

PRESENTACIÓN

MULTIVERSO JOURNAL | ISSN: 2792-3681
Volumen 6, Número 10, Edición Enero-junio de 2026
<https://doi.org/10.46502/issn.2792-3681/2026.10.0>

Cómo citar:

Villasmil Espinoza, J.J., & Arbeláez Campillo, D.F. (2026). Afectos irracionales y representación política en el Sur Global. *Multiverso Journal*, 6(10), 6-8. <https://doi.org/10.46502/issn.2792-3681/2026.10.0>

Afectos irracionales y representación política en el Sur Global

Irrational Affects and Political Representation in the Global South

Jorge Jesús Villasmil Espinoza*
Diego Felipe Arbeláez Campillo**

Resumen

Este texto se presenta como editorial del volumen 6, número 10 de Multiverso Journal, correspondiente a la edición enero-junio de 2026. Su propósito es introducir las reflexiones centrales que orientan este número, destacando la necesidad de analizar, críticamente, los fenómenos políticos, sociales y comunicacionales que configuran la realidad contemporánea. En particular, invita a examinar el papel de las redes sociales, los afectos colectivos y las estrategias discursivas en la formación de la opinión pública, así como sus implicaciones para la democracia, la participación ciudadana y la persistencia de desigualdades estructurales. Desde una perspectiva interdisciplinaria, el editorial propone comprender los desafíos actuales, no solo como problemas técnicos o informativos, sino también como asuntos éticos, culturales y políticos. De este modo, el volumen reúne aportes orientados a promover el pensamiento crítico, el debate académico y la búsqueda de alternativas que respondan a las complejidades del mundo contemporáneo.

Palabras clave: irracionalidad política, postverdad, subjetividad política, comunicación política en el siglo XXI.

Abstract

This text serves as the editorial for Volume 6, Issue 10 of Multiverso Journal, corresponding to the January–June 2026 edition. Its purpose is to introduce the central reflections guiding this issue, highlighting the need to critically examine the political, social, and communicational phenomena that shape contemporary reality. In particular, it invites readers to explore the role of social media, collective affects, and discursive strategies in the formation of public opinion, as well as their implications for democracy, citizen participation, and the persistence of structural inequalities. From an interdisciplinary perspective, the editorial proposes understanding current challenges not only as technical or informational problems, but also as ethical, cultural, and political issues. In this way, the volume brings together contributions aimed at

* Doctor en Ciencia Política con Estudios Postdoctorales en Derechos Humanos. Profesor titular de la Universidad del Zulia, Venezuela.
 <https://orcid.org/0000-0003-0791-3331>. Email: jvillasmil@fcjp.luz.edu.ve

** Master of Science in Education, Universidad de la Amazonia (Colombia). Member of European Association of Science Editors (EASE). Research Group Languages; Representations and Education, Universidad de la Amazonia (Colombia).  <https://orcid.org/0000-0002-9041-9563>. Email: dfaca@hotmail.com

promoting critical thinking, academic debate, and the search for alternatives capable of responding to the complexities of the contemporary world.

Keywords: political irrationality, post-truth, political subjectivity, political communication in the twenty-first century.

Editorial y presentación del volumen 6, número 10 de Multiverso Journal, correspondiente a la edición enero-junio de 2026

En los sistemas políticos contemporáneos, la formación de los climas de opinión difícilmente puede entenderse como el resultado de un cálculo racional realizado por ciudadanos plenamente informados, con conciencia histórica y política. La decisión electoral ocurre, con frecuencia, en entornos de incertidumbre, frustración y sobrecarga informativa, donde los afectos —miedo, ira, indignación, esperanza o rechazo— orientan la interpretación de los hechos públicos, mediante dinámicas socioafectivas caracterizadas por la impronta de la subjetividad.

Para autores como Martel et al. (2020), la evidencia empírica indica que una mayor dependencia de la emoción, por encima del razonamiento analítico, se asocia con una mayor credibilidad otorgada a noticias falsas; por ello, las redes sociales no solo amplían el acceso a la información, sino que también convierten la reacción emocional en una forma decisiva de participación política en los dominios de la sociedad digital. El problema no es que la ciudadanía sienta, pues toda política supone emociones, sino que dichas emociones sean explotadas para sustituir el debate racional sobre programas, derechos y responsabilidades institucionales.

En este orden de ideas, las estrategias demagógicas de comunicación política operan precisamente sobre esa vulnerabilidad. Mediante mensajes breves, antagonismos simplificados y relatos de “pueblo” contra “enemigos”, ciertos liderazgos consiguen adhesiones intensas sin ofrecer transformaciones verificables de las condiciones que producen la exclusión de las personas y grupos más vulnerables.

La lógica de las plataformas favorece este proceso: los contenidos negativos, polarizantes o moralmente indignantes tienden a circular con mayor intensidad, mientras que la complejidad de los problemas sociales pierde visibilidad frente a consignas fáciles de compartir (Schöne et al., 2021; Vasist et al., 2023). Así, la política corre el riesgo de convertirse en un mercado de identidades afectivas, donde se vota menos por la capacidad de una propuesta para resolver necesidades colectivas, situación sumamente grave para la supervivencia de una democracia sustantiva, que, por la sensación de cercanía, autenticidad o combate que proyecta un candidato popular.

En el Sur Global, esta dinámica resulta especialmente grave porque la persuasión digital puede funcionar como un sustituto simbólico de la justicia social. Prometer seguridad sin modificar las relaciones que sostienen la violencia, celebrar el mérito individual sin enfrentar la pobreza estructural o invocar la unidad nacional sin reducir la desigualdad permite administrar el descontento sin alterar sus causas.

Una filosofía política comprometida con la democracia debe, por tanto, defender una ciudadanía capaz de deliberar, exigir rendición de cuentas y reconocer que ninguna campaña emocional reemplaza políticas públicas redistributivas, instituciones confiables y garantías reales de dignidad. Las redes pueden fortalecer la esfera pública, pero solo si dejan de ser instrumentos de movilización afectiva sin transformación y se convierten en espacios de discusión crítica sobre el poder.





Referencias bibliográficas

- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, 47. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- Schöne, J. P., Parkinson, B., & Goldenberg, A. (2021). Negativity spreads more than positivity on Twitter after both positive and negative political situations. *Affective Science*, 2(4), 379–390. <https://doi.org/10.1007/s42761-021-00057-7>
- Vasist, P. N., Chatterjee, D., & Krishnan, S. (2023). The polarizing impact of political disinformation and hate speech: A cross-country configural narrative. *Information Systems Frontiers*, 25, 1957–1977. <https://doi.org/10.1007/s10796-023-10390-w>

