

Alt-tech en España: cartografiando el ecosistema de extrema derecha en Telegram

Alt-tech in Spain: mapping the Spanish far-right ecosystem on Telegram

  **Marco Antonio Ruiz-Pérez**

Department of Journalism and Global Communication, School of Information Sciences
Complutense University of Madrid
Madrid, Spain

Resumen

En el contexto del debate sobre el impacto de las plataformas de redes sociales en las democracias, existe un creciente interés académico por la proliferación de ecosistemas —*alt-tech*— de plataformas alternativas donde se fortalece la extrema derecha. En España, la irrupción electoral de *Se Acabó La Fiesta* (SALF) en 2024 o los disturbios de Torre-Pacheco de 2025 parecen haber sido impulsados desde un conjunto de canales de Telegram vinculados a la extrema derecha. Este artículo ofrece una primera aproximación sistemática a dichos canales con el objetivo de examinar si presentan rasgos estructurales y funcionales coherentes con la noción de ecosistema *alt-tech* propuesta en la literatura. El estudio analiza un corpus de 4.960.330 mensajes procedentes de 66 canales públicos en español, abarcando desde finales de 2017 hasta agosto de 2025, clasificados en cuatro categorías: foros de debate y comunidades, canales de actualidad y pseudomedios, influencers políticos y líderes de opinión, y partidos, asociaciones o colectivos organizados. Los resultados sugieren una diversificación de las estrategias comunicativas entre categorías. Los foros de debate concentran la mayor proporción de mensajes de texto, mientras que el resto de categorías reflejan patrones de multimodalidad previamente descritos en la literatura. Asimismo, se observan diferencias claras en el uso multiplataforma y en los flujos de reenvío de mensajes dentro del ecosistema.

Palabras clave: far-right, extrema derecha, comunidades digitales, comunicación política, Telegram, alt-tech

Abstract

In the context of ongoing debates about the impact of social media platforms on democracies, there is growing academic interest in the proliferation of alt-tech ecosystems, that is, alternative platforms where the far-right is strengthened. In Spain, the electoral breakthrough of *Se Acabó La Fiesta* (SALF) in 2024 and the Torre-Pacheco riots of 2025 appear to have been driven by a set of Telegram channels linked to the far right. This article offers a first systematic exploration of these channels, with the aim of examining whether they display structural and functional features consistent with the notion of an alt-tech ecosystem as proposed in the literature. The study analyses a corpus of 4,960,330 messages from 66 public Spanish-language channels, spanning late 2017 to August 2025, classified into four categories: debate forums and communities, news and pseudo-media channels, political influencers and opinion leaders, and parties, associations or organised collectives. The findings suggest a diversification of communication strategies across categories. Debate forums concentrate the largest proportion of text-only messages, while the remaining categories reflect multimodal patterns previously described in the literature. Clear differences are also observed in cross-platform usage and in the patterns of message forwarding within the ecosystem.

Keywords: far-right, extreme right, digital communities, political communication, Telegram, alt-tech

1. Introducción

El auge en el uso de las redes sociales, vinculado al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, ha propiciado un nuevo paradigma comunicativo que afecta al conjunto de la vida social. Como subraya Castells (2001), «Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global» (p. 16). En el terreno político, esta transformación se concreta en lo que se ha denominado *ciberpolítica*, entendida como toda acción política desarrollada en el ciberespacio, mediante el uso de medios digitales con el fin de comunicar, movilizar, organizar o influir en la opinión pública (Cotarelo, 2013). Como señala Mazzoleni (2010), el ciberespacio se ha convertido en una extensión del espacio público, un ámbito en el que se confrontan argumentos, se forma la opinión pública y se construyen consensos ciudadanos. Como consecuencia, la acción colectiva digital —conocida como ciberactivismo (Fernández-Prados, 2012)— ha introducido formas de movilización más espontáneas, horizontales y desintermediadas, que cuestionan los modelos organizativos jerárquicos y se articulan mediante redes flexibles de colaboración (Bennett y Segerberg, 2013).

La proliferación de plataformas digitales ha diversificado los entornos disponibles para esa acción política, de modo que los actores no solo eligen audiencias, sino también infraestructuras y reglas de moderación. Así, la literatura previa señala que la extrema derecha se ha apoyado en estas posibilidades tecnológicas para su crecimiento a nivel internacional (O'Callaghan et al., 2013). La presencia de estos actores en redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook se ha asociado a un incremento del discurso de odio y de la polarización, lo que ha motivado un endurecimiento de las políticas de contenido y la eliminación masiva de perfiles, en lo que se conoce como el fenómeno de *deplatforming* (Rogers, 2020). Como respuesta parcial a este proceso, ha cobrado relevancia un conjunto de plataformas y servicios digitales alternativos —Gab, Parler, BitChute, Telegram, entre otros— que la literatura agrupa bajo la noción de ecosistema *alt-tech* (Donovan et al., 2018).

Los estudios empíricos sobre estas plataformas se han multiplicado recientemente, especialmente en torno a la figura de Donald Trump o a la pandemia de COVID-19, y han identificado comunidades vinculadas a la *far-right* (Mudde, 2019) en contextos como Estados Unidos o Brasil. Sin embargo, en el caso español, la bibliografía sigue siendo incipiente, pese a que distintos episodios apuntan a la creciente relevancia de estos entornos en la articulación de dinámicas políticas y sociales. Por un lado, la irrupción en las elecciones al Parlamento Europeo de 2024 de *Se Acabó La Fiesta* (SALF), opción política liderada por Alvisé Pérez, puso de manifiesto la capacidad de un actor emergente para construir una base de apoyo y alcanzar representación electoral a partir de una estrategia de comunicación centrada casi exclusivamente en entornos digitales, en particular a través de su canal de Telegram. En paralelo, los disturbios acontecidos en Torre-Pacheco (Murcia) en julio de 2025 destaparon el papel de esta red de mensajería en la difusión de desinformación y en la coordinación de grupos radicalizados —como «Deport Them Now Spain»— durante los episodios de violencia xenófoba conocidos como «cacería de inmigrantes».

Pese a la atención mediática que han recibido estos casos, todavía sabemos poco sobre si realmente existe —y en qué términos— un ecosistema *alt-tech* vinculado a la *far-right* en España dentro de Telegram. Este estudio se articula en torno a una pregunta central: ¿en qué medida el conjunto de canales vinculados a la *far-right* española en Telegram presenta rasgos estructurales y funcionales compatibles con la noción de ecosistema *alt-tech* descrita por la literatura? Para responderla, el artículo persigue tres objetivos: (1)

describir el ecosistema identificando qué canales lo componen y cómo se organizan; (2) comparar su funcionamiento entre categorías de canales, atendiendo a cuánto publican, cómo interactúan y cómo circula el contenido; (3) evaluar en qué medida las dinámicas observadas encajan con las propiedades atribuidas al ecosistema *alt-tech* en la literatura previa.

Con tal fin, este artículo examina de forma sistemática la presencia y la organización de canales vinculados a la *far-right* española en Telegram. Para ello, analiza un corpus de 4.960.330 mensajes procedentes de 66 canales públicos en español, desde finales de 2017 hasta agosto de 2025. A partir de este material, delimita el universo observable del fenómeno y describe su estructura y funcionamiento mediante una clasificación por tipos de canal y el análisis de patrones de actividad, formatos y circulación.

2. Marco referencial

2.1. Comunidades digitales y contraesferas digitales

La noción de comunidad virtual (Echeverría, 1995) no es un sustituto de la comunidad presencial, sino una agregación social sostenida por interacciones continuadas en entornos digitales alrededor de intereses compartidos (Rheingold, 2000; Porter, 2004). Estas interacciones se inscriben en la intersección online/offline, donde condiciones materiales y estructuras sociales se rearticulan en lugar de desaparecer (Sandoval Forero, 2007; Baym, 2010).

Operativamente, distinguimos tres componentes: pertenencia —identidades «nosotros/ellos» con efectos sobre socialización y participación—, interrelación —intercambio cognitivo y afectivo con roles situados de consumo, difusión y producción— y cultura común —significados compartidos que se negocian de forma continua— (Jacob, 2001; Dávila de León y Jiménez García, 2014). La propagación de mensajes depende de la congruencia cognitivo-afectiva con el sentido del grupo y se ve modulada por las lógicas de visibilidad de las plataformas (Brosius, Haim y Weimann, 2019; Van Dijck, 2019).

Desde los estudios de la información, estas comunidades funcionan como *information grounds* que habilitan tanto búsquedas pragmáticas —respuestas a necesidades puntuales— como monitoreo del entorno informativo (Burnett, 2000; Savolainen, 2009). Su eficacia descansa en colaboración, adaptación a necesidades, aprovechamiento de *affordances*, superación de barreras y conexión social (Fisher y Bishop, 2015). Esta idea se vincula con el planteamiento de Fraser (1990), que presenta la noción de *subaltern counterpublic* —contraesferas públicas subalternas o esferas públicas alternativas— como espacios de comunicación alternativos, impulsados por actores que se caracterizan por su oposición a las visiones hegemónicas del discurso público, viven —de hecho o percibidamente— la exclusión del debate y buscan influir en él ampliando sus márgenes. La formación de estas contraesferas suele estar condicionada por mecanismos como la exposición selectiva (Stroud, 2010), el sesgo de confirmación (Nickerson, 1998) y la homofilia (McPherson et al., 2001). Estos mecanismos están especialmente presentes en los entornos digitales, configurando así *digital counterpublics* o contraesferas digitales (Toepfl y Piwoni, 2015).

2.2. Extrema derecha: far-right y e-extremism

Holt (2019) señala una tendencia en los medios de comunicación de derecha como alternativos y contrahegemónicos que contribuyen al desarrollo de *subaltern counterpublics*. En esta línea, otros trabajos identifican que es habitual en la extrema derecha actuar bajo las lógicas de contrapúblico (Reijven et al., 2020). A menudo, la aproximación a las categorías de extrema derecha resulta, cuanto menos, compleja, dada la numerosa constelación de subcategorías y significantes vacíos que agrupan actores, repertorios y subculturas que van desde conservadurismos reaccionarios hasta supremacismos abiertamente violentos. Según Mudde (2019), puede distinguirse analíticamente entre *radical right*—que acepta la democracia, pero se opone a componentes clave de la democracia liberal— y *extreme right*—que rechaza la propia lógica democrática—. No obstante, en este estudio resulta preferible emplear el término *far-right* (Mudde, 2019) como categoría paraguas para ambas familias, en la medida en que comparten rasgos recurrentes, en particular la presencia de corrientes nativistas y autoritarias que tienden a jerarquizar identidades étnico-raciales y de género. Bajo este paraguas también se identifican subcategorías como la *alt-right* que se popularizó a raíz de la campaña presidencial de Donald Trump en 2016 (Hill, 2024). Hawley (2017) concluye que la derecha alternativa se caracteriza por centrar sus ideas en torno al nacionalismo y al supremacismo blanco, al antifeminismo o *manosphere*, y al conspiracionismo, normalmente desde estéticas irónicas o meméticas, y asentada en plataformas alternativas.

Zhang y Davis (2024) proponen el concepto *e-extremism* con el objetivo de ampliar el marco analítico de la far-right, un fenómeno que aprovecha el entorno online como espacio privilegiado de comunicación (Caiani y Parenti, 2013). Esta idea pretende captar cómo operan online los distintos actores de la extrema derecha: la *far-right* nombra la identidad política, mientras que *e-extremism* describe la lógica digital de acción observable (Zhang y Davis, 2024).

2.3. ¿Telegram como plataforma alternativa?

Cuando nos referimos a plataformas alternativas es frecuente pensar en opciones como Gab, Parler, Reddit, BitChute o 4chan. Sin embargo, la literatura reciente converge en situar a otras plataformas como Telegram o Discord dentro de esta categoría (Rogers, 2020; Heslep y Berge, 2021). Precisamente, Buehling y Heft (2023) definen a Telegram como una «plataforma híbrida» (p. 2) porque justifican que, aunque la plataforma apunta a un público global y generalista, con frecuencia se la presenta como un «refugio seguro» para formas de activismo consideradas «desviadas». Ese desplazamiento no es meramente defensivo: estudios de caso en EE. UU. muestran que comunidades extremistas reconstituyen infraestructuras de difusión y sociabilidad con capas público-privado específicas de Telegram —canales, grupos, reenvíos—, manteniendo repertorios y tácticas (Walther y McCoy, 2021).

Lo cierto es que esta capacidad de absorción se explica por una combinación de *affordances* sociotécnicas que hacen especialmente atractiva esta plataforma para este tipo de actores. En el plano arquitectónico, Telegram ofrece tres formas de interacción que estructuran la acción colectiva y conectiva: chats 1 a 1 —*secret chats*—, grupos y supergrupos muchos-a-muchos —hasta 200 y 200.000 miembros respectivamente— y canales uno-a-muchos —audiencia ilimitada—. Según Van Raemdonck y Pierson (2021), este diseño habilita, de un lado, funciones de «evangelización» desde canales —difusión asimétrica, baja intervención externa—; y, de otro, funciones de coordinación conversacional en grupos, conectadas ambas por el reenvío como mecanismo de propagación.

Más allá de la interfaz, Telegram incorpora *affordances* infraestructurales que apuntalan su rol alternativo. Durante bloqueos y medidas de censura, la plataforma desplegó un proxy nativo/MTPProto, «IP-hopping» y ajustes por *push* que permitieron a usuarios seguir conectados (Ermoshina y Musiani, 2021), dando lugar a lo que Santos, Saldaña y Tsyganova (2021) denominan como «subversive affordance»: una capacidad resultado de funcionalidades instrumentales contrahegemónicas integradas en la tecnología que subvierten restricciones estatales ensanchando la base social de uso. Esta resiliencia técnica complementa la autopercepción de Telegram como garante de privacidad y libertad de expresión con moderación minimalista en espacios privados.

2.4. Ecosistema alt-tech y la extrema derecha

Con base en los fenómenos anteriormente descritos, el concepto de ecosistema *alt-tech* que presenta Donovan et al. (2018) se refiere a un entramado sociotécnico de plataformas y servicios digitales alternativos —Gab, Parler, BitChute, Telegram, entre otros— donde actores de la *far-right* forman comunidades digitales configuradas por las reglas de la plataforma y *affordances* específicas, propiciando el desarrollo de contraesferas digitales. Estas redes emergen como alternativas tras oleadas de *deplatforming* (Rogers, 2020) dando lugar a, más que «otra plataforma», a una infraestructura mediática que reordena funciones de la esfera pública (Plantin et al., 2018).

La plataformización de infraestructuras y la infraestructuralización de plataformas refuerzan dependencias privadas que habilitan y a la vez constriñen interacción y visibilidad (Plantin et al., 2018). En paralelo, el fenómeno *alt-tech* cultiva una identidad de antagonismo alimentada por migraciones de usuarios expulsados y por flujos interplataforma que aumentan la profundidad —más que el alcance— de la politización y la radicalización (Dehghan y Nagappa, 2022).

Siapera (2023) describe estos entornos como infraestructuras mediáticas que tienden a organizar la comunicación mediante una división funcional de roles, donde distintos nodos asumen funciones diferenciadas en la producción y circulación de contenidos. Desde esta perspectiva, cabe esperar que el conjunto de canales vinculados a la *far-right* en Telegram no opere de forma homogénea, sino como un ecosistema con roles especializados. Así pues, planteamos:

H1: El conjunto de canales vinculados a la *far-right* en Telegram se organiza como un ecosistema con división funcional, donde la producción y la circulación de contenidos se estructuran en roles diferenciados.

Respecto al contenido difundido, Zhang y Davis (2022) constatan el uso de estrategias multimodales —texto + recursos visuales como memes, imágenes y materiales gráficos— que condensan marcos ideológicos y facilitan su difusión. En la misma línea, Doerr y Svatoňová (2025) evidencian en Telegram que las imágenes funcionan como un recurso estratégico para la construcción identitaria combinando estética y afecto. En conjunto, ambos trabajos sostienen que la multimodalidad es una herramienta frecuente en estos ecosistemas comunicativos de la *far-right*. En esta línea, pensamos que:

H2: El ecosistema es predominantemente textual, pero la multimodalidad opera como un recurso estratégico reflejando una especialización en formatos y estilos comunicativos.

Rogers (2020) muestra que, tras el *deplatforming*, los actores extremistas tienden a operar en una ecología multiplataforma, usando Telegram como nodo de refugio-difusión mientras mantienen enlaces hacia otras

plataformas —webs propias, Twitter o YouTube—. Urman y Katz (2020) evidencian que estas migraciones permiten recrear conexiones y estructurar redes en Telegram, lo que refuerza una lógica de circulación basada en interconexiones. Por tanto, esperamos que:

H3: Las estrategias multiplataforma son un rasgo estructural del ecosistema, pero adoptan patrones diferenciados según el rol del canal en el ecosistema.

3. Diseño y métodos del estudio

Atendiendo a la naturaleza abierta de Telegram, el corpus se construyó mediante un muestreo diseñado para maximizar la cobertura del universo observable. El punto de partida fue un conjunto de canales ampliamente reconocidos en el ámbito español como referentes de la *far-right*. A partir de esa base se aplicó un muestreo por «bola de nieve» orientado por trazas de circulación: se rastrearon sistemáticamente los reenvíos y menciones entre canales para identificar nuevos nodos candidatos. Cada canal candidato debía cumplir criterios de inclusión explícitos validados desde un enfoque etnográfico virtual: (i) canales públicos y accesibles sin invitación, (ii) con una vinculación observable con la *far-right*, (iii) con contenido mayoritariamente en español centrado en el contexto político, social y cultural español —excluyendo aquellos orientados principalmente a realidades latinoamericanas u otros ámbitos— y (iv) con al menos en torno a 1.000 suscriptores.

Para asegurar que el conjunto resultante recogiera prácticamente la mayoría del universo observable, se combinó la expansión por bola de nieve con verificación de saturación estructural. Asimismo, se aplicaron contrastes de redundancia/duplicación para detectar espejos, clones o *mirrors* de contenido, priorizando el canal original cuando existía duplicación sistemática. Como salvaguarda adicional, se ejecutaron búsquedas periódicas por palabras clave y directorios públicos de Telegram para captar nodos emergentes que no estuvieran aún conectados por reenvíos a la red principal; si tras su evaluación no contribuían al volumen ni constituían nuevas conexiones relevantes, se documentaban y retenían en un conjunto auxiliar sin incorporarlos al corpus principal. En conjunto, estos pasos buscan aproximarse a cubrir de forma sustantiva la actividad relevante y visible del fenómeno. El corpus final reúne 4.960.330 mensajes procedentes de 66 canales y abarca desde finales de 2017 hasta agosto de 2025. La elección de este intervalo responde a dos criterios: (1) maximizar la cobertura longitudinal del ecosistema observable en Telegram —capturando su consolidación y expansión— y (2) fijar un corte temporal operativo en el último mes completo disponible en el momento de la extracción, con el fin de garantizar consistencia en la descarga y el procesamiento. Dentro de estos límites, el corpus constituye una aproximación amplia al universo públicamente observable del fenómeno en el periodo analizado.

La extracción de datos se realizó mediante la librería de Python denominada Telethon (Lonami, 2025), con sesiones autenticadas y control de límites para evitar pérdidas por *rate-limit*. Cada mensaje descargado se almacenó con un identificador único y un esquema estable de metadatos: *msg_id*, *channel_id*, *timestamp*, *sender_id/sender_name*, *message_type* (original, respuesta, reenviado u otros), y —cuando aplica— *reply_to_msg_id*, así como, cuando Telegram lo expone, el origen del reenvío (*origin_user_id/origin_user_name*). Se capturaron además campos de contexto (*hashtags*, *links*, *mentioned_usernames*) y archivos multimedia presentes (*media_file*), junto con métricas de visibilidad

(*views* y *forwards*). El proceso registra los archivos multimedia adjuntos mediante un patrón uniforme (*media_YYYY_MM_DD_HH_MM_SS*).

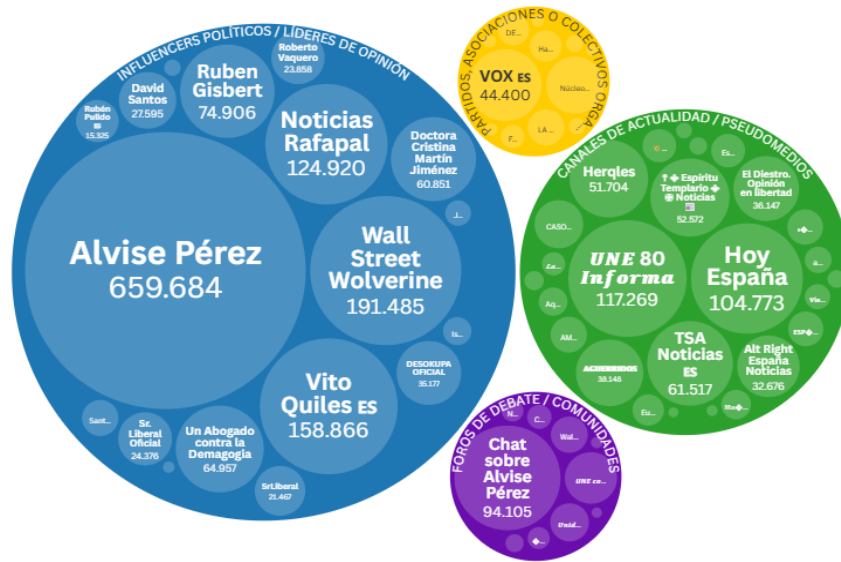
El procesado posterior se centró en construir variables que facilitaran el análisis de los metadatos extraídos. Las variables hashtags y links se estandarizaron mediante normalización *Unicode* y, en el caso de los enlaces, se extrajo el dominio base para el análisis de distribución. Del mismo modo, dado el funcionamiento de Telegram —donde es frecuente publicar mensajes que agrupan varios adjuntos emitidos simultáneamente y su posible texto—, se adoptó un criterio de recodificación de la variable *media_type*. Cuando el bloque era homogéneo —todos los archivos eran del mismo tipo multimedia— y existía texto asociado, se asignó la etiqueta «tipo+texto»; si el bloque era homogéneo sin texto, se etiquetó como «tipo». En cambio, cuando el bloque era heterogéneo —mezcla de tipos, cada adjunto conservó su fila y su etiqueta individual de tipo, evitando así imponer una dominancia arbitraria —por ejemplo, vídeo sobre imagen—. Así pues, las etiquetas válidas finalmente registradas fueron: texto, imagen, vídeo, audio, doc y sus variantes con texto (imagen+texto, vídeo+texto, audio+texto, doc+texto). El tamaño del bloque —número de adjuntos— se almacenó como variable aparte. Los casos vacíos —sin texto o multimedia registrado— en que el contenido fue eliminado pero el proceso de extracción aún recuperó metadatos del canal se etiquetaron como «mensaje eliminado», manteniendo así su trazabilidad.

Finalmente, se construyó la variable «categoría de canal» que asigna a cada mensaje una etiqueta que identifica la tipología del canal en el que ha sido producido. Dicha tipología se fundamenta en el propósito del canal y deriva de la literatura y de la observación exploratoria, componiéndose así de cuatro categorías: foros de debate/comunidades, partidos, asociaciones o colectivos organizados, influencers políticos/líderes de opinión y canales de actualidad/pseudomedios. La asignación se basó en evidencia triangulada, combinando autoidentificación y propósito declarado, nombre, distintivos oficiales y patrón de publicación sostenido —temas, formato, tono y frecuencia—. Para garantizar estabilidad temporal, se implementaron reglas de revisión por las que cambios sustantivos y mantenidos en el rol del canal motivarían su reclasificación; no obstante, no se registraron casos que requirieran dicho cambio durante el periodo analizado.

4. Resultados

Tal y como se adelantaba, algunas de las figuras más notorias del ecosistema son microcelebridades como Alvisé Pérez, Wall Street Wolverine o Vito Quiles y, de hecho, como se observa en la Figura 1, la categoría de influencers políticos y líderes de opinión es la que más seguidores concentra. Algo por detrás en número de seguidores se encuentra la categoría de canales de actualidad y pseudomedios, donde los canales más representativos se sitúan en torno a la cifra de los 100.000 seguidores. Las categorías foros de debate y los canales de partidos, asociaciones y colectivos organizados presentan por su parte una distribución parecida en el número de seguidores. En la primera, el Chat sobre Alvisé Pérez, vinculado al canal de difusión del influencer, es con diferencia la comunidad más grande de su categoría, mientras que en la segunda, destaca el canal de Vox, seguido de Núcleo Nacional.

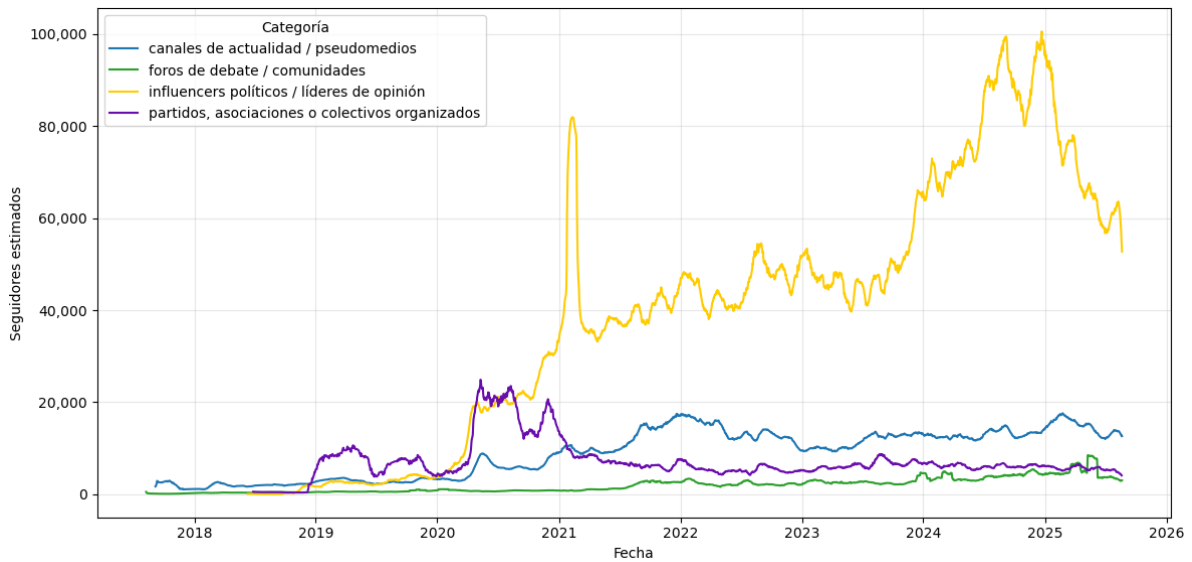
Figura 1: Estructura del corpus de canales analizados según número de seguidores y categoría del canal



Fuente: Elaboración propia.

Esta primera aproximación al tamaño de las comunidades se mantiene cuando analizamos la Figura 2, que muestra trayectorias diferenciadas entre categorías. En primer lugar, los influencers políticos y líderes de opinión concentran la mayor audiencia y presentan una serie más volátil, con un primer salto alrededor de 2020-2021, seguido de una corrección y un nuevo ciclo expansivo en 2023 a 2025. En contraste, los canales de actualidad y pseudomedios muestran una tendencia ascendente más estable, con crecimientos graduales y sin picos extremos. Los partidos políticos, asociaciones y colectivos organizados registran un auge temprano —2020 y 2021— y un declive posterior hacia niveles medios. Finalmente, los foros de debate y comunidades parten de cifras bajas y describen una pendiente positiva y sostenida desde el año 2021.

Figura 2. Evolución estimada de seguidores de un canal promedio según categoría



Fuente: Elaboración propia. Nota: La serie de seguidores estimados se ha reconstruido a partir del percentil 95 de visualizaciones de cada canal como proxy del tamaño de audiencia, calibrada con el número actual de seguidores ($\text{views del canal} \times [\text{seguidores actuales} \div \text{P95 de views del propio canal}]$). En cada fecha, los valores se agregan por categoría mediante la media entre canales y se aplica una media móvil de 30 días para facilitar la lectura de tendencias.

No obstante, esta imagen que refleja una evidente notoriedad de la categoría influencers políticos y líderes de opinión no se refleja desde un punto de vista productivo, tal y como podemos observar en la Tabla 1. A pesar de ser la categoría con mayor visibilidad y capacidad de atracción de seguidores, su volumen de mensajes apenas alcanza el 3,10% del total, con algo más de 150.000 publicaciones registradas.

Tabla 1: Cobertura temporal y participación relativa en el total de mensajes según categoría

Categoría	N de mensajes	% de mensajes	Días observados	% de días con actividad
Foros de debate / comunidades	3.912.755	78,88	2.889	98,57
Partidos, asociaciones o colectivos organizados	81.113	1,64	2.340	79,84
Influencers políticos / líderes de opinión	153.573	3,10	2.611	89,08
Canales de actualidad / pseudomedios	812.889	16,39	2.885	98,43
Total	4.960.330	100,00	2.931	100,00

Fuente: Elaboración propia. Nota: % de días con actividad = días observados / 2.931 × 100

En contraste, los foros de debate y comunidades concentran casi cuatro quintas partes de los mensajes —78,88%— y mantienen actividad en prácticamente todos los días observados —98,57%—. De igual forma, los canales de actualidad y pseudomedios representan el 16,39% de los mensajes y sostienen una cobertura temporal amplia —98,43% de los días—. Por su parte, los partidos políticos, asociaciones y colectivos organizados generan un 1,64% de los mensajes y presentan un patrón de actividad menos denso —79,84% de los días—.

La Tabla 2 permite matizar las diferencias entre categorías atendiendo a la volatilidad de la producción diaria. En el agregado del corpus, la media total es de 1.692,37 mensajes por día, con una desviación estándar de 2.296,09 y un coeficiente de variación de 1,36, lo que indica que, en conjunto, la producción diaria del ecosistema presenta oscilaciones de una magnitud comparable o superior a su promedio.

Tabla 2: Volatilidad de la producción de mensajes según categoría

Categoría	Media de mensajes por día	Varianza diaria	Desviación estándar diaria	Coficiente de variación
Foros de debate / comunidades	1354,36	4.630.557,68	2151,87	1,59
Partidos, asociaciones o colectivos organizados	34,66	1.309,19	36,18	1,04
Influencers políticos / líderes de opinión	58,82	1.815,57	42,61	0,72
Canales de actualidad / pseudomedios	281,76	40.029,88	200,07	0,71
Total	1.692,37	5.272.012,78	2.296,09	1,36

Fuente: Elaboración propia. Nota: Coeficiente de variación (CV) = desviación / media

Los foros de debate y comunidades no sólo concentran el mayor volumen, sino que también presentan la varianza más elevada —4.630.557,68— y una desviación estándar diaria superior a los dos mil mensajes —2.151,87—. La elevada dispersión en comparación con su media diaria —1.354,36— se refleja en un coeficiente de variación de 1,59, el más alto de todas las categorías. En la práctica, esto indica un patrón productivo altamente irregular y reactivo, con picos de actividad diaria que tienden a alejarse con frecuencia de la media, lo que sugiere que la conversación se intensifica de forma marcada en determinados momentos. Por contraste, los partidos políticos, asociaciones y colectivos organizados muestran una media diaria modesta —34,66 mensajes— y un coeficiente de variación de 1,04, mostrando un patrón de publicación también variable, pero con oscilaciones más contenidas y sobre una base de actividad reducida, coherente con una producción más episódica que sostenida. Los influencers políticos y líderes de opinión registran un coeficiente de variación de 0,72, y los canales de actualidad y pseudomedios un coeficiente de variación de 0,71, con medias diarias superiores —58,82 y 281,76—, apuntando a una producción relativamente más estable y regular en términos relativos, en la que las fluctuaciones existen pero tienden a ser menores que la media diaria, especialmente en el caso de los pseudomedios.

En conjunto, Figuras 1 y 2 y Tablas 1 y 2 describen perfiles diferenciados entre tamaño de audiencia, volumen productivo y regularidad diaria de la actividad, con asimetrías claras entre categorías de canales. Destaca el desacople sistemático entre visibilidad y producción, donde los influencers políticos y líderes de opinión concentran la mayor audiencia, pero aportan un volumen reducido de mensajes, así como una concentración de la producción cotidiana en los foros de debate y comunidades, que no sólo acumulan la mayor parte del volumen sino que además exhiben la mayor volatilidad relativa.

En el análisis de los patrones de producción de los mensajes ha emergido una nueva dimensión que resulta relevante en su estudio: la eliminación de mensajes. Como muestra la Tabla 3, el total de 2.293.903 mensajes eliminados equivale al 32,06% del corpus y se descompone en 99.782 mensajes *borrados* —con metadatos recuperados pero sin contenido— y 2.194.121 mensajes *faltantes* —IDs ausentes en la secuencia—, lo que sitúa el universo real observado en 7.154.451 unidades —4.960.330 mensajes extraídos con contenido + 2.194.121 faltantes—. En términos de dinámica temporal, el total agregado registra una media diaria de eliminados de 775,23, con varianza 963.975,59 y desviación estándar 981,82, lo que implica una dispersión diaria elevada en valores absolutos; el coeficiente de variación —1,27— indica, además, que la volatilidad relativa del borrado es alta, con oscilaciones de magnitud similar o superior a la media diaria. Esta irregularidad también se refleja en los estadísticos de intensidad: el máximo diario alcanza 3.430 eliminaciones, mientras que la mediana —535— y el percentil 75 —1.117— sugieren que la distribución está sesgada por episodios puntuales de mayor intensidad.

Tabla 3: Proporción y frecuencia de borrado de mensajes

Categoría del canal	N mensajes eliminados (borrados + faltantes)*	% eliminados en la categoría	% eliminados en el universo**	Distribución diaria de eliminados: Media / Varianza / Desviación / CV	Intensidad diaria: Máximo / Mediana / Percentil 75
Canales de actualidad / pseudomedios	4.661 + 38.180 = 42.841	5,03	0,60	14,74 / 113,30 / 10,64 / 0,72	45 / 20 / 24
Foros de debate / comunidades	92.051 + 2.141.363 = 2.233.414	36,89	31,22	772,81 / 953.200,49 / 976,32 / 1,26	3.385 / 505 / 1.088
Influencers políticos / líderes de opinión	623 + 9.004 = 9.627	5,92	0,13	3,43 / 5,98 / 2,44 / 0,71	28 / 3 / 5
Partidos, asociaciones o colectivos organizados	2.447 + 5.574 = 8.021	9,25	0,11	3,36 / 7,27 / 2,70 / 0,80	21 / 3 / 5
Total	99.782 + 2.194.121 = 2.293.903	32,06	100	775,23 / 963.975,59 / 981,82 / 1,27	3.430 / 535 / 1.117

Fuente: Elaboración propia. Nota: Coeficiente de variación (CV) = desviación / media

*mensajes eliminados = mensajes borrados + mensajes faltantes (mensajes borrados responde al recuento de mensajes de los que quedó metadatos tras la extracción, pero no contenido; mensajes eliminados se refiere al recuento de números de identificación de mensajes faltantes). **Total del universo real = 4.960.330 (corpus de mensajes extraídos) + 2.194.121 (recuento de mensajes faltantes)

Los foros de debate y comunidades concentran la mayor parte de los mensajes eliminados —2,23 millones—, con un 36,89% respecto a su propia categoría y un 31,22% del total, y presentan valores diarios altos —media 772,81; DE 976,32; máximo 3.385—. En contraste, los canales de actualidad y pseudomedios registran 42.841 eliminaciones —5,03% de su categoría— con una media diaria de 14,74. Por su parte, influencers y partidos muestran volúmenes absolutos menores —9.627 y 8.021— y medias diarias próximas a 3–4 eliminaciones, con coeficientes de variación alrededor de 0,7–0,8.

Conociendo cómo se estructura la actividad diaria en estos canales, la Tabla 4 introduce el análisis de cómo se distribuyen los mensajes según su naturaleza —originales, respuestas o reenvíos—. En este sentido, destaca que algo más de un tercio de los mensajes —35,23%— corresponden a publicaciones originales, mientras que casi la mitad —49,23%— son respuestas y alrededor de un 15,5% se trata de reenvíos.

Tabla 4: Proporción de mensajes originales, respuestas y reenvíos según categoría

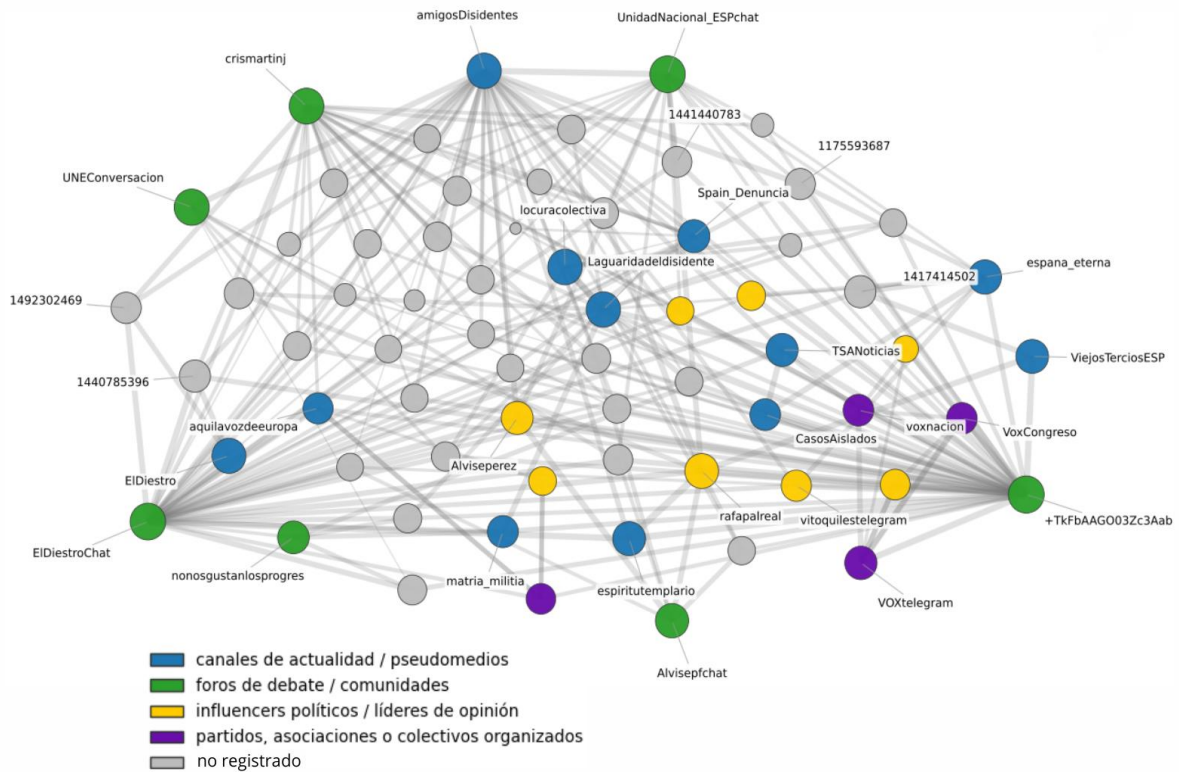
Categoría	N mensajes	Tipos de mensaje: Originales / Respuestas / Reenvíos (n; %)	Origen de reenvíos: desde canal / desde usuario (n; %)
Foros de debate / comunidades	3.912.755	981.435 (25,08%) / 2.386.849 (61,00%) / 544.471 (13,92%)	461.534 (84,77%) / 65.962 (12,11%)
Canales de actualidad / pseudomedios	812.889	575.047 (70,74%) / 48.510 (5,97%) / 189.332 (23,29%)	173.447 (91,61%) / 6.145 (3,25%)
Influencers políticos / líderes de opinión	153.573	129.649 (84,42%) / 477 (0,31%) / 23.447 (15,27%)	21.559 (91,95%) / 83 (0,35%)
Partidos, asociaciones o colectivos organizados	81.113	61.548 (75,88%) / 6.276 (7,74%) / 13.289 (16,38%)	12.914 (97,18%) / 278 (2,09%)
Total	4.960.330	1.747.679 (35,23%) / 2.442.112 (49,23%) / 770.539 (15,53%)	669.454 (86,88%) / 72.468 (9,40%)

Fuente: Elaboración propia. Nota: No se muestran en la tabla los mensajes con origen no identificable que son consecuencia de falta de información derivada del proceso de extracción (n=28617; 3,71%).

Los foros de debate y comunidades concentran la mayoría de las respuestas —61%—, mientras que los canales de actualidad y pseudomedios destacan por el peso de los mensajes originales —70,74%— y una proporción relevante de reenvíos —23,29%—. Los influencers alcanzan la cifra más alta de originales —84,42%—, con respuestas prácticamente residuales —0,31%— y reenvíos moderados —15,27%—. Por último, partidos/colectivos muestran también un predominio de originales —75,88%— con presencia no despreciable de respuestas (7,74%) y reenvíos (16,38%).

Del mismo modo, si atendemos a los flujos de mensajes reenviados entre canales, observamos en la Figura 3 que los canales de actualidad y pseudomedios aparecen con volúmenes de emisión elevados —por ejemplo, ElDiestro y Espíritu Templario con ≈ 17.501 y ≈ 13.080 reenvíos emitidos—. En foros de debate y comunidades destacan volúmenes de recepción —por ejemplo, +TkFbAAGO03Zc3Aab ≈ 95.618 ; UnidadNacional_ESPchat ≈ 68.725 ; ElDiestroChat ≈ 60.546 —. En influencers, se observan volúmenes de emisión moderados —por ejemplo, Rafa Pal ≈ 6.401 ; Alvisé Pérez ≈ 6.322 —. En partidos, asociaciones y colectivos organizados, VOXtelegram aparece entre los emisores con ≈ 8.019 . Asimismo, se identifican pares de reenvío de alto peso, como ElDiestro a ElDiestroChat — ≈ 17.501 — y une80 a UnidadNacional_ESPchat — ≈ 19.353 —.

Figura 3: Flujos de mensajes reenviados entre canales según categoría



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Para que la red sea legible, se han quitado conexiones con menos de 5 reenvíos; por cada canal emisor se conserva como máximo 5 destinos que cubren el 90% de sus reenvíos; se limita a 1.000 conexiones y eliminamos canales con menos de 4 conexiones. El tamaño del canal resume su flujo total (entradas+salidas) con una escala suavizada y el grosor de las líneas indica cuántos reenvíos hay. La disposición se calcula con un diseño por fuerzas — misma semilla para reproducibilidad— evitando solapes, y solo se etiquetan los 30 canales con más flujo.

En suma, Tabla 4 y Figura 3 describen un ecosistema en el que coexisten interacción conversacional — respuestas— y redistribución —reenvíos—, pero distribuidas de forma desigual según la categoría. Los foros de debate y comunidades concentran la conversación cotidiana y aparecen como principales espacios de recepción y discusión del contenido; los canales de actualidad y pseudomedios combinan una producción mayoritariamente original con una capacidad destacada de emisión y circulación; los influencers políticos y líderes de opinión se caracterizan por una comunicación principalmente unidireccional —muchos originales y pocas respuestas—; y los partidos, asociaciones y colectivos organizados presentan un perfil intermedio.

Si atendemos a la multimodalidad en el contenido de los canales, la Tabla 5 permite observar cómo se distribuyen los mensajes en función de su tipología y tamaño de bloque. La gran mayoría de la producción corresponde a mensajes de solo texto, que representan aproximadamente tres cuartas partes del total — 74,81%—.

Tabla 5: Proporción y tamaño de bloque por tipo de contenido

Tipo de contenido	N de bloques de contenido	Tamaño medio del bloque	Desviación estándar	Tamaño máximo del bloque	% del contenido
audio	13.902	1	0	1	0,29
audio+texto	3.280	1,02	0,20	6	0,07
doc	9.938	1	0	1	0,21
doc+texto	3.794	1,14	0,95	22	0,08
imagen	203.551	1	0	1	4,26
imagen+texto	396.369	1,14	0,63	27	8,30
vídeo	123.644	1	0	1	2,59
vídeo+texto	448.953	1,06	0,42	22	9,40
texto	3.574.435	1	0	1	74,81

Fuente: Elaboración propia. Nota: La suma del total de nº bloques no coincide con el total de mensajes porque la consolidación de bloques homogéneos con texto reduce el universo.

No obstante, los mensajes que combinan texto con otros formatos adquieren un peso relevante. Destacan los bloques de imagen+texto —8,30%— y vídeo+texto —9,40%—, que en conjunto representan casi una quinta parte del corpus. Además, el tamaño máximo alcanzado en algunos de estos bloques —27 en imagen+texto y 22 en vídeo+texto— muestra que existen publicaciones que agrupan múltiples piezas en una misma unidad. En contraste, los formatos de solo multimedia —imágenes, vídeos, audios o documentos sin acompañamiento textual— tienen una presencia reducida, con porcentajes que rara vez superan el 4%.

Observada la predominancia del texto en el corpus, conviene atender a la Tabla 6 que añade un matiz importante al examinar diferencias en la longitud de los textos según categoría. Aquí, la DE se interpreta como variación típica de caracteres respecto a la media, y el coeficiente de variación permite comparar heterogeneidad relativa entre categorías con longitudes medias distintas. En este sentido, observamos que existen dos tendencias claramente diferenciadas. Por un lado, los foros de debate y comunidades presentan una longitud media relativamente baja —160 caracteres— y un coeficiente de variación elevado — $\approx 1,9$ —, junto con máximos cercanos a los 9.800 caracteres. Esto quiere decir que, aunque predominan intervenciones breves, la categoría combina de forma recurrente aportes muy extensos con otros muy cortos, mostrando una estructura textual altamente heterogénea y episodios puntuales de mensajes largos. Por otro lado, los canales de actualidad y pseudomedios muestran la longitud media más alta —354 caracteres— y un máximo superior a los 11.000 caracteres. Por tanto, comparativamente tienden a publicar textos más desarrollados y, además, contienen algunos casos excepcionalmente largos que estiran la distribución hacia la cola derecha, coherentes con piezas tipo comunicado, transcripción o agregación de contenido.

Tabla 6: Longitud de los textos medida en caracteres según categoría

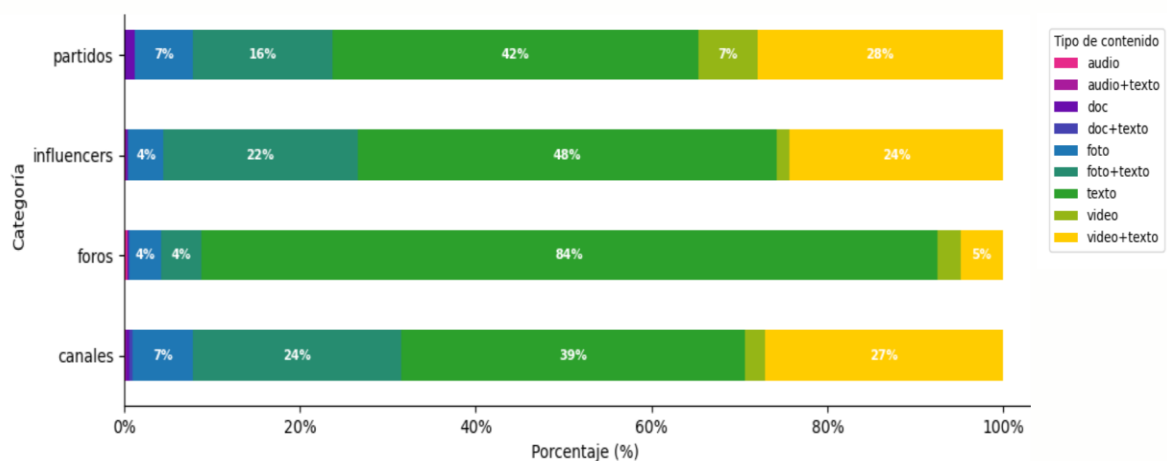
Categoría	Longitud media	Desviación estándar	Coefficiente de variación	Longitud máxima
canales de actualidad / pseudomedios	354,33	397,06	1,12	11346
foros de debate / comunidades	160,37	303,90	1,89	9795
influencers políticos / líderes de opinión	271,76	349,33	1,28	6564
partidos, asociaciones o colectivos organizados	285,86	275,07	0,96	5044

Fuente: Elaboración propia. Nota: Coeficiente de variación (CV) = desviación / media.

Los influencers se sitúan en un punto intermedio —272 caracteres— con coeficiente de variación $\approx 1,28$, lo que apunta a una mezcla de formatos breves de impacto con mensajes más explicativos, aunque con menos dispersión relativa que los foros. Por último, los partidos, asociaciones y colectivos organizados registran una media de 286 caracteres y el coeficiente de variación más bajo — $\approx 0,96$ —. Esto significa que, aun manteniendo longitudes medias comparables a los influencers, su producción es relativamente más uniforme y estandarizada, con menos variabilidad proporcional en la extensión de los textos.

Si atendemos a estas mismas categorías de canal, en la Figura 4 se aprecian diferencias en la proporción de tipos de contenido presentes en cada una. Los foros de debate y comunidades presentan un predominio del texto —84%—. Esto indica que su comunicación se articula de forma mayoritaria en escritura, con una presencia comparativamente reducida de formatos híbridos y audiovisuales. Los influencers políticos y líderes de opinión combinan texto —48%— con vídeo+texto —24%— e imagen+texto —22%—. Este reparto sugiere un perfil más multimodal, donde aproximadamente la mitad de la producción incorpora soportes visuales acompañados de texto.

Figura 4: Proporción de bloque por tipo de contenido según categoría del canal



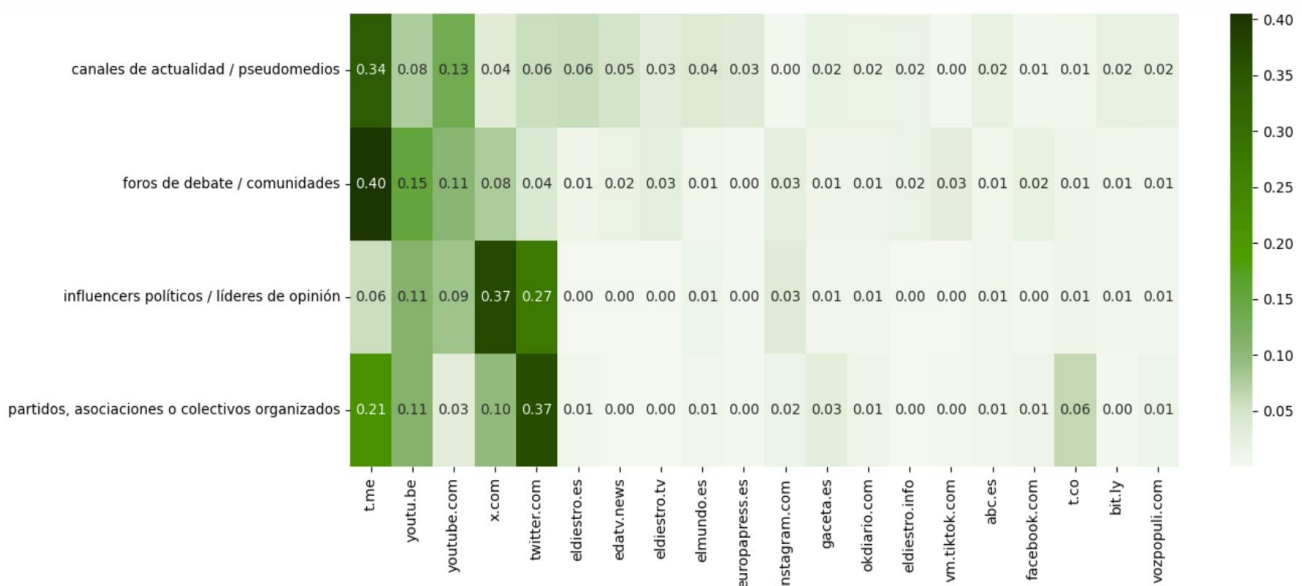
Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, las categorías canales de actualidad y pseudomedios, y partidos, asociaciones y colectivos organizados son las que mayor multimodalidad presentan. Los canales de actualidad y pseudomedios muestran un peso del texto del 39%, junto a vídeo+texto —27%— e imagen+texto —24%—; y los partidos, asociaciones y colectivos organizados distribuyen su producción entre texto —42%—, vídeo+texto —28%— e imagen+texto —16%—. En ambas, el texto sigue siendo el formato más frecuente, pero coexiste con una

cuota significativa de contenidos híbridos, aunque con menor peso relativo de imagen+texto que en influencers y pseudomedios.

Respecto a las estrategias multiplataforma, destaca que, de los 4.960.330 mensajes del corpus, 1.031.287 contenían al menos un enlace —20,79%—, con 23.826 dominios únicos. Según la Figura 5, los foros de debate y comunidades concentran una parte importante de sus enlaces en dominios internos de Telegram —t.me, 40%—. En los influencers políticos y líderes de opinión, destaca Twitter/X —64% en conjunto— y, en menor medida, YouTube —20%— y t.me —6%—. En los canales de actualidad y pseudomedios aparece un peso relevante de t.me —34%— y una presencia destacada de dominios propios —eldiestro.es, edatv.news, gaceta.es—. En partidos, asociaciones y colectivos organizados, se observa un perfil mixto, con t.me —21%— y Twitter/X —47% en conjunto—.

Figura 5: Mapa de calor de los veinte dominios más frecuentes



Fuente: Elaboración propia. Nota: Las proporciones están expresadas sobre 1.

En definitiva, las Tablas 5 y 6 y la Figura 4 describen un ecosistema con predominio del texto, pero con una presencia relevante de formatos híbridos y diferencias claras entre categorías tanto en la composición del contenido como en el estilo textual, lo que apunta a una especialización en formatos y estilos comunicativos. Por su parte, la Figura 5 sintetiza la dimensión multiplataforma mediante los patrones de enlace, mostrando que la circulación hacia dominios internos y externos no se distribuye de forma homogénea entre categorías, sino que adopta perfiles diferenciados.

5. Discusión

En conjunto, los resultados describen un ecosistema con perfiles diferenciados por categoría en tamaño de audiencia, volumen y regularidad de publicación, dinámicas de interacción y redistribución, formatos, y derivaciones a plataformas externas. Respecto a H1, los resultados son coherentes con la hipótesis de división funcional que sostiene Siapera (2023), en la medida en que se observan asimetrías sistemáticas entre visibilidad y producción. En particular, la categoría de influencers políticos y líderes de opinión

concentra la mayor audiencia —Figuras 1 y 2—, pero su volumen de mensajes es reducido —3,10% del total en la Tabla 1—. Este desacople entre alcance potencial y productividad sugiere que su centralidad podría apoyarse menos en la cantidad de contenido emitido y más en su capacidad de generar atención episódica y desencadenar circuitos de redistribución. Este mecanismo es compatible con dinámicas de personalización de la intermediación y con lógicas de *issue attention* —donde determinados actores capturan picos de visibilidad alrededor de eventos, polémicas o ventanas de oportunidad—, lo que podría contribuir a explicar la volatilidad observada en su serie de audiencia estimada. A la vez, la concentración del volumen conversacional en foros de debate y comunidades —78,88% de los mensajes en la Tabla 1 y 61% de respuestas en la Tabla 4— apunta a que el grueso de la actividad cotidiana del ecosistema se sostiene en espacios de conversación y reacción, que operan como infraestructura de interacción y procesamiento del contenido que circula desde otros nodos.

La Tabla 2 refuerza esta lectura al mostrar que los foros combinan gran volumen con elevada variabilidad, es decir, oscilaciones diarias de magnitud comparable o superior a su media. Sin afirmar causalidad, este patrón es compatible con una lógica de reactividad a coyunturas —cuando eventos externos o internos desencadenan picos de actividad conversacional—. En contraste, los pseudomedios muestran una producción más constante y una cobertura temporal alta, lo que encaja con un rol más próximo a la continuidad informativa. Partidos, asociaciones o colectivos organizados presentan menor volumen y menor densidad temporal, un perfil que podría ser compatible con una comunicación más dependiente de hitos —campañas, actos o momentos institucionales.

Los flujos de interacción y redistribución de la Tabla 4 y la Figura 3 refuerzan esta lectura de roles. Los foros concentran gran cantidad de respuestas, mientras pseudomedios combinan alta proporción de mensajes originales y reenvíos —70,74% y 23,29%—, e influencers muestran bastantes mensajes originales con respuestas residuales —84,42% y 0,31%—. La Figura 3 añade una perspectiva de direccionalidad en la que se observa que ciertos pseudomedios aparecen como emisores intensivos —por ejemplo, ElDiestro ≈ 17.501 —, mientras que los foros destacan como receptores —por ejemplo, ElDiestroChat ≈ 60.546 —, y se identifican flujos de distribución con un alto peso como en: ElDiestro a ElDiestroChat ≈ 17.501 o *une80* a *UnidadNacional_ESPchat* ≈ 19.353 . Estos patrones son compatibles con la existencia de «tuberías» relativamente estables entre nodos editoriales y espacios conversacionales, donde el contenido se redistribuye y se somete a discusión, amplificación o recontextualización.

Como apunte adicional, la magnitud del borrado sugiere que la supresión de contenido es un rasgo relevante del entorno —32,06% del universo reconstruido en la Tabla 3—, concentrado especialmente en foros —36,89% de su categoría— y con intensidades diarias altas —máximo 3.385—. Este patrón podría ser compatible con dinámicas de interacción intensiva, depuración de conversaciones o gestión contingente de contenidos en espacios con alta reactividad, frente a canales con lógicas más unidireccionales o editoriales como puedan ser los partidos, asociaciones y colectivos organizados, influencers políticos y líderes de opinión o canales de actualidad y pseudomedios.

En conjunto, las diferencias entre categorías —en audiencia, producción, estabilidad y tipo de interacción— aportan evidencia que permite verificar la primera hipótesis (H1).

Atendiendo a la segunda hipótesis del estudio, el predominio del texto sugiere que la escritura sigue siendo el soporte principal del ecosistema, especialmente en foros de debate y chats de comunidades. No obstante,

la presencia no marginal de formatos híbridos, junto con su distribución desigual por categoría, es consistente con una multimodalidad entendida como recurso estratégico (Zhang y Davis, 2022) más que como norma homogénea. En particular, influencers y pseudomedios presentan proporciones altas en los formatos vídeo+texto e imagen+texto —Tabla 5 y Figura 4—, lo que podría reflejar una preferencia por piezas con mayor potencial de circulación y anclaje afectivo —en línea con lo sugerido por la literatura sobre multimodalidad en la *far-right*—. Además, los tamaños máximos de bloque —hasta 27 en imagen+texto y 22 en vídeo+texto en la Tabla 5— apuntan a la existencia de publicaciones «contenedor» que agrupan múltiples piezas en una sola unidad, lo que podría funcionar como mecanismo de empaquetado y redistribución.

La Tabla 6 añade otra dimensión de especialización: la longitud media y la heterogeneidad del texto varían por categoría. La categoría de pseudomedios presenta textos más largos, mientras que los foros muestran textos más breves pero muy heterogéneos, compatible con intercambios fragmentados donde coexisten réplicas cortas y aportaciones largas. La categoría de influencers se sitúa en un punto intermedio —media 272— con variabilidad alta — $CV \approx 1,28$ —, lo que podría ser coherente con un repertorio mixto —desde mensajes breves de impacto hasta explicaciones más extensas—. Así, la multimodalidad y el estilo textual aparecen distribuidos de forma consistente con una especialización en formatos y estilos comunicativos, quedando respaldada H2.

En relación con H3, los patrones de enlace sostienen la idea de una interconexión multiplataforma estructural de Urman y Katz (2020) pero diferenciada por rol del canal. En la categoría de foros destaca la centralidad de enlaces internos —t.me, 40% en la Figura 5—, lo que es compatible con una función de articulación intra-plataforma —redirección y circulación interna entre canales y chats—. Por el contrario, en influencers aparece un uso intenso de Twitter/X —64%— y YouTube —20%—, lo que sugiere una integración de Telegram en una ecología de contenidos donde Telegram actúa como nodo de redistribución y agregación de materiales originados fuera. Por su parte, la categoría pseudomedios destaca, además del peso de t.me —34%—, la presencia de dominios propios, lo que podría ser compatible con estrategias de consolidación editorial y derivación de tráfico hacia webs y portales informativos. Finalmente, en partidos y colectivos, el perfil mixto —t.me 21% y Twitter/X 47%— sugiere una combinación de comunicación interna y proyección hacia plataformas convencionales. Como resultado, la estrategia heterogénea de derivación a plataformas externas parece ser consistente con la tercera hipótesis propuesta (H3).

6. Conclusiones

Este estudio ofrece una primera aproximación sistemática al ecosistema *alt-tech* español de *far-right* en Telegram y sugiere que, al menos en términos estructurales y funcionales, este conjunto de canales podría considerarse un caso relevante de dicho fenómeno. La evidencia apunta a una clara división funcional: los pseudomedios aportan continuidad informativa, los influencers políticos y líderes de opinión concentran visibilidad y picos de atención, los foros de debate y comunidades sostienen el grueso del volumen conversacional y la reactividad, mientras que partidos, asociaciones y colectivos organizados ocupan una posición más acotada y asociada a usos institucionales y de campaña.

Estos hallazgos apuntan a que estos canales de Telegram no actúan solo como un espacio de contenidos afines, sino como una infraestructura de coordinación narrativa que permite a la *far-right* ensamblar, con bajo coste, una cadena comunicativa relativamente eficiente: nodos con capacidad de agenda —pseudomedios e influencers— disparan temas y marcos, mientras los espacios conversacionales funcionan como «máquinas de traducción» que convierten piezas dispersas en interpretaciones compartidas, legitimadas por la repetición, el comentario y la sanción grupal. Desde esta perspectiva, la especialización por roles y la multimodalidad no serían meros estilos diferenciados, sino mecanismos complementarios de movilización: lo visual e híbrido maximiza impacto afectivo y memeticidad; lo textual sostiene discusión, vigilancia identitaria y producción de sentido; y el enlace multiplataforma sugiere una estrategia de resiliencia comunicativa y circulación cruzada que amortigua la moderación en plataformas centrales y facilita la captación de públicos en distintos umbrales de politización. Además, la elevada supresión de mensajes podría interpretarse no sólo como «ruido» del entorno, sino como un posible indicador de gestión táctica —borrado preventivo, limpieza de huellas, control interno del encuadre— o de fricción recurrente entre espontaneidad conversacional y disciplina del grupo. Como resultado, más que un ecosistema homogéneo, lo observado apunta a una arquitectura que profundiza la radicalización y la cohesión de contraesferas: menos orientada a persuadir a audiencias externas de forma directa y más a estabilizar marcos, reforzar fronteras identitarias y sostener repertorios de acción en el contexto español.

Estas conclusiones deben leerse con cautela, ya que es muy probable que, más allá del conjunto de canales públicos analizados, exista una red de chats privados, cuya función no sería desdeñable dentro del ecosistema. Pese a ello, el conjunto de canales analizado ofrece un mapa consistente de roles y vínculos comunicativos que aporta evidencia sobre la existencia de un ecosistema *alt-tech* para el caso español. Futuras investigaciones podrían profundizar en el análisis de contenidos y marcos narrativos, en la articulación entre Telegram y otras plataformas, y en la evolución temporal en torno a episodios críticos. De este modo, se avanzaría hacia una comprensión más precisa de cómo estos entornos *alt-tech* median la visibilidad, la movilización y la configuración de contra-públicos en el contexto español.

Agradecimientos / Financiación

Esta investigación se ha realizado en el marco del proyecto *Desafiar las narrativas online de odio político y misoginia* (ref. PID2023-147506OB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) del Gobierno de España, en la convocatoria 2023 de Proyectos de Generación de Conocimiento del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2021–2023.

Conflicto de intereses

El autor declara no tener conflicto de intereses.

Declaración ética

Este estudio se llevó a cabo de acuerdo con los principios de la investigación científica y no requirió aprobación adicional de un comité de ética.

Declaración de uso de IA

Se utilizaron herramientas de IA generativa para tareas de programación y depuración de código.

Disponibilidad de datos

Los datos que sustentan los hallazgos de este estudio están disponibles previa solicitud.

Contribuciones de autoría

El autor es el único responsable de la concepción, investigación, redacción y revisión de este manuscrito.

Referencias

- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons.
- Bennett, W. L., y Segerberg, A. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Brosius, H. B., Haim, M., y Weimann, G. (2019). Diffusion as a future perspective of agenda setting. *The Agenda Setting Journal*, 3(2), 123-138. <https://doi.org/10.1075/asj.18022.hai>
- Buehling, K., y Heft, A. (2023). Pandemic Protesters on Telegram: How Platform Affordances and Information Ecosystems Shape Digital Counterpublics. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231199430>
- Burnett, G. (2000). Information exchange in virtual communities: a typology. *Information research*, 5(4). <http://informationr.net/ir/5-4/paper82.html>
- Caiani, M., y Parenti, L. (2013). *European and American Extreme Right Groups and the Internet*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315580845>
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Plaza & Janés.
- Cotarelo, R. (2013). *Ciberpolítica: las nuevas formas de acción y comunicación políticas*. Tirant lo Blanch.
- Dávila de León, C., y Jiménez García, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista De Psicología*, 32(2), 271–302. <https://doi.org/10.18800/psico.201402.004>
- Dehghan, E., y Nagappa, A. (2022). Politicization and Radicalization of Discourses in the Alt-Tech Ecosystem: A Case Study on Gab Social. *Social Media + Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221113075>
- Doerr, N., y Svatoňová, E. (2025). Emphasised, feared, despised and hegemonic: images of femininity in the US far-right digital ecosystem on Telegram channels. *European Journal of Politics and Gender*, 8(3), 541-561. <https://doi.org/10.1332/25151088Y2023D000000001>
- Donovan, J., Lewis, B., y Friedberg, B. (2018). Parallel Ports. En Fielitz, M. y Thurston, N. (Eds.), *Post-digital cultures of the far right: Online actions and offline consequences in Europe and the US* (pp. 49-65). Transcript Verlag.
- Echeverría, J. P. (1995). Rousseau y la idea de comunidad política. *Isegoría*, 0(11), 126-143. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/rousseau-y-la-idea-de-comunidad-politica/docview/1303076987/se-2>
- Ermoshina, K., y Musiani, F. (2021). The Telegram ban: How censorship «made in Russia» faces a global Internet. *First Monday*, 26(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i5.11704>
- Fernández-Prados, J. S. (2012). Ciberactivismo: Conceptualización, hipótesis y medida. *Arbor*, 188(756), 631-639. <https://doi.org/10.3989/arbor.2012.756n4001>
- Fisher, K. E., y Bishop, A. P. (2015). Information communities: Defining the focus of information service. En Hirsh, S. (Ed.), *Information services today: an introduction* (pp. 20-26).
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. En C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 109–142). MIT Press.
- Hawley, G. (2017). *Making sense of the alt-right*. Columbia University Press.
- Heslep, D. G., y Berge, P. (2021). Mapping Discord's darkside: Distributed hate networks on Disboard. *New Media & Society*, 26(1), 534-555. <https://doi.org/10.1177/14614448211062548>
- Hill, A. (2024). The case against «alt-right»: A review and typology of scholarly approaches. *The Communication Review*, 27(4), 411–440. <https://doi.org/10.1080/10714421.2024.2383813>

- Holt, K. (2019). *Right-Wing Alternative Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429454691>
- Jacob, M. K. (2001). Hacia una redefinición del concepto de comunidad-cuatro ejes para un análisis crítico y una propuesta. *Revista de Psicología*, 10(2), 49-60. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2001.18572>
- Lonami. (2025). Telethon (v1.41.1) [Software de computadora]. GitHub.
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Alianza Editorial
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., y Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual review of sociology*, 27(1), 415-444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Mudde, C. (2019). *The far right today*. Medford, MA: Polity.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
- O'Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., y Cunningham, P. (2013). An Analysis of Interactions within and between Extreme Right Communities in Social Media. En M. Atzmueller, A. Chin, D. Helic, y A. Hotho (Eds.), *Ubiquitous Social Media Analysis* (pp. 88-107). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-45392-2_5
- Plantin, J. C., Lagoze, C., Edwards, P. N., y Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293-310. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Porter, C. E. (2004). A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Reijven, M. H., Cho, S., Ross, M., y Dori-Hacohen, G. (2020). Conspiracy, religion, and the public sphere: The discourses of far-right counterpublics in the US and South Korea. *International Journal of Communication*, 14, 20.
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community, revised edition: Homesteading on the electronic frontier*. MIT press.
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213-229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>
- Sandoval Forero, E. A. (2007). Cibersocioantropología de comunidades virtuales. *Revista Argentina de Sociología*, 5(9), 64-89.
- Santos, M., Saldaña, M., y Tsyganova, K. (2021). Subversive affordances as a form of digital transnational activism: The case of Telegram's native proxy. *New Media & Society*, 26(1), 131-153. <https://doi.org/10.1177/14614448211054830>
- Savolainen, R. (2009). Small world and information grounds as contexts of information seeking and sharing. *Library & Information Science Research*, 31(1), 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2008.10.007>
- Siapera, E. (2023). Alt Tech and the public sphere: Exploring Bitchute as a political media infrastructure. *European Journal of Communication*, 38(5), 446-465. <https://doi.org/10.1177/02673231231189041>
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of communication*, 60(3), 556-576.
- Toepfl, F., y Piwoni, E. (2015). Public spheres in interaction: Comment sections of news websites as counterpublic spaces. *Journal of Communication*, 65(3), 465-488. <https://doi.org/10.1111/jcom.12156>
- Urman, A., y Katz, S. (2020). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 25(7), 904-923. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1803946>
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

- Van Raemdonck, N., y Pierson, J. (2021). Taxonomy of social network platform affordances for group interactions. En *2021 14th CMI International Conference-Critical ICT Infrastructures and Platforms (CMI)* (pp. 1-8). IEEE.
- Vergani, M., Martínez Arranz, A., Scrivens, R., y Orellana, L. (2022). Hate Speech in a Telegram Conspiracy Channel During the First Year of the COVID-19 Pandemic. *Social Media + Society*, 8(4). <https://doi.org/10.1177/20563051221138758>
- Walther, S., y McCoy, A. (2021). US extremism on Telegram. *Perspectives on Terrorism*, 15(2), 100-124. <https://www.jstor.org/stable/27007298>
- Zhang, X., y Davis, M. (2024). E-extremism: A conceptual framework for studying the online far right. *New Media & Society*, 26(5), 2954-2970. <https://doi.org/10.1177/14614448221098360>
- Zhang, X., y Davis, M. (2022). Transnationalising reactionary conservative activism: A multimodal critical discourse analysis of far-right narratives online. *Communication Research and Practice*, 8(2), 121–135. <https://doi.org/10.1080/22041451.2022.2056425>