

El uso de estrategias y técnicas propagandísticas evocadoras de miedo en las distopías audiovisuales. El caso de Gilead en *El cuento de la criada*

The use of fear-inducing propaganda strategies and techniques in audio-visual dystopias. The case of Gilead in The Handmaid's Tale



Sara Rebollo-Bueno. Desarrolla su actividad investigadora y docente en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla gracias a un contrato del programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU) otorgado por el Ministerio de Universidades del Gobierno de España. Es miembro del grupo de investigación sobre Comunicación Política, Ideología y Propaganda (IDECO) de la misma universidad. Asimismo, es secretaria editorial de la revista científica *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. Es graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, así como máster en Comunicación Institucional y Política, en el cual obtuvo la calificación de Premio Extraordinario de Fin de Estudios. Sus líneas de investigación se centran en la propaganda, en concreto, en el uso de las emociones, especialmente, el miedo, así como en el estudio de la ideología en la cultura de masas.

Universidad de Sevilla, España
srebollo@us.es
ORCID: 0000-0001-8179-6562

Recibido: 28/09/2021 - Aceptado: 02/03/2022 - En edición: 09/03/2022 - Publicado: 01/07/2022 Received: 28/09/2021 - Accepted: 02/03/2022 - Early access: 09/03/2022 - Published: 01/07/2022

Resumen:

Este estudio aborda el uso de estrategias y técnicas generadoras de miedo de la teoría de la propaganda en el audiovisual, enfocándose en el análisis de la serie distópica de *El cuento de la criada*. El miedo es utilizado en propaganda como una herramienta de control social y dominación política. Esta investigación plantea si este instrumento propagandístico se utiliza en los sistemas políticos representados en el audiovisual, pues estos son reflejos de los miedos actuales en un futuro catastrófico. Para esto, utiliza un análisis de contenido que se aplica a las tres primeras temporadas de la serie mencionada a través de las escenas en las que aparecen Fred Waterford, Serena Joy y Tía Lydia, como representantes de Gilead en la narrativa.

Palabras clave:

Audiovisual; distopía; propaganda; miedo; series de televisión.

Abstract:

The present study addresses the use of fear-generating strategies and techniques related to the theory of propaganda in audio-visual productions, focusing on the analysis of the dystopian series known as The Handmaid's Tale. Although fear is commonly used in propaganda as a tool for social control and political domination, this study asks whether it is used in the political systems represented in audio-visual dystopias, as these are reflections of current fears of a catastrophic future. To achieve this objective, the study herein uses content analysis applied to the first three seasons of the aforementioned series through scenes in which Fred Waterford, Serena Joy and Aunt Lydia appear in the narrative as representatives of Gilead.

Keywords:

Audiovisual; dystopia; propaganda, fear; television series.

Cómo citar este artículo:

Rebollo-Bueno, S. (2022). El uso de estrategias y técnicas propagandísticas evocadoras de miedo en las distopías audiovisuales. El caso de Gilead en *El cuento de la criada*. *Doxa Comunicación*, 35, pp. 149-164.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1495>

1. Introducción

En diferentes ocasiones, se ha estudiado cómo la propaganda está presente en los productos de la cultura de masas. Como ejemplo, Hernández-Santaolalla (2011) expone detalladamente cómo se construyen los enemigos en las series de televisión partiendo de la teoría de la propaganda. Por tanto, es indiscutible que la presencia de este fenómeno comunicativo en la narrativa audiovisual es de gran importancia.

El miedo es una herramienta utilizada en propaganda política muy eficaz y que conlleva un alto grado de control y dominación social y política (Pratkanis y Aronson, 1994). Ante esto, revisando la teoría de la propaganda, se identifican estrategias y técnicas evocadoras de miedo en autores como Brown (1995), Domenach (1962) o Morelli (2002), entre otros. Estos explican estrategias como el “voto del miedo” (Zepeda, 2012) o los fundamentos de la propaganda de guerra (Morelli, 2002). Todos ellos teniendo en cuenta la trascendencia de esta emoción en propaganda.

Analizando los estudios sobre distopías audiovisuales como Claeys (2016) o Uribes Montes (2015), se obtiene que esta emoción también tiene un gran peso en las narraciones distópicas, pues estas suelen ser el reflejo de los miedos del presente en un futuro catastrófico. En definitiva, el miedo es una emoción de gran importancia en las narrativas distópicas tanto en su forma, como en su desarrollo narrativo.

El interés de este estudio reside en que *El cuento de la criada* está muy marcada por la emoción del miedo (Hernández-Ruiz, 2019). Sin embargo, los estudios se centran en el miedo como género narrativo, obviando el hecho de que Gilead, como sistema político que ha tenido que alcanzar el poder y, ahora, mantenerlo y reforzarlo, haya utilizado técnicas y estrategias propagandísticas evocadoras de miedo. Este estudio trata de vislumbrar si se ha utilizado el miedo como herramienta propagandística, además de conocer las temáticas con las que se han evocado dicha emoción y conocer si las estrategias y técnicas utilizadas son las que se encuentran en la teoría propagandística. Si es afirmativo, supondría que la ficción refleja el procedimiento propagandístico evocador de miedo utilizado en la realidad política.

1.1. El miedo como controlador social

Siendo el miedo el eje principal de este estudio es indispensable aportar una definición:

El miedo [...] es una emoción caracterizada por un intenso sentimiento [...] provocado por la percepción de un peligro, real o supuesto, presente o futuro. Es una emoción primaria que se deriva de una aversión natural al riesgo o la amenaza (Barrera Méndez, 2010: 9).

El miedo tiene un papel importante en la sociedad actual, de hecho, esta se caracteriza por tener implantada la “Cultura del miedo” (Furedi, 2007). Con este término, el autor hace referencia al clima social y cultural que hace que los individuos se sientan en permanente alarma, donde la inseguridad y la incertidumbre son una constante en la vida de los ciudadanos. El miedo se torna como una emoción esencial para entender la sociedad y los individuos.

Esta situación genera una atmósfera que facilita, no solo la imposición de medidas de seguridad por parte del poder, sino, además, la aceptación de la sociedad de dichas medidas, a pesar del control social (Couto, 2015). Bauman (2003) entiende el concepto de seguridad y libertad como antípodas, las cuales no pueden darse nunca en el mismo momento: “Promover la seguridad siempre

exige el sacrificio de la libertad, [...] la libertad sólo puede ampliarse a expensas de la seguridad” (Bauman, 2003: 27). Como afirma Korstanje (2010), la emoción del miedo lleva a los individuos a aceptar una posición pasiva, pues ya exponía Ordoñez (2006) que el miedo es un paralizador y ayuda a que los receptores adopten medidas, aunque sean preventivas (Pratkanis y Aronson, 1994).

La “Cultura del miedo” es aprovechada por el poder político, no solo para implantar las medidas de “seguridad”, sino para incitar a los individuos a tener miedo de prácticamente todo (Furedi, 2007), con el objetivo de obtener y/o mantener el poder. De hecho, Mantilla-Valbuena (2008) expone que la emoción del miedo es una herramienta perfecta para obtener la dominación política y el control social. Por esto, se ha utilizado con dichos objetivos desde los orígenes del ser humano y las sociedades (Zepeda, 2012), pues cultivando esta atmósfera de miedo es más fácil presentarse como suministradores de seguridad y protección (Useche Aldana, 2008):

1.2. Técnicas y estrategias evocadoras del miedo en la propaganda política

En primer lugar, es importante dar una definición de propaganda que permita conocer en qué consiste este fenómeno:

La propaganda es un fenómeno comunicativo de contenido y fines ideológicos mediante el cual un Emisor (individual o colectivo) transmite interesada y deliberadamente un Mensaje para conseguir, mantener o reforzar una posición de poder sobre el pensamiento o la conducta de un Receptor (individual o colectivo) cuyos intereses no coinciden necesariamente con los del Emisor (Pineda, 2006: 228).

Sabiendo que el poder político utiliza la emoción del miedo como una herramienta de control social, se concluye que el miedo es un instrumento utilizado por partidos políticos para persuadir a los ciudadanos (Pratkanis y Aronson, 1994). El miedo es una herramienta propagandística eficaz, pues las emociones negativas se intensifican al dejar a los ciudadanos con las necesidades básicas sin cubrir (Brown, 1995). La inseguridad en la “Cultura del miedo” se entiende como una necesidad básica, la cual hay que resolver con la mayor rapidez posible (Dallos y Seghezze, 2015). La ausencia de seguridad lleva al individuo a sentir la emoción del miedo (Cortés, 2012). Esto implica que haya un grupo amenazado ante ese peligro, aquel que teme o por los que se teme. Esto se convierte en una estrategia utilizada por los partidos políticos en su lucha por conseguir, mantener o reforzar el poder:

Toda campaña electoral exitosa articula sus estrategias no sólo con base en sus propuestas, ideas y proyectos de nación, sino también tomando en consideración la movilización de las emociones (principalmente la ira y el miedo) de los electores. [...] Miedo a que las cosas empeoren, a que se pierda lo que se tiene, se atente en contra del sistema de valores y creencias establecidas. Es decir, la estrategia electoral se centra en comunicar y hacer sentir a los votantes que si los opositores llegan al poder destruirán, acabarán amenazarán tanto el sistema de creencias, valores o propiedades, y generarán problemas a la estabilidad y el confort [...] poniendo en riesgo el futuro del país (Zepeda, 2012: 136).

Para esta estrategia, la propaganda política juega un papel esencial, con diferentes técnicas y herramientas. Un ejemplo es la creación del enemigo, pues la necesidad de señalar al enemigo y relacionarlo con todos los males y la culpa es necesario en el discurso (Pineda, 2004). Esta técnica ha sido muy estudiada, Morelli (2002) dedica cuatro de sus diez fundamentos esenciales de la propaganda de guerra a la culpabilización del enemigo. Estos son: (a) “el adversario es el único responsable de la guerra”, (b) “el enemigo tiene el rostro del demonio”, (c) “el enemigo provoca atrocidades a propósito, si nosotros cometemos errores es involuntariamente” y, por último, (d) “el enemigo utiliza armas no autorizadas” (Morelli, 2002). Por tanto, para la “creación del enemigo” hay unos

ítems importantes. Primero, señalarlo, decir quién es, además de relacionarlo con atrocidades, *atrocitry propaganda*. La *atrocitry propaganda* es una estrategia usada para vincular al enemigo con atrocidades deshumanizadas, las cuales las realiza deliberadamente y de forma planificada (Morelli, 2002). No obstante, hay ocasiones en las que el adversario, no tiene un rostro definido, sino que se trata de organizaciones más abstractas:

Fruto del propio contexto actual, las series de televisión contemporáneas muestran cada vez más situaciones en la que los héroes y heroínas deben enfrentarse a determinadas sociedades secretas y organizaciones poco definidas, que muestran la inseguridad latente en la sociedad por la sensación de estar viviendo en una situación de constante amenaza, donde el enemigo es prácticamente invisible y precisamente por ello más peligroso. Se genera así un clima de terror y desconfianza social, donde solo queda una certeza posible: es malo todo aquel que no sea yo, o a nivel grupal, son malos los otros porque son diferentes a nosotros (Hernández-Santaolalla, 2011: 766).

El fundamento de Morelli (2002), “el enemigo provoca atrocidades a propósito, si nosotros cometemos errores es involuntariamente”; ayuda a la polarización entre el “nosotros” y el “ellos”, también expuesta por Hernández-Santaolalla (2011). Esto es esencial para destacar las bondades del emisor y la maldad y amoralidad del adversario (Huici, 2017). Asimismo, Pineda (2006) observa que, dentro de las diferentes tipologías de propaganda política, la de negación utiliza mensajes de carga negativa, como descalificativos. Zepeda (2012) explica el proceso a seguir de la estrategia denominada “voto del miedo”. Este autor destaca la necesidad de que el emisor se presente a los ciudadanos como la única opción viable para acabar con las amenazas y los peligros que acechan, en definitiva, con el miedo. El autor expone la importancia de señalar la baja capacidad de los adversarios para hacer frente a las preocupaciones y miedos y, así, presentarse como única solución, como ya expuso Useche Aldana (2008). Zepeda (2012) también señala la necesidad de relacionar los peligros y amenazas con el contrincante político, lo cual está directamente relacionado con la creación del enemigo mencionada por Morelli (2002).

Es imprescindible acudir a Domenach (1962), pues enumera las reglas de la propaganda: (a) la simplificación, (b) el enemigo único; (c) la exageración/desfiguración; (d) la orquestación; (e) la transfusión; (f) la unanimidad. Todas estas reglas son esenciales para la creación de propaganda política según el autor. Algunas de ellas ya han sido mencionadas. Sin embargo, se hace necesario prestar atención a la transfusión. Esta regla, explica Domenach (1962), se basa en la dificultad de generar nuevas ideas y que prosperen y, como solución, la propaganda debe basarse en ideas, emociones, etc. que ya estén latentes en los emisores y guiar los esfuerzos comunicativos hacia esas ideas. Esto supone que el miedo es una emoción conocida, pero para que prosperen los esfuerzos propagandísticos se deberá enfocar las estrategias y técnicas hacia temáticas generadoras de miedo que ya estén presentes en la sociedad receptora.

1.3. *El miedo en las distopías audiovisuales*

Se destaca que las distopías nacen como respuesta negativa a las utopías:

The concept of dystopia [...] can, in several respects, be identified with the utopian tradition as such. [...] Dystopia emerges from the same set of problems: how to control industrialization, widespread poverty, the concentration of wealth, and an increasing tendency towards collectivist solutions to these issues. But in an age also characterized by growing individualism, some saw the more

repressive and puritanical attributes of the older utopian tradition as part of the problem rather than of the solution [...] Dystopia often implies a negative condition caused by an excess of (one or other kinds of) utopian zeal (Claeys, 2016: 274).

Por tanto, “utopía” es un concepto que alude a lo extremadamente bueno, mientras que el término de “distopía” es su antípoda (Uribe Montes, 2015). Sabiendo el origen, se presenta la definición:

La distopía quedaría definida como aquellas representaciones encargadas de escenificar futuros indeseables a través de la extrapolación de los males del presente, sean estos planteados en términos políticos (como por ejemplo, las posibilidades de una deriva totalitaria), sociales (el control de la vida, la superpoblación o la pérdida de valores), económicos (pobreza, desempleo) o ecológicos (escasez o agotamiento de recursos naturales, calentamiento global, contaminación...), así como también de los problemas derivados de estos (propagación de enfermedades, aumento de las manifestaciones xenófobas y racistas, intensificación de la misoginia, etc. (Rey Segovia, 2019: 73).

En definitiva, Uribe Montes (2015) expone que las distopías audiovisuales son el reflejo audiovisual de la incertidumbre de la sociedad ante el futuro “catastrófico” que les depara el presente. Como ya se mencionó, la “cultura del miedo” conlleva que los individuos convivan permanentemente con vulnerabilidad, inseguridad, miedo, etc. (Furedi, 2007).

Esta situación de inestabilidad e incertidumbre tiene su reflejo en las creaciones audiovisuales que tratan de representar a sociedades cínicas en las que las personas parecen tener un futuro poco halagüeño [...] en los últimos años, han aparecido diferentes tipos de distopías en el mundo de la ficción cinematográfica y televisiva que persiguen representar la sociedad actual o futura, situándola en un porvenir más o menos cercano (Uribe Montes, 2015: 10).

Las distopías tratan de que el lector o espectador entiendan la narración como un futuro aterrador posible, aquello que puede suceder si la situación presente sigue prosperando en el mismo camino:

Para el género de la distopía [...] es fundamental que el lector pueda concebir la historia como un aviso de aquello que puede llegar a suceder en su propio tiempo, para que quepa la posibilidad de albergar la esperanza de escapar de ese panorama pesimista (Moreno Trujillo, 2016: 188).

La relación entre las distopías y el miedo es muy estrecha pues trata de reflejar las consecuencias de los miedos que tiene la sociedad en el presente por el futuro fatídico que les depara (Rey Segovia, 2019). De hecho, Salvador (2015) expone como denominador común de una gran parte de las distopías el miedo: grandes temores colectivos.

La ficción distópica actúa como la imagen desbordada de su tiempo, al punto que podríamos decir que la condición distópica del relato es a su vez testigo de su época. Esta transformación, este cambio de punto de vista en el relato, se manifiesta en una ficción política pesimista que, buscando el mismo objetivo de la utopía [...] instala un sistema de opresión absoluto producido por una ideología dominante (Uribe Montes, 2015: 24-25).

Las distopías expresan la tendencia a la monstruosidad proyectando futuros negativos, inhumanos y opresivos (Claeys, 2016). Se trata de un desvío de las expectativas existentes en el presente respecto al futuro. Para esto, el miedo tiene un papel de relevancia, no solo por tratarse de narrativas que reflejan miedos actuales, sino por ser una emoción muy presente en estas narrativas (Salvador, 2015).

Cabe mencionar que las distopías pueden estar motivadas por un rechazo a lo tecnológico, al rápido desarrollo que se está viviendo en el presente en el campo de la ciencia y la tecnología, poniendo esto como punto de inflexión que ha llevado a la sociedad a ese futuro poco halagüeño (Rey Segovia, 2019). De hecho, Salvador (2015) explica rasgos comunes de las distopías: “Ponen de manifiesto las dos caras (positiva y negativa) que entraña el progreso tecno-científico y [...] subyace tanto la reivindicación del ecologismo como la pretensión de alterar el curso del futuro” (Salvador, 2015: 92).

En definitiva, las distopías audiovisuales son reflejos de los miedos del presente que llegan a su desenlace más catastrófico, creando un futuro oscuro y poco prometedor para la sociedad. Asimismo, el miedo, junto a la violencia, suelen ser rasgos que aparecen en este tipo de narrativas, así como la característica de poner en tela de juicio los avances tecnológicos y científicos de la actualidad.

1.4. El caso de *El cuento de la criada*

Dentro de todas las distopías que se dan en el ámbito audiovisual, el presente estudio se centra en *El cuento de la criada* (*The Handmaid's Tale*, 2017-actualidad). Esta es una serie de televisión de la productora MGM Television basada en una obra literaria de la autora Margaret Atwood: “La serie [...] se ha convertido en un éxito de audiencia desde su estreno y ha contribuido a la recuperación de una novela publicada hace más de tres décadas” (Muñoz González, 2019: 78).

Esta distopía cuenta un futuro próximo marcado por una baja tasa de natalidad y una gran contaminación, entre otros problemas. Ante esto, en Estados Unidos un gobierno totalitario, teocrático y cristiano, Gilead, toma el control, generando una organización social: jerárquica, militar y con poderes exacerbados (Cambra Badii, Mastandrea y Paragis, 2018). Gilead es un espacio terrorífico (Hernández Ruiz, 2019: 249), donde el miedo tiene un papel de gran relevancia para el desarrollo de la narración.

El mundo posible de *El cuento de la criada* propone una realidad en la que las estructuras de seguridad y bienestar en las que se asentaba la civilización occidental han desaparecido. La pérdida de derechos y libertades se ha producido de forma paulatina e inadvertida y, tras unos pocos años, el sistema totalitario que gobierna el país ejerce sobre sus ciudadanos un dominio absoluto vertebrado por el terror y la violencia (Hernández Ruiz, 2019: 2).

Además, Gilead es un sistema político, caracterizado por importantes “elementos de poder y control social” (Cambra Badii, Mastandrea y Paragis, 2018: 187), identificables en la narrativa: “[es] un sistema político totalitario [...] en el que domina el terror” (Hernández Ruiz, 2019: 13).

Todo esto está muy relacionado con el contexto social y político del presente, como afirma Muñoz González (2019) se trata de un contexto marcado por el ascenso de la extrema derecha, como Trump, Bolsonaro o Le Pen. Esto apoya la idea de Uribes Montes (2015), Rey Segovia (2019) y Moreno Trujillo (2016), expuesta en el apartado anterior, de que las distopías audiovisuales son reflejos de los miedos, la inestabilidad y la incertidumbre que se vive en el presente.

El cuento de la criada se trata de una serie basada en la llegada al poder de los Estados Unidos de un sistema político totalitario que cambia la sociedad tal y como se conoce en la actualidad, basándose en problemas y miedos que pueden detectarse en el presente: baja natalidad, problemas medioambientales o terrorismo, son algunos ejemplos. Por tanto, siendo el miedo una vía principal de esta narrativa desde el punto de vista político, la propaganda debe haber sido esencial, mostrando unas ideas políticas específicas evocadoras de miedo que podrían identificarse en la narrativa.

1.5. Objetivos y pregunta de investigación

El principal objetivo de este artículo es analizar el uso del miedo por parte de Gilead, sistema político de la serie distópica de *El cuento de la criada*. Este proyecto se centra en la actividad propagandística evocadora del miedo que aparece durante las tres temporadas de esta serie. Este objetivo se complementa con objetivos secundarios (OS):

OS1. Profundizar en la importancia que supone el uso del miedo en las series de narrativa distópica, en especial de *El cuento de la criada*.

OS2. Determinar las temáticas generadoras de miedo por parte de Gilead, ideas propagandísticas utilizadas en la narrativa para conseguir y mantener el poder.

OS3. Analizar las técnicas y estrategias propagandísticas evocadoras de miedo que utiliza Gilead.

Se añade una pregunta de investigación que permita ahondar en la temática:

PI: ¿Utiliza la narrativa de *El cuento de la criada* las mismas estrategias y técnicas propagandísticas evocadoras de miedo que aparecen en la teoría de la propaganda política?

2. Método

Para abordar tanto el objeto de estudio, como los objetivos y la pregunta de investigación, se aplica una metodología cuantitativa: análisis de contenido, como técnica de recogida de datos. Para esto, se acude a clásicos como Krippendorff (1997). El análisis de contenido permite contabilizar tanto las veces que se ha usado el miedo en términos políticos durante las tres temporadas, así como las herramientas propagandísticas evocadoras de miedo que aparecen y su frecuencia. Gracias a la hoja de codificación creada, se podrá observar cuantitativamente diferentes aspectos como las referencias a la baja capacidad del adversario para enfrentar los miedos, la existencia de un grupo amenazado, técnicas de creación del enemigo (mención al adversario, uso de descalificativos y/o utilizar *atrocity propaganda*), polarización del nosotros/ellos, el posicionamiento del adversario como el causante del peligro o amenaza y, por último, la presentación propia como la solución y/o la esperanza. Estos apartados han sido resultado de la operacionalización de conceptos y estrategias propagandísticas evocadoras de miedo que aparecen en obras esenciales como la de Domenach (1962) o Brown (1995), entre otros, analizadas en el marco teórico. Además, se añadirán dos apartados de relevancia: temática generadora de miedo, para conocer los miedos utilizados por Gilead, y el grupo amenazado.

Esta hoja de codificación se aplicará a aquellas escenas en las que aparezcan Fred Waterford, Serena Joy y Tía Lydia, como representantes de Gilead en la narrativa. Escenas que se caracterizarán por evocar miedo desde un enfoque propagandístico de Gilead. Las escenas pertenecen a todos los episodios de las tres primeras temporadas de *El cuento de la criada*.

3. Resultados

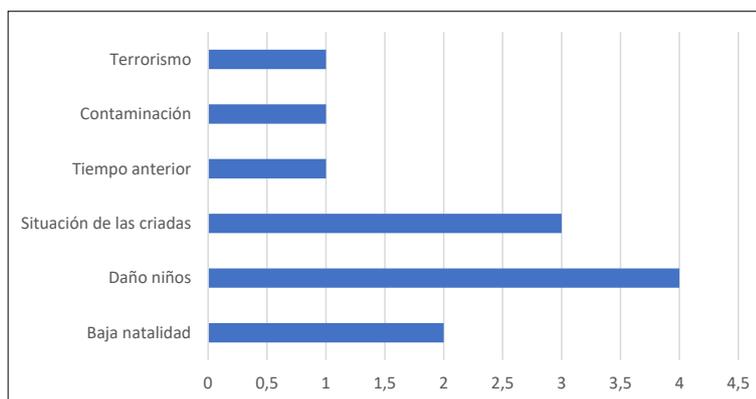
Tras aplicar la metodología, se han obtenido resultados de relevancia. En primer lugar, en las tres temporadas, se han encontrado doce escenas en las que se evoque al miedo de forma propagandística por parte de Gilead personificado en Tía Lydia y los Waterford. Este resultado lleva a la idea de que el espectador no conoce en profundidad cómo los líderes de Gilead alzaron el poder, no

se conoce exactamente cómo sus ideas fueron aceptadas por la sociedad. Sin embargo, sí hay doce escenas protagonizadas por Serena, Fred y Lydia, brazos ejecutores del sistema, que muestran el discurso de Gilead y, además, son evocadoras de miedo, pues es conocido, como ya se mencionó, que el miedo ocupa un lugar relevante para la implantación del poder y su mantenimiento.

De estas doce escenas, diez pertenecen a Tía Lydia y dos a los Waterford. Como explicación a este desnivel, Lydia carga con el peso del uso del miedo de Gilead pues es la encargada de formar a las criadas y de difundir los ideales hacia ellas, consiguiendo mantener y reforzar el poder. De hecho, el discurso de la toma de poder reside en las dos escenas protagonizadas por Serena y Fred.

Los resultados acerca de las temáticas evocadoras del miedo obtenidas:

Gráfica 1. Temáticas generadoras de miedo de Gilead



Fuente: elaboración propia

Como puede observarse en la gráfica, el hacer daño a los niños es la principal idea para generar miedo, difundida por Tía Lydia para asustar a las criadas y avisarlas, básicamente, de por qué seguir las directrices asignadas por Gilead. La siguiente es la baja natalidad, la cual aparece en dos escenas, una de Tía Lydia (T01E01) en la que explica lo peligroso que es el descenso de la natalidad. Además, en la primera escena evocadora de miedo que protagonizan Serena y Fred en una acción propagandística en una universidad (T02E06), también mencionan la baja natalidad como principal problema. De hecho, es importante destacar cómo esta escena se divide en dos. Primero intentan hablar en lo que parece el salón de actos universitario, pero al haber muchos detractores, se dan por vencidos y se van. Luego, en lo que sería el *hall* de la facultad, Serena se atreve a alzar la voz y a comenzar a hablar del problema, otorgándole a las bajas cifras de natalidad el epicentro de los problemas que se dan en la sociedad, lo que supondrá la eliminación de la Humanidad. En este momento, estudiantes allí presentes comienzan a asentir y, al final, se atreven a vitorear a Serena. Se deduce como un efecto del discurso.

Por otro lado, otra temática que aparece como generadora de miedo y que está protagonizada por Lydia, es ahondar en la idea de que las criadas están en constante peligro ante el exterior y que si se salen de lo estipulado pueden acabar mal, con el objetivo de que las criadas no se rebelen y sigan manteniéndose bajo el amparo de Gilead.

La temática “tiempo anterior” es usada por Lydia para referirse al tiempo anterior a Gilead, al cual lo han caracterizado con otras temáticas evocadoras de miedo como la contaminación, el terrorismo, la baja natalidad, etc. Por tanto, al impregnar el sistema anterior con esas características, la mención al “tiempo anterior” también supone una evocación de miedo, tratando de diferenciar lo malo frente a lo bueno, el miedo frente a la salvación. Hay otras dos menciones a temáticas generadoras de miedo. La contaminación es utilizada por Lydia para destacar el sostenible desarrollo productivo de Gilead. De hecho, hay otra escena en la serie en la que la embajadora de México visita Gilead, y Fred vende la idea de la producción con argumentos sobre la reducción de la contaminación (T01E06). Serena y Fred mencionan el terrorismo en una de sus escenas. Serena recibe un disparo tras la acción propagandística de la universidad y, al estar en el hospital, ayuda a Fred a preparar un discurso. Él menciona un ataque de un “fanático” y, Serena, contundente le corrige afirmando que son “terroristas”. Por tanto, se construye al adversario como terrorista, haciendo del terrorismo un miedo.

Respecto a las técnicas propagandísticas generadoras de miedo:

Gráfica 2. Técnicas de propaganda evocadoras de miedo por Gilead



Fuente: elaboración propia

Todas las técnicas propagandísticas evocadoras de miedo se pueden detectar en las escenas analizadas. La menos utilizada es señalar la baja capacidad del adversario para hacer frente al peligro/amenaza. Esta se da una única vez, por parte de Serena y Fred en el episodio seis de la segunda temporada, cuando Serena está en el hospital y Fred la intenta tranquilizar diciendo que cogerán al terrorista que le disparó y ella le dice: “*Tengo fe en Dios, pero no en la policía*” (T2/C6/42:32-44:24). Con esta frase, Serena deja ver que ante el peligro/miedo del terrorismo, no se puede confiar en la policía, pues es parte del sistema. Por eso, la imagen siguiente es cómo Fred y el sistema de seguridad de Gilead, mata al que disparó a Serena. En definitiva, se entiende que el sistema previo, el adversario que se señala, no sería capaz de arrestar al culpable, mientras que Gilead sí.

Se observa que las dos técnicas más utilizadas son la polarización nosotros/ellos y la presentación de ellos mismos como la solución ante esa amenaza. Ambas técnicas son usadas en todas las escenas analizadas excepto en una. Ejemplos de la polarización nosotros/ellos:

Eran unas guarras, unas furcias (...) pero vosotras sois especiales (Tía Lydia, T01E01, minuto 17:11).

La Tierra es un regalo que nos hizo Dios en su amor y benevolencia, pero hemos infravalorado sus bendiciones durante mucho tiempo, hemos contaminado nuestros acuíferos, nuestro aire, incluso nuestros cuerpos. Hemos envenenado todos nuestros tesoros y nos hemos sorprendido cuando el mundo ha empezado a morir, pero a través de nuestras obras, a través de la obra de los penitentes seremos capaces de curarnos. Piedra a piedra seremos capaces de recuperar el favor de nuestro Señor. Crearemos un mundo en el que las semillas no deban plantarse entre espinos ni en terreno infecundo y envenenado, sino en un suelo de dulce fragancia y sin duda Él nos bendecirá con su abundancia (Tía Lydia, T02E03, minuto 32:34-33:50).

Con esta técnica de polarización se pretende que lo contrario al “nosotros”, el “otros”, sea visto como temeroso, maligno, y, por ende, mantener la imagen de Gilead como sistema que comparte un “nosotros” bueno. En estos dos ejemplos se observa perfectamente, pues en el primero Lydia trata de difundir la idea de buena o mala mujer a las criadas, tachando a las mujeres afines al sistema anterior con descalificativos. Y, gracias al segundo ejemplo, también se observa que Gilead forma ese “nosotros” a través del cuidado de la Tierra y su sistema de producción, frente a la contaminación.

La otra técnica más utilizada es la presentación de ellos como solución, Gilead como solución a sus miedos:

Sois unas mocosas malcriadas (...) ¿Es que no os acordáis de cómo eran antes las cosas? Ahora estáis a salvo (...) Ahora se os da la libertad de, es un regalo de Dios, no la menospreciéis (Tía Lydia, T02E01, minuto 12:43-14:58).

Tú eres una mujer caída, intento que tengas las mejores condiciones posibles (...) Gilead ha tenido misericordia, podrán llevar una vida mejor (Tía Lydia, T02E04, minuto 36:17).

La técnica de destacar la existencia de un grupo amenazado es también numerosa, apareciendo en nueve escenas. El hecho de crear víctimas a las que hay que proteger de las amenazas ayuda a Gilead a cimentar su discurso, ya sean los niños o la Humanidad en general:

Hoy purgaremos el más grave de los pecados, poner en grave peligro a una niña sagrada. Fue una Martha precisamente. Conspiró contra la niña cuya protección le habían confiado. No existe pecado más vil (T03E07, minuto 36:43-37:44).

Los nacimientos se han reducido en un 71% en los últimos doce meses. Ese es sin duda el problema en el que debemos centrarnos ahora mismo. El futuro de la Humanidad depende de lo que hagamos hoy. De lo que hagamos ahora. La Humanidad corre peligro (Serena, T02E06, minuto 29:51-31-28).

La técnica de creación del enemigo se ha identificado en sus tres variables: mención del adversario (siete veces), descalificativos (cinco) y *atrocities propaganda* (tres). En primer lugar, no se señala a un enemigo específico, sino que se centran en destacar como adversario los tiempos pasados, el sistema anterior y, por tanto, sus simpatizantes. Es un enemigo abstracto. Respecto a la primera categoría dentro de la creación del enemigo, la mención del adversario es muy relevante en dos escenas. La primera de ellas se da en la tercera temporada, episodio ocho (04:15-09:51). Se observa a las criadas en círculo con June en el centro y Tía Lydia haciendo preguntas a las presentes: *“A esa Martha se la sometió a salvamento por planear un crimen vil, secuestra a una niña. ¿Quién la llevó*

a concebir una maldad semejante? [...] Y, ¿de quién fue la culpa de que muriera la Martha?”. Las respuestas a estas preguntas las dan el resto de criadas, señalando a June: *“Fue ella, fue ella, fue ella”*. El enemigo al que intenta destacar Gilead es todo aquel que lucha contra el sistema, los traidores como representantes del sistema anterior y, por tanto, del peligro. La otra escena se da en la temporada dos, episodio seis (42:32-44:24). Esta escena es en la que Serena y Fred crean un discurso:

No permitiremos que un fanático... (Fred).

Un terrorista, es un terrorista (Serena).

No permitiremos que un terrorista nos silencie, a veces cuesta aceptar la verdad. Pero solo la verdad puede salvar nuestro país (Fred).

Gracias a este diálogo, se observa cómo el discurso político de Gilead menciona al adversario a través de la palabra “terrorista”. Esta escena es la más característica de una creación de enemigo y, además, de la realización de propaganda por parte de Gilead. Así como las “clases” que da Tía Lydia a las criadas en el Centro Rojo. Por último, se ha encontrado el uso de descalificativos:

Espero que sepas valorar la oportunidad que se te ha dado en esta casa. Dios es misericordioso, ofrece la redención hasta a sus más perversas y degeneradas creaciones (Tía Lydia, T02E13, minuto 27:42-28:50).

El uso de la *atrocidad propaganda* para la creación del enemigo también ha sido utilizada:

Cuando la tasa de natalidad cayó, empeoraron las cosas, pastillas anticonceptivas, pastillas del día después, asesinatos de bebé, para poder montarse sus orgías y usar tintes (Tía Lydia, T01E01 minuto 16:06-16:48).

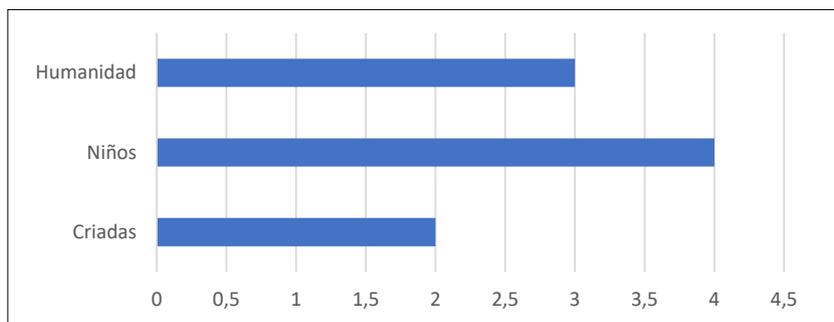
Por último, también se observa en las escenas evocadoras de miedo cómo se posiciona al adversario/enemigo como causa del peligro:

El milagro más grande de todos, es el milagro de la vida. El milagro de los niños. Y no existe mayor pecado que hacer daño a un niño, ponerlo en peligro (...) DeDaniel [Janine] ha sido condenada por poner en peligro a una niña (Tía Lydia, T01E10, minuto 43:00-45:59).

Con esta escena se posiciona a los traidores de Gilead como causa del peligro, el de hacer daño al bien máspreciado: los niños. Janine es considerada una traidora por saltarse las normas e ir a por su hija. Otro ejemplo que señala al sistema anterior como adversario y, además, como causa de la amenaza/peligro, en definitiva, como generador del miedo, es la ya analizada escena de Tía Lydia sobre la contaminación dada en la temporada 2, episodio 3.

Por último, se muestran los datos recogidos sobre los grupos amenazados:

Gráfica 3. Grupos amenazados por el miedo generado por Gilead



Fuente: elaboración propia

Observando la Gráfica 3, aquellas escenas generadoras de miedo que incluyen a un grupo amenazado, hacen referencia a los niños con cuatro apariciones, la Humanidad (tres) y las criadas (dos). El uso que hace Tía Lydia de las criadas como grupo amenazado es para asegurarles que Gilead les ofrece una oportunidad en esta nueva realidad y que, además, su situación podría ser peor, por ejemplo, mandándolas a los campos de trabajo.

4. Discusión

El cuento de la criada es una distopía audiovisual y, además, es el reflejo de miedos del presente en un futuro catastrófico (Uribes Monte, 2015). Como exponía Muñoz González (2019), esta serie representa el miedo ante el auge de la extrema derecha, al igual que lo hizo la novela literaria de Atwood, pues la narrativa cuenta cómo Gilead, un sistema político totalitario se hace con el poder político y social de Estados Unidos (Cambra Badii, Mastandrea y Paragis, 2018). En definitiva, Gilead está caracterizado por el miedo y la violencia (Hernández Ruiz, 2019), características propias de las distopías (Salvador, 2015), resolviendo así el primer objetivo secundario expuesto en este estudio.

Para alcanzar, mantener y reforzar el poder, la propaganda política es de gran utilidad (Pineda, 2006) y por eso, Gilead, hizo uso de estos discursos. Un discurso marcado por el uso del miedo como herramienta política. Este estudio ha podido detectar indicios de propaganda política evocadora del miedo. No obstante, la muestra encontrada ha sido reducida (12 escenas en las tres temporadas lanzadas), pues, en general, el espectador no conoce mucho sobre el alzamiento de Gilead, sin embargo, se han identificado las ideas difundidas gracias a la metodología seleccionada. En primer lugar, respecto a la obtención del poder, el discurso propagandístico utilizado por Gilead se centra en Serena Joy y Fred Waterford, protagonizando dos escenas sobre la creación del discurso propagandístico evocador de miedo previo a la instauración del sistema. Por otro lado, Tía Lydia es la encargada de mantener ese poder, pues es la que da “lecciones” a las clases dominadas, como las criadas, para hacerles entender su puesto. De hecho, hay que remontarse a la obra de Pratkanis y Aronson (1994), los cuales afirmaban que el miedo es una estrategia política de gran eficacia para que las personas asuman más fácilmente medidas de control, hasta llegar al extremo, como ocurre en Gilead. Así como Bau-

man (2003) exponía que la libertad y la seguridad no son compatibles, por lo que inculcar miedo a los individuos les hará asumir medidas y posicionamientos que, como refleja *El cuento de la criada*, anulan la libertad.

Centrando el segundo objetivo secundario, las temáticas generadoras de miedo utilizadas por Gilead, son, el mayor número de veces, el daño a los niños y la baja natalidad, siguiéndole la posición social de las criadas, la contaminación y el terrorismo. En la hoja de codificación se recogió “tiempo anterior” pero se considera que con esto se refiere al global de las temáticas mencionadas. Conociendo las temáticas que Gilead usa en sus escenas donde se vislumbra su propaganda política, se debe recuperar las anotaciones de Salvador (2015) sobre el rechazo de las distopías al progreso tecnocientífico, el cual es culpado por parte de Gilead de enfermedades y de la baja natalidad. De hecho, Tía Lydia expone que inventos como la pastilla anticonceptiva o la pastilla del día después son las culpables (T01E01). Asimismo, la contaminación también pertenece a uno de los rasgos distópicos que mencionaba Salvador (2015), pues el tema ecológico suele estar presente y Gilead lo toma como un factor positivo, afirmando que es la contaminación lo que ha hecho enfermar a la población y a la madre Naturaleza. Todas las temáticas que se exponen como evocadoras de miedo por parte de Gilead cumplen, no solo la teoría expuesta por Salvador (2015), sino el uso de ideas ya concebidas o, al menos, latentes en la sociedad para trabajar sobre ellas la propaganda política, referencia a la regla de transfusión de Domenach (1962).

Resolviendo el tercer objetivo secundario, puede afirmarse que se han podido identificar todas las técnicas y estrategias de propaganda política evocadoras de miedo mencionadas por los autores en el marco teórico. Las más utilizadas son la polarización entre el “nosotros” y el “ellos” y la presentación del emisor del mensaje propagandístico como la única solución posible. La primera de estas era expuesta en las obras de Huici (2017) y Hernández-Santaolalla (2011), y destaca la necesidad de señalar las bondades del “nosotros” y la maldad del “ellos”. De esta técnica, ya aventuraban Useche Aldana (2008) y Zepeda (2012) que el receptor tiene que tener la idea de que solo apoyando al emisor podrá aliviar emociones y sentimientos como la vulnerabilidad, la inseguridad, etc. en definitiva, el miedo. Esta técnica está directamente relacionada con otra: señalar la capacidad baja del adversario para hacer frente a la amenaza. Como afirma Zepeda (2012), para presentarse como solución, el emisor tiene que dejar patente que el adversario no es capaz de resolver el problema generador de miedo. Esta es la técnica menos usada por Gilead. Esto puede deberse a que, como se expondrá posteriormente, el enemigo que señala Gilead es abstracto, pues se trata del sistema anterior, solo le pone una cara reconocible cuando se refieren a traidores de Gilead. Un recurso que incluso puede generar más miedo (Hernández-Santaolalla, 2011).

Se ha detectado la técnica de señalar la existencia de un grupo amenazado, pues como exponía Cortés (2012) los individuos, al no ver satisfecha una de sus necesidades básicas, la seguridad, se siente amenazado. Gilead hace hincapié, sobre todo, en los niños, como grupo de gran vulnerabilidad y, además, en la Humanidad, como grupo general, representando la continuidad de la sociedad. En un segundo plano, estarían las criadas que pertenecen al grupo al que pretenden amedrentar a través del miedo para que tomen una posición pasiva (Korstanje, 2010).

Otra técnica encontrada es la creación del enemigo en las tres variables señaladas: mención del enemigo, uso de descalificativos y *atrocities propaganda*. Importantes autores de la propaganda como Morelli (2002) o Domenach (1962) afirman la importancia de señalar un enemigo, con el objetivo de crearlo ante los ojos de los receptores. En el caso de Gilead, se refiere al sistema anterior y, por ende, a los traidores. Por tanto, se trata, como ya se ha mencionado, de un adversario abstracto. Asimismo, es Morelli (2002)

quien habla de la vinculación del adversario político con atrocidades, como hace Tía Lydia afirmando que las mujeres del sistema anterior asesinaban niños. Por último, el uso de descalificativos que mencionaba Pineda (2006) para la creación del enemigo, se da por parte de Gilead contra los traidores, como Emily o Janine. De esta forma, y como explica el autor Pineda (2006), se le atribuye una carga negativa a los adversarios.

La última técnica es el posicionamiento del adversario como causa de la amenaza o peligro. Zepeda (2012) expone que el emisor del discurso propagandístico debe hacer creer a los receptores que el origen de las amenazas es el adversario. En Gilead se deja claro que la contaminación, la baja natalidad, el terrorismo, etc. son causa del sistema político anterior y, además, el daño a los niños proviene de los traidores. Se destaca que no existe un adversario como tal, como ya se ha mencionado, es Hernández-Santaolalla (2011) quien expone que en el contexto actual los generadores de miedos son abstractos, reflejándose esto en las series, como *El cuento de la criada*. Esto provoca, como explica el autor, que aumente la atmósfera de miedo, donde: “es malo todo aquel que no sea yo, o a nivel grupal, son malos los otros porque son diferentes a nosotros” (2011: 766).

Respondiendo a la pregunta de investigación planteada: ¿Utiliza la narrativa de *El cuento de la criada* las mismas estrategias y técnicas propagandísticas evocadoras de miedo que se utilizan en la teoría de la propaganda política? Se responde afirmativamente, pues las estrategias y técnicas propagandísticas evocadoras de miedo que exponen los autores expertos en propaganda como Domenach (1962), Brown (1995), Morelli (2002) o Pratkanis y Aronson (1994), entre otros, se han podido detectar en las escenas analizadas de *El cuento de la criada*.

5. Conclusiones

Tras el análisis de la discusión, se presentan las conclusiones del estudio. No cabe duda de que *El cuento de la criada* es una distopía que cumple los rasgos esenciales de este género narrativo, incluyendo el uso del miedo. De hecho, muestra miedos presentes reflejados en un futuro catastrófico.

El número de escenas total es reducido, esto se debe a que el espectador conoce poco sobre el alzamiento al poder y sobre el mantenimiento del mismo. Sin embargo, las actividades comunicativas propagandísticas de Gilead sí están marcadas por la evocación al miedo.

Respecto a la propaganda política basada en el miedo utilizada por Gilead se ven reflejadas todas las estrategias y técnicas que exponen los autores mencionados (Brown, Domenach, Morelli, etc.). No obstante, son la polarización del “nosotros” y el “ellos” y la presentación del propio emisor como la solución ante las amenazas generadoras de miedo, las técnicas más utilizadas por Gilead. Debe destacarse que no existe un adversario político como tal, sino que el “adversario” es en sí el sistema político anterior y, por ende, tanto aquellos que lo apoyan (traidores de Gilead). Esto supone un adversario/enemigo difuso para los receptores.

A modo de cierre, es indudable que el miedo juega un papel importante en *El cuento de la criada*. Este estudio analiza el miedo que proviene del sistema político y que se ha inculcado a través de mensajes propagandísticos, acudiendo a la teoría de la propaganda como herramienta. Del mismo modo, esta serie de televisión es un reflejo de cómo el uso del miedo conlleva, como ya se expresó, el control social y político.

6. Agradecimientos

Texto traducido al inglés por Charles Edmond Arthur.

7. Referencias bibliográficas

- Barrera Méndez, J. (2010). El miedo colectivo: el paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva. *El cotidiano*, (159), 5-10. <https://biblat.unam.mx/hevila/ElCotidiano/2010/no159/2.pdf>
- Bauman, Z. (2003). *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI.
- Brown, J. (1995). *Técnicas de persuasión*. Madrid: Alianza
- Cambra Badii, I., Mastandrea, P., y Paragis, P. (2018). El mandato del nacimiento. Cuestiones bioéticas y biopolíticas en la serie El cuento de la criada. *Revista de Medicina y Cine*, 14(3), 181-191. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/100353/CONI-CET_Digital_Nro.2f87ee26-9e1b-478b-a52e-2f1f89efb27e_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Claeys, G. (2016). *Dystopia. A natural history*. Oxford: Oxford University Press.
- Cortés, J. (2012). La construcción social del miedo: ¿El miedo se aprende en la sociedad?. *Revista Crítica*, 977, 19-22. <http://www.revista-critica.com/la-revista/monografico/analisis/439-la-construccion-social-del-miedo>
- Couto, D. (2015). Imágenes del control social. Miedo y conmoción en el espectador de un mundo bajo amenaza. *Re-visiones*, (5), 1-8. <http://re-visiones.net/index.php/RE-VISIONES/article/view/39>
- Dallorso, N., y Seghezze, G. (2015). Inseguridad y política: el miedo como operador estratégico en las campañas electorales en Argentina. *Comunicación y sociedad*, (24), 47- 70. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i24.2522>
- Domenach, J. (1962). *La propaganda política*. Buenos Aires. Eudeba.
- Furedi, F. (2007). The only thing we have to fear is the Culture of fear itself. Spiked Online. Disponible en: <http://www.spiked-online.com/index.php?/site/article/3053> (último acceso 16 de junio de 2022).
- Hernández Ruiz, V. (2019). La inverosimilitud de un mundo posible sin amor.«El cuento de la criada», de Margaret Atwood. *Castilla Estudios de Literatura*, (10), 1-22. <https://doi.org/10.24197/cel.10.2019.1-22>
- Hernández-Santaolalla, V. (2011). La amenaza de “los otros”: la configuración del enemigo en las series de televisión a través de la teoría de la propaganda. En Miguel Ángel Pérez-Gómez (coord.) *Previously On. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión* (pp. 755-768). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Huici, A. (2017). *Teoría e historia de la propaganda*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona. Paidós.
- Korstanje, M. (2010). *El miedo en el nuevo milenio: un abordaje antropológico para comprender la postmodernidad*. Edición electrónica.
- Mantilla-Valbuena, S. (2008). Más allá del discurso hegemónico: narcotráfico, terrorismo y narcoterrorismo en la era del miedo y la inseguridad global. *Papel político*, 13(1), 227-259. <http://www.scielo.org.co/pdf/papel/v13n1/v13n1a08.pdf>

Morelli, A. (2002): *Principios elementales de la propaganda de guerra (utilizables en caso de guerra fría, caliente o tibia...)*. 2a Edición, Hondarribia, Hiru. <http://dx.doi.org/10.18566/escr.v24n52.a09>

Moreno Trujillo, M. (2016). El cuento de la criada, los símbolos y las mujeres en la narración distópica. *Escritos*, 24(52), 185-211.

Muñoz González, E. (2019). E. Cuento de la criada ¿una distopía actual? *Filanderas. Revista Interdisciplinar de Estudios Feministas*, (4), 77-83. https://www.readcube.com/articles/10.26754%2Ffojs_filanderas%2Ffil.201944081

Pratkanis, A. y Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.

Pineda, A. (2004). Más allá de la historia: aproximación a los elementos teóricos de la propaganda de guerra. En Alberto Pena. *Comunicación y guerra en la historia*. Málaga: Andavira Editoria, 807-823.

Pineda, A. (2006). *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*. Sevilla: Alfar.

Rey Segovia, A. (2019). Preparados para el desastre: «Survivalismo» y colapso en la distopía contemporánea (el caso de «The Walking Dead»). *Tropelías (Zaragoza)*, 2019, num. 31, pp. 68-85. <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70787/133507.pdf?sequence=1>

Salvador, L. (2015). *La pantalla distópica: pesadillas del sueño americano en el cine post 11-S*. Ediciones Universidad de Valladolid, Valladolid.

Uribe Montes, J. A. (2015). Legitimidad de las representaciones ficcionales: el totalitarismo y el cómic distópico. *Escribanía*, 12(2), pp. 11-19. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/856>

Useche Aldana, Ó. (2008). Miedo, seguridad y resistencias: el miedo como articulación política de la negatividad. *Polis. Revista Latinoamericana*, (19), 1-23. <https://journals.openedition.org/polis/3893>

Zepeda, A. V. (2012). El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales. *Reflexión política*, 14(27), 134-140. <https://revistas.unab.edu.co/index.php/reflexion/article/view/1623>