquetas en el discurso y las limitadas, incluso en ocasiones nulas, transformaciones políticas reales.

#### **4. RESULTADOS**

Las etiquetas semánticas empleadas revelan la controversia interna que la simplificadora pero abrumadora de “الربيع العربي / primavera árabe” silenciaba. El buscador generalista de Google arroja 36.600.000 entradas para la fórmula “primavera árabe” en lengua árabe. Un análisis cualitativo de los sitios en los que aparece revela, no obstante, que en gran medida corresponden a ediciones en árabe de medios occidentales o a traducciones de publicaciones en inglés, que ostenta un dominio absoluto en Internet. Las posibilidades de designación alternativa basculaban en función del peso otorgado a los factores internos y externos que desencadenaron los sucesos iniciados en 2010.

##### **4.1. “REVOLUCIÓN” COMO CATEGORÍA PARA LA VALIDACIÓN EXTERNA**

Aquellos que en su narrativa propagandística planteaban que lo ocurrido solo respondía a dinámicas internas optaron por el uso de ثورة “zaura”<sup>1</sup>, cuya traducción del árabe ofrece numerosas posibilidades, desde rebelión, conmoción, estallido o levantamiento, al más definitorio y funcional de “revolución”. De ahí que inicialmente fuera de aceptación generalizada. Servía para describir lo que ocurría sin asignarle sentido positivo o negativo, pero también para dar a esos hechos carácter de categoría. De ahí que con las revueltas ya en marcha, pero no resueltas, se incluyera la acepción épica de “revolución” al nombre de organizaciones o a los hechos mismos. Como en Túnez, donde se le denominó “Revolución de Jazmín” o en Egipto donde, antes incluso de la dimisión del presidente Hosni Mubarak, el 11 de febrero de 2011, quienes protestaban designaron lo que ocurría como revolución. En Siria, la llamada Coalición Nacional Siria pasó a llamarse Coalición Nacional para las Fuerzas de la Oposición y la Revolución Siria (CNFORs), en 2012, cuando la violencia estaba desatada y los grupos yihadistas superaban a otras opciones.

La acepción de “zaura” fue la más utilizada por aquellos que veían los sucesos como proceso fundacional y radicalmente rupturista, más allá de una manifestación de malestar con la situación socio económica, la corrupción y las respectivas clases políticas. Aunque nunca pudo desplazar a la etiqueta “primavera”, utilizada hasta hoy por políticos, medios de comunicación y académicos occidentales, la de “revolución” fue adoptada también por algunos observadores y activistas no árabes que con o sin fundamentos (Brownlee y Ghiabi 2016) buscaban validar procesos distintos en sus países, como los movimientos de “indignados” (Shihade, Fominaya y Cox, 2012) protestando en plazas y calles. Es el caso de Occupy Wall Street, en EE.UU., 15-M y Rodea el Congreso, en España, o la “revolución pingüina”, que en Chile definió una protesta estudiantil por la carestía de las matrículas y del transporte colectivo, antecedente del estallido social de octubre de 2019 (Sapag, 2020).

Desde el paternalista, exótico y sensual orientalismo (Said 2015) con el que los occidentales se aproximan a lo árabe y en busca de esa legitimización/proyección

---

<sup>1</sup> Para la etiqueta الثورة العربي (revolución árabe) Google generalista arroja 21.500.000 entradas. Un análisis cualitativo revela su presencia tanto en medios árabes como en las versiones en árabe de medios occidentales. Véase <https://bit.ly/3tiD3vy> Google Scholar muestra 4.410 entradas. Véase <https://bit.ly/36Sjbn> Para “Arab revolution” Google ofrece 71.500.000 resultados. Véase <https://bit.ly/3poMetd> y Google Scholar 185.000. Véase <https://bit.ly/3ppGy2d>

universalista de procesos propios, lo que ocurría en algunos países árabes —donde también se ocuparon plazas, pero en los que hubo mayor violencia—, se llegó a equiparar con la Revolución Francesa. La inmediatez de la propaganda se apropiaba así de categorías que solo pueden validar los historiadores años después. De hecho, y casi en tiempo real, varios autores cuestionaron el uso de la palabra “revolución” en su sentido definitorio y occidentalizante para referirse a los sucesos árabes (Bayat, 2017, 2021). También lo hicieron, incluso, quienes apoyaban esos procesos, sobre todo desde una determinada posición respecto a los problemas regionales (Segal, 2011) o por quienes los veían con preocupación, pero como algo genuino (Momani, 2014).

#### 4.2. NARRATIVAS LOCALES DEFENSIVAS O REIVINDICATIVAS: “CRISIS” Y “CONTRARREVOLUCIÓN”

Para los árabes refractarios al relato revolucionario retroalimentado desde fuera, las alternativas semánticas fueron otras. Primero الأزمة “la crisis”<sup>2</sup>, etiqueta tan imprecisa como funcional a corto plazo para expresar la idea de recuperación de la normalidad anterior a esa indefinida crisis. Dado que en todos los casos la crisis se prolongó, se adoptó la etiqueta ثورة المضادة “zaurat’Imudadati” o “contrarrevolución”<sup>3</sup>. Se defendía así una narrativa local para sostener que los procesos revolucionarios ya habrían existido: aquellos que propiciaron las independencias y de las que resultaron los imperfectos Estados nacionales republicanos árabes (Atassi, 2018, p. 326).

En tal sentido la etiqueta de “contrarrevolución” responde no solo a un ejercicio de contrapropaganda defensiva frente a la de “revolución”, también de reivindicación nacional de lo logrado desde la independencia: reforma agraria, escolarización masiva, incorporación de la mujer al trabajo, etc. Con ello, y a partir del principio de la transfusión propagandística, que apela a los mitos, la historia, las filias y fobias profundas de los receptores (Domenach, 1986, pp. 67-69), se evocaba también al

---

<sup>2</sup> Google generalista arroja un total de 43 millones de resultados para textos en árabe con la etiqueta “crisis”. Véase <https://bit.ly/3HmCQMY> Google Scholar proporciona 4.560. Véase <https://bit.ly/3hty9WY> “Arab crisis” arroja 138 millones de resultados. Véase <https://bit.ly/3HzG6Vy> En Google Scholar aparece 346.000 veces, pero, al igual que en los textos generalistas y a diferencia de lo que ocurre con *spring o revolution*, un análisis cualitativo revela que no se utiliza como nombre propio sino como sustantivo común para referirse a asuntos varios. Por eso consideramos que en inglés, después de “primavera” el término más utilizado es “revolución”, no “crisis”.

<sup>3</sup> Una búsqueda en lengua árabe en Google generalista arroja 122.000 entradas. Véase <https://bit.ly/36HID49> En inglés aparece 4.600.000 veces. Véase <https://bit.ly/3srMOII> En Google Scholar, no obstante, el término solo aparece 169 veces. Véase <https://bit.ly/3K1rEHD> En inglés la etiqueta de “contrarrevolución” arroja 20.700 resultados. Véase <https://bit.ly/33XL2FK>

nacionalismo. Un movimiento muy presente en países que hasta hace apenas unas décadas eran colonias o se encontraban ocupados por potencias occidentales, desde las que ahora se difundían las etiquetas de “primavera” y, en menor medida, “revolución”.

El término “contrarrevolución” llevaba implícita una crítica a las agendas exteriores de control político y económico. A nivel interno, esa narrativa se vio favorecida por la dependencia mediática exterior de los partidarios de los cambios revolucionarios, fuesen reales o puramente propagandísticos (Sapag, 2019, pp. 206-207). Si recibían el apoyo mediático de las antiguas potencias imperiales, lo que se buscaba era una contrarrevolución respecto a lo logrado desde las independencias.

**Tabla 1.** Resultados de la presencia de las etiquetas analizadas en árabe e inglés

Etiquetas	Buscadores	Árabe	Inglés
Primavera árabe	Google	36.000.000	211.000.000
	Google Scholar	1.210	187.000
Revolución	Google	21.500.000	71.500.000
	Google Scholar	4.410	185.000
Crisis	Google	43.000.000	138.000.000
	Google Scholar	4.560	346.000
Contrarrevolución	Google	122.000	4.600.000
	Google Scholar	169	20.700

Fuente: Elaborada por los autores

La etiqueta trascendió el ámbito árabe, aunque un análisis cualitativo de su uso en inglés demuestra que se recurría a este término para criticar a los gobiernos de los países árabes: los contrarrevolucionarios no serían los sublevados, sino los gobiernos de los países implicados. Este disímil uso del término por parte de diferentes emisores evidencia la existencia de agendas paralelas y no coincidentes.

#### 4.3. PROPAGANDA TRANSMEDIA: LAS REDES SOCIALES COMO PROPULSORES SEMÁNTICOS Y SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Débiles y poco organizados políticamente, los sublevados suplieron esas carencias con una intensa y temporalmente bien orquestada propaganda. En Siria y Egipto, como antes en Túnez, amplificaron la resonancia de sus acciones concentrándolas en ciertos días a los que asignaban un eslogan fácilmente utilizable y repetible por los medios. De esa forma se lograba lo que exige la orquestación propagandística: repetir insistentemente un mensaje (Domenach, 1986, pp. 59-66). En la era de Twitter se logra a través de *hashtags* o etiquetas.

Esas acciones se concentraban los viernes, a los que se nombró “Viernes de la Ira” o “De la partida”, para referirse a la exigencia de dimisión del gobernante de turno. El viernes es el día de la oración para los musulmanes y fiesta semanal en algunos países árabes dado el peso cultural que el islam tiene en ellos. En Túnez o Libia organizar las protestas los viernes no implicaba ninguna controversia. Sin embargo, en países como Egipto o Siria, religiosa y culturalmente multiconfesionales, dio a las revueltas un tono partidista y sectario asociado a las respectivas ramas de la Hermandad Musulmana, que históricamente han intentado confesionalizar Estados oficialmente aconfesionales y garantes de la multiconfesionalidad social. Estas particularidades socio políticas explican que en Siria y Egipto la denominación de “contrarrevolución” tuviera más éxito que en otros lugares. Estos matices son relevantes en el diseño de una campaña propagandística que recurre a la transfusión (Domenach, 1986, p. 81), sin embargo, no se tuvieron en cuenta en los discursos occidentales que jaleaban acriticamente a quienes protestaban.

Además de apoyo político, diplomático, financiero y militar, algunas potencias proporcionaron ordenadores, cámaras y teléfonos móviles a los sublevados. Así ocurrió en Siria con los Comités Locales de Coordinación, que copiaron estrategias y tácticas de sus pares en países donde las revueltas estallaron antes.

*De acuerdo al activista político y opositor sirio Radwan Ziadeh, los activistas sirios recibieron ayuda y formación de opositores sirios de la diáspora a través de talleres vía Skype. Muchos blogueros internacionales dedicaron un día en*

*particular, el 24 de junio de 2011, para mostrar su apoyo y solidaridad con el pueblo sirio. Movimientos opositores sirios mantuvieron encuentros en Turquía y cientos de activistas políticos sirios, imposibilitados de poder acudir en persona, participaron a través de vídeo conferencias o chats en vivo utilizando para ello nuevas aplicaciones de Internet como Skype o Yahoo Messenger. También se inspiraron y pudieron aprender de las experiencias de sus pares de Túnez y Egipto. Como en el caso de sus homólogos egipcios, estas flexibles redes de activistas crearon en Siria las condiciones adecuadas para que la propaganda pudiera circular (Khamis et al. 2013, pp. 424-425).*

Algunos gobiernos incluso ofrecieron entrenamiento mediático. Es el caso del programa *Tahdir* (Preparación)-*Masar* (Camino), de la UE y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). En ella participaron medios públicos, como RTVE o la Agencia EFE, y privados, como *El Mundo*, *El País* y *ABC*. Dirigido al Norte de África y Oriente Próximo fue lanzado en 2011 para “asegurar que los participantes profundicen en el papel de los medios de comunicación como instrumentos de cambio social” (AECID, 2016).

Sin embargo, las campañas de ciberpropaganda alentadas y apoyadas exteriormente solo tuvieron influencia real y sostenida fuera de los países afectados y, únicamente, cuando los mensajes circularon por medios convencionales. Varias razones explican ese disímil impacto interior y exterior de las redes sociales como canal propagandístico. La primera, el peso aún muy relativo de Internet en varios países árabes hacia 2010. En Siria, por ejemplo, Grohe (2015) sitúa la penetración de Internet en un 22,5% en 2012. Seis años después, y a nivel general en los países árabes, apenas el 29% de la población usaba Internet. Se usaba un 25% menos que en Europa y un 20% menos que en las Américas. Todo ello, además, con grandes diferencias entre países. En 2018, Egipto presentaba un 43% de penetración de Internet frente al 91% de EAU y el 73% de Arabia Saudí. En cuanto a redes sociales, en 2018, apenas el 20% de la población las usaba. También con grandes diferencias por países: Siria 30%, Egipto 40%, Yemen 8%, Libia 59%, Túnez 62%, Qatar, EAU, Bahrein, Kuwait cerca del 99% y Arabia Saudí 75%.

Más allá de la extensión de Internet en los países afectados, los resultados de las revueltas ponen en duda la eficacia de las redes sociales para el activismo político, algo que ya se planteaban autores como Putnam (2000) en los inicios de Internet y de las redes sociales. En aliados de Occidente, como Arabia Saudí, Qatar o EAU, ambas son muy populares, sin embargo, no hubo revueltas. Esto indica que la comunicación digital y las redes sociales, por sí mismas, no son suficientes para organizar protestas o rebeliones (Hindman, 2009, Shulman, 2005 y 2009). Para Putnam (2000, p.499), el activismo político digital podría, incluso, debilitar el compromiso político sólido.

Morozov (2011, pp. 179-203) expone las limitaciones del activismo digital y la ilusión temporal de contar con millones de defensores de una causa. Este activismo se caracteriza por una rápida extensión desde un punto concreto a numerosos países, alentada por ciberactivistas internos y alimentada desde fuera a través de clics, retuiteando en Twitter o marcando un “Me gusta” en Facebook. Es lo que se conoce peyorativamente como *slacktivism* o activismo vago a distancia. Coleman y Blumler (2009) señalan lo efímero de las campañas digitales y la evasión de cualquier tipo de compromiso político por parte de quienes participan en ellas. También hacen referencia a la desconexión de la actividad digital con la política institucional, lo que significa que el impacto sobre las autoridades políticas o el proceso de decisión puede resultar nulo (2009, pp. 135-138). Asimismo, la movilización basada en una rebelión abstracta y destructiva, en ausencia de un objetivo preciso, hace que sea difícil tomarse en serio este tipo de activismo. El caso de Siria es ejemplo de ello:

*En marzo de 2011 era fácil hacer oposición a través de Facebook; era una gran plataforma accesible para cualquiera que quisiera manifestar su descontento. La página de Facebook “Syrian Revolution” estaba a solo un clic y sus seguidores crecieron rápidamente hasta los 100.000. Sin embargo, la desconexión con la realidad del país afectaba a la propia estructura y composición del grupo. El administrador era un sirio que vivía en Suecia y solo el 35% de aquellos que marcaron un “Me gusta” en la página eran sirios residiendo en Siria. Por lo tanto, no es sorprendente que la asistencia a las manifestaciones programadas fuera baja. Muchos esperaban grandes*



*sentadas en la Plaza de los Omeyas o de los Abasíes cerca del gran estadio. Nunca ocurrió (Alkousaa 2016).*

En estos ejemplos en los que la actividad política quedaba reducida al mundo digital, ni siquiera podemos hablar de reproducción de marcos y repertorios de movilización de hechos revolucionarios con la intención de apropiarse de sus connotaciones heroicas (Beissinger, 2007, p.261). Así, Alkousaa (2016) subraya cómo en Siria la confianza extrema en las nuevas tecnologías juega malas pasadas a quienes promueven movimientos que buscan con protestas cambios en las estructuras de poder:

*En la década de los noventa, antes del advenimiento de las redes sociales, cerca del 70% de los movimientos sociales no violentos tuvieron éxito, mientras esta cifra se ha hundido hasta solo el 30% en la era de Facebook y Twitter. Sin obviar que el éxito del movimiento se depositara prácticamente de manera exclusiva en las redes sociales no fue la única razón por la que el levantamiento en Siria fracasó, sí que se debe considerar como un factor significativo (Alkousaa 2016).*

Cabe preguntarse, entonces, cómo a pesar del limitado efecto interior de las redes sociales pudieron consolidarse política, mediática y académicamente a nivel global las etiquetas de “primavera” y “revolución” frente a las de “crisis” o “contrarrevolución”. Además de la dependencia de países occidentales de muchos activistas, puede deberse a la cada vez mayor complementariedad entre las redes sociales y los medios convencionales de referencia en información internacional, los anglo estadounidenses y, por extensión, los occidentales. Las afinidades ideológicas de los propietarios y las rutinas periodísticas, marcadas por recortes y la producción en serie propia del modelo Murdoch o del “corporate journalism” (Davies, 2008), favorecen la utilización mediática de material circulante en redes. Esta interacción produjo un trasvase de la propaganda en redes a medios convencionales en un proceso que identificamos como de circulación propagandística transmedia<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> La propaganda transmedia se ajustaría a las características propias del periodismo transmedia, variando únicamente el contenido. Según Gambarato y Tárca (2017, p. 1394), ese periodismo se caracteriza por una expansión del contenido a través de múltiples plataformas con la finalidad de intensificar la atención del público y de fomentar su participación, difuminando la frontera entre producción y consumo de información. En la propaganda transmedia el ciudadano es receptor y emisor: objetivo de los contenidos propagandísticos y distribuidor de los mismos.

En algunos medios la consolidación de las etiquetas se dio por inercia al seguir el discurso impuesto por medios vinculados a Estados con determinados intereses. Ellos filtraban los contenidos difundidos en redes sociales por activistas instruidos y formados previamente. Esto es aplicable a medios occidentales públicos o privados como *The New York Times*, *El País*, *The Guardian*, BBC, TF1, Deusthse Welle, TVE, CNN, Fox, etc. pero también y muy particularmente a Al Jazeera, la televisión qatarí:

*La emergencia de movimientos populares en el centro del discurso político habría sido imposible sin la presencia de Al Jazeera. La red de televisión satelital sirvió como fuerza unificadora de elementos dispares, como el crecimiento demográfico juvenil, la islamización social y el crecimiento de las redes sociales en países árabes, que una vez combinados estallarían en armoniosos llamados a una revolución hoy llamada Primavera Árabe. Poniendo todas esas piezas juntas, Al Jazeera contribuyó a crear una predisposición mental hacia la revolución en los países árabes (Cherribi, 2017, pp. XVI-XVIII).*

“Revoluciones”, sin embargo, que demostrando lo planteado por Alkousa (2016), carecían de mayor recorrido político al sostenerse, casi exclusivamente, en discursos mediáticos y activismo en redes.

*Cuando los movimientos democratizadores emergieron, incluidos aquellos alineados con el islam político, la cadena amplificó sus voces. Los comentaristas de Al Jazeera, incluido el muftí global Jusuf al Qaradawi, legitimaron el desafío popular al statu quo con improvisados llamamientos a la desestabilización de los regímenes árabes. Unas “revoluciones”, sin embargo, llevadas a cabo con ausencia de agendas políticas e intelectuales compartidas y carentes, incluso, de figuras carismáticas y populares que pudieran simbolizar y canalizar demandas precisas para transformaciones significativas (Cherribi 2017, pp. XVI-XVIII).*

## 5. CONCLUSIONES

El caso estudiado evidencia que las campañas de propaganda semántica no resultan efectivas cuando se limitan a la circulación de mensajes por redes sociales, aunque trasciendan a medios convencionales. Las diferencias lingüísticas —entre árabe e

inglés— y culturales, así como la distancia entre los intereses políticos de los activistas locales y sus aliados externos, demuestran una debilidad estratégica que la propaganda semántica de agitación no puede suplir en el medio y largo plazo. En las revueltas árabes la intervención armada directa solo ocurrió parcialmente en Libia y quedó muy lejos de lo ocurrido en Kosovo o Timor Oriental, en 1999. Propagandísticamente, cuando un esfuerzo persuasivo se prolonga en el tiempo, pero el discurso no está respaldado por hechos, la credibilidad ante esos aliados externos de los cuales se depende resulta afectada.

Podemos concluir que los movimientos fracasaron en el plano estratégico, en tanto ninguno consolidó cambios revolucionarios. Ni siquiera reciclaron a las elites gobernantes. La articulación de las revueltas en torno al activismo digital proyectó la ilusión de la existencia de un movimiento masivo con ansias transformadoras. Sin embargo, la excesiva, y casi exclusiva, tecnologización del mismo ocultaba falta de compromiso político de sus integrantes, ausencia de peticiones concretas e imposibilidad de establecer canales institucionales.

No obstante, la evaluación en el plano puramente táctico es positiva. La propaganda semántica, puesta en circulación a través de las redes sociales, logró complementarse con medios convencionales en una dinámica de propaganda transmedia. El resultado fue que las etiquetas de “primavera” o “revolución” árabe se impusieron mediática, política e, incluso, académicamente. De este modo, los episodios analizados constituyen una contribución significativa en el estudio del uso propagandístico de términos como “primavera” y “revolución”, despojándolos de su significado original y afianzando nuevas representaciones.

Al respecto, hay que tener en cuenta que el impacto de esta maniobra propagandística ha superado el momento en el que tuvieron lugar los acontecimientos, dificultando las definiciones y análisis históricos futuros. Así, sería recomendable que los exámenes posteriores consideraran discursos alternativos —aportamos aquí las etiquetas de “crisis” y “contrarrevolución”—, como un esfuerzo por incorporar otras percepciones desde los países afectados por las revueltas.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AECID (2016). *Programa Tahdir-Masar*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Alkousaa, R. (2016). How Facebook hurt the Syrian Revolution. *Al Jazeera*, 4/12/2016. Recuperado de <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2016/12/facebook-hurt-syrian-revolution-161203125951577.html>
- Atassi, K. (2018). *Syria, the strength of an idea. The Constitutional Architectures of its political regimes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baczko, B. (1999). *Los imaginarios sociales*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Barthes, R. (2008). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bayat, A. (2021). The Arab Spring and Revolutionary Theory: An Intervention in a Debate. *Journal of Historical Sociology*, 34(2), 393-400. <https://doi.org/10.1002/johs.12334>
- Bayat, A. (2017). *Revolution without Revolutionaries: Making Sense of the Arab Spring*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Beissinger, M. R. (2007). Structure and Example in Modular Political Phenomena: The Diffusion of Bulldozer/Rose/Orange/Tulip Revolutions. *Perspectives on Politics*, 5(2), 259-276. Recuperado de <http://https://tinyurl.com/y8h5gy6e>
- Brownlee, B. J. y Ghiabi, M. (2016). Passive, Silent and Revolutionary: The 'Arab Spring' Revisited. *Middle East Critique*, 25(3), 299-316. <https://doi.org/10.1080/19436149.2016.1177919>
- Cammaerts, B. (2013). Banal revolution: the emptying of a political signifier. *Mediascapes Journal*, 1, 27-38. Recuperado de <https://cutt.ly/8HIs66S>
- Calvert, P. (1970). *A Study of Revolution*. Oxford: Oxford University Press.
- Cherribi, S. (2017). *Fridays of Rage: Al Jazeera, the Arab Spring, and Political Islam*. Nueva York: Oxford University Press.

Coleman, S. y Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Conde, G. (Coord.) (2017). *Siria en el torbellino: Insurrección, guerras y geopolítica*. Ciudad de México: El Colegio de México.

Davies, N. (2008). *Flat Earth News: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the Global Media*. Londres: Random House.

Domenach, J. (1986). *La propaganda política*. Buenos Aires: EUDEBA.

Ellul, J. (1973). *Propaganda*. Nueva York: Vintage Books.

Elseewi, T. A. (2011). The Arab Spring: A Revolution of the Imagination. *International Journal of Communication*, 5, 1197-1206. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1237/596>

Gambarato, R. R. y Tárchia, L. (2017). Transmedia strategies in journalism: An analytical model for the coverage of planned events. *Journalism Studies*, 18(11), 1381-1399. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1127769>

Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel*. Ciudad de México: Era.

Grohe, E. (2015). The cyber dimensions of the Syrian civil war: Implications for future conflict. *Comparative Strategies*, 34(2), 133-148. <https://doi.org/10.1080/01495933.2015.1017342>

Hamid, S. (26 de abril de 2011). *The Struggle for Middle East Democracy*. Brookings Institution. Recuperado de <https://www.brookings.edu/articles/the-struggle-for-middle-east-democracy/>

Hart, C. (2017). Metaphor and intertextuality in media framings of the (1984-1985) British miners' strike: A multimodal analysis. *Discourse & Communication*, 11(1), 3-30. <https://doi.org/10.1177/1750481316683291>

Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. Oxford: Princeton University Press.

Judah, T. (2000) *Kosovo: war and revenge*. Londres: Yale University Press

Khamis, S., Gold, P.B. y Vaughn, K. (28 de marzo de 2012). Beyond Egypt's "Facebook Revolution" and Syria's "YouTube Uprising:" Comparing Political Contexts, Actors and Communication Strategies. *Arab Media & Society*, 15. Recuperado de <https://cutt.ly/oHlhOgv>

King, S. (2020). *The Arab Winter: Democratic Consolidation, Civil War, and Radical Islamists*. Nueva York: Cambridge University Press.

Laclau, E. (2015) ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política? En S. Caggiano y A. Grimson (Coords.), *Antología del pensamiento crítico argentino contemporáneo* (pp. 85-95). Buenos Aires: Clacso. <https://cutt.ly/mHkl4y>

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in Society. En L. Bryson (Ed.), *The Communication of ideas*, (pp. 37-51). Nueva York: Harper and Row.

Losurdo, D. (1977). *Antonio Gramsci: del liberalismo al 'comunismo crítico'*. Roma: Gamberetti.

Maass, P. (9 de abril de 2013). Did the Iraq War Bring the Arab Spring? *The New Yorker*. Recuperado de <https://cutt.ly/LHlIMrO>

Massad, J. (29 de agosto de 2012) The 'Arab Spring' and other American seasons. *Al Jazeera*. Recuperado de <https://cutt.ly/oHlmeDm>

Momani, B. (10-12 de abril de 2014). The Arab Spring is Genuine Revolution, But a Bumpy and Arduous Road Ahead. *The Institute for New Economic Thinking and CIGI*. Toronto, Canada. Recuperado de <https://cutt.ly/QHIWEd4>

Morozov, E. (2011). *The net delusion. The dark side of Internet freedom*. Nueva York: Public Affairs.

Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (2009). *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique*. Bruselas: Éditions de l'Université de Bruxelles

Pérez Rastrilla, L. (2017). *Kosovo: la primera operación de ataque de la OTAN. Información y propaganda en los medios de comunicación españoles*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.

Pizarro, A. (2003). Mitos y construcción del imaginario nacional cotidiano. *Atenea*, 487, 103-111. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622003048700008>

Pizarroso, A. (1993). *Historia de la Propaganda*. Madrid: EUDEMA.

Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Nueva York: Simon & Schuster.

Robinson, K. y Merrow, W. (2020). The Arab Spring at Ten Years: What's the Legacy of the Uprisings? *Council on Foreign Relations*. Recuperado de <https://cutt.ly/HHIW0hp>

Roccu, R. (2017). Passive revolution revisited: From the Prison Notebooks to our 'great and terrible world.' *Capital & Class*, 41(3), 537-559. <https://doi.org/10.1177/0309816817692120>

Said, E. (2015). *Orientalismo*. Barcelona: Debolsillo.

Salt, J. (2012). Containing the "Arab Spring". *Interface*, 4(1), 54-66.

Sapag, P. (2019). *Siria en perspectiva. De una crisis internacionalmente mediatizada a la reconstrucción física y política*. Madrid: Ediciones Complutense.

Sapag, P. (2020). La dictadura militar chilena y sus disímiles resultados propagandísticos. Del triunfo del credo neoliberal al aparente fracaso político (1973-1990). En A. Pena Rodríguez, M. V. Martíns Rodríguez, X. M. Baamonde Silva y M. Valderrama Santomé (Coords.), *Comunicación social e opinión pública nas ditaduras Narrativas, idearios e representaci3ns* (pp. 212-229). Vigo, Universidade Vigo.

Satgar, V. (2008). Neoliberalized South Africa: Labour and the Roots of Passive Revolution. *Labour, Capital and Society / Travail, Capital et Soci3té*, 41(2), 38-69. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/43158335>

- Segal, A. (2011). De la primavera al otoño: ¿democracia «a lo árabe»? *Agenda Internacional*, 18(29), 55-66.
- Shihade, M. (2012). On the Difficulty in Predicting and Understanding the Arab Spring: Orientalism, Euro-Centrism, and Modernity. *International Journal of Peace Studies*, 17(2), 57-70.
- Shihade, M., Fominaya, C.F. y Cox, L. (2012). The season of revolution: the Arab Spring and European mobilizations. *Interface: a journal for and about social movements*, 4(1), 1-16.
- Shulman, S.W. (2005). The Internet still might (but probably won't) change everything: Stakeholder views on the future of electronic rulemaking. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 1(1), 111-145.
- Shulman, S.W. (2009). The case against mass e-mails: Perverse incentives and low quality public participation in U.S. federal rulemaking. *Policy & Internet*, 1(1), 23-53. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1010>
- Simon, R. (2010). Passive revolution, perestroika, and the emergence of the new Russia. *Capital & Class*, 34(3), 429-448. <https://doi.org/10.1177/0309816810378154>
- Touzeil-Divina, M. (2012). Arab Spring and Revolutions: a Revival of the Separation of Powers? *Pouvoirs*, 143(4), 29-45. Recuperado de <https://cutt.ly/KHIR04z>
- Van Dijck, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos*, 39(60), 49-64. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342006000100003>
- Wasserman, F. (2019). *El mundo en movimiento*. Buenos Aires: Miño y Dávila
- Williams, K. (1997). *The Prague Spring and its Aftermath*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yildirim, A. y McCain, M. (2019). The Aftermath of the Arab Spring Protests: What a Public Opinion Survey Tells Us. *Rice University's Baker Institute for Public Policy*. Recuperado de <https://cutt.ly/uHITULo>