



Felipe Arturo Maurelia-Burgos

E-mail: f.maurelia01@ufromail.cl

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-2264-386X>

Universidad de La Frontera. Temuco, Chile.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Maurelia-Burgos, F. A. (2026). Lenguaje, encuadre mediático y opinión pública: una lectura desde la neurocognición. *Portal de la Ciencia*, 7(4), 701-712, DOI: <https://doi.org/10.51247/pdlc.v7i4.1024>

==== 0 ====

Lenguaje, encuadre mediático y opinión pública: una lectura desde la neurocognición

RESUMEN

Objetivo: examinar cómo el lenguaje empleado por los medios de comunicación y las plataformas digitales participa en la formación de la opinión pública, articulando la teoría sociológica del discurso con la evidencia neurocognitiva sobre el procesamiento del significado. **Metodología:** revisión narrativa crítica de literatura teórica y empírica recuperada en Scopus, Web of Science, SciELO y Dialnet, con una ventana principal de 2010 a 2026, complementada con obras fundacionales de la teoría social y de la psicología cognitiva. **Hallazgos principales:** los recursos léxicos y sintácticos, como neologismos, adjetivación y elipsis del agente, operan como dispositivos de encuadre que orientan la atribución de responsabilidad; el sesgo de negatividad y el contenido moral-emocional incrementan el consumo y la difusión de noticias; los efectos atribuidos a la curación algorítmica son heterogéneos y de menor magnitud que la supuesta; y las explicaciones hormonales simplificadas carecen de respaldo experimental consistente. **Aplicaciones:** comunicación política, alfabetización mediática, formación periodística y diseño de políticas públicas de información. **Originalidad:** el trabajo integra el análisis sociológico del discurso con la neurociencia semántica reciente y delimita, con criterio de evidencia, qué afirmaciones neurocognitivas sobre la opinión pública están justificadas y cuáles no.

Palabras clave: opinión pública; medios de comunicación de masas; lenguaje; psicolingüística; comunicación digital.

==== 0 ====

Language, media framing and public opinion: a neurocognitive reading

ABSTRACT

Objective: to examine how the language used by news media and digital platforms participates in the formation of public opinion, connecting the sociological theory of discourse with neurocognitive evidence on meaning processing. **Methodology:** critical narrative review of theoretical and empirical literature retrieved from Scopus, Web of Science, SciELO and Dialnet, with a main window from 2010 to 2026, complemented by foundational works in social theory and cognitive psychology. **Main findings:** lexical and syntactic resources, neologisms, adjetivisation and agent deletion, operate as framing devices that guide the

attribution of responsibility; negativity bias and moral-emotional content increase news consumption and diffusion; effects attributed to algorithmic curation are heterogeneous and smaller than commonly assumed; and simplified hormonal explanations lack consistent experimental support. Applications: political communication, media literacy, journalism training and information policy design. Originality: the paper integrates sociological discourse analysis with recent semantic neuroscience and delimits, on evidential grounds, which neurocognitive claims about public opinion are warranted and which are not.

Keywords: public opinion; mass media; language; psycholinguistics; digital communication.

==== 0 ====

Linguagem, enquadramento mediático e opinião pública: uma perspectiva neurocognitiva

RESUMO

Objectivo: Examinar como a linguagem utilizada pelos media e pelas plataformas digitais participa na formação da opinião pública, articulando a teoria do discurso sociológico com evidências neurocognitivas sobre o processamento de significado. Metodologia: Revisão narrativa crítica da literatura teórica e empírica recuperada das bases de dados Scopus, Web of Science, SciELO e Dialnet, com foco principal no período de 2010 a 2026, complementada por trabalhos fundamentais em teoria social e psicologia cognitiva. Principais resultados: Os recursos lexicais e sintáticos, como os neologismos, o uso de adjetivos e a elipse de agente, operam como dispositivos de enquadramento que orientam a atribuição de responsabilidade; o enviesamento da negatividade e o conteúdo moral-emocional aumentam o consumo e a divulgação de notícias; os efeitos atribuídos à curadoria algorítmica são heterogéneos e de menor magnitude do que se pensava anteriormente. As explicações hormonais simplificadas carecem de suporte experimental consistente. Aplicações: comunicação política, literacia mediática, formação jornalística e elaboração de políticas de informação pública. Originalidade: Este trabalho integra a análise sociológica do discurso com a neurociência semântica recente e delimita, utilizando critérios baseados em evidências, quais as afirmações neurocognitivas sobre a opinião pública que são justificadas e quais não são.

Palavras-chave: opinião pública; meios de comunicação de massa; linguagem; psicolinguística; comunicação digital.

==== 0 ====

INTRODUCCIÓN

La relación entre lenguaje, discurso y realidad ha sido objeto de reflexión filosófica al menos desde el Cratilo (Platón, 2006), pero adquiere hoy una urgencia distinta. La mayor parte de lo que una persona sabe sobre el mundo público no procede de su experiencia directa, sino de representaciones producidas por terceros: titulares, imágenes, fragmentos de video y publicaciones que seleccionan, jerarquizan y verbalizan los acontecimientos antes de que lleguen a ella. Lippmann (1922) denominó pseudoentorno a ese conjunto de imágenes interpuestas entre el ciudadano y los hechos, y advirtió que las decisiones colectivas se toman sobre él y no sobre el mundo en sí. Un siglo después, la observación se ha vuelto más literal: la mediación ya no depende solo de la línea editorial de una empresa periodística, sino también de sistemas de recomendación que ordenan qué contenidos alcanzan a cada usuario.

El problema importa porque de ese pseudoentorno dependen decisiones consecuentes. La percepción del delito, el apoyo a políticas públicas, la evaluación de candidaturas o la disposición a vacunarse se forman en buena medida a partir de materiales lingüísticos que circulan por medios y plataformas. Si las palabras con que se nombra un fenómeno modifican la manera en que se lo evalúa, entonces la selección léxica de la prensa no es un asunto de estilo, sino un problema de deliberación democrática.

Dos tradiciones de investigación han abordado esta cuestión de manera paralela y con escaso diálogo entre sí. La primera, de raíz sociológica, ha descrito cómo los medios ejercen poder simbólico y producen los imaginarios desde los que una sociedad se piensa a sí misma (Castells, 2009; Castoriadis, 2013; Thompson, 2017). La segunda, de raíz cognitiva y neurocientífica, ha estudiado cómo el cerebro humano adquiere, almacena y recupera significados (Frisby et al., 2023; Hauk et al., 2008). La primera describe el efecto sin especificar el mecanismo; la segunda especifica el mecanismo sin conectarlo con corpus mediáticos reales. Esa desconexión ha sido señalada como una de las limitaciones actuales de los estudios de efectos mediáticos (Schmälzle y Huskey, 2023).

El vacío tiene además una consecuencia indeseada. En ausencia de una articulación rigurosa, el espacio explicativo ha sido ocupado por versiones divulgativas de la neurociencia que atribuyen a neurotransmisores y hormonas aisladas la responsabilidad de conductas complejas. Fórmulas como "la dopamina es la hormona de la felicidad" o "las noticias elevan el cortisol" circulan con amplitud y ofrecen una apariencia de fundamento biológico que la evidencia disponible no respalda en esos términos (Oppenheimer et al., 2024; Schultz, 2016). Una reflexión sobre el vínculo entre medios, palabras y cerebro debe, por tanto, distinguir con cuidado entre lo que la investigación sostiene y lo que se le atribuye.

A partir de este planteamiento, el artículo se organiza en torno a tres preguntas: ¿mediante qué recursos lingüísticos los medios de comunicación construyen encuadres que orientan la interpretación de los acontecimientos públicos?; ¿qué aporta la evidencia neurocognitiva reciente sobre el procesamiento del significado a la comprensión de esos encuadres?; y ¿qué afirmaciones sobre los efectos cerebrales de los medios y las plataformas digitales están empíricamente justificadas y cuáles constituyen extrapolaciones?

El propósito de este artículo de reflexión es articular la tradición sociodiscursiva sobre medios y opinión pública con la evidencia neurocognitiva contemporánea sobre el procesamiento léxico-semántico, con el fin de proponer una lectura integrada y, a la vez, delimitar los alcances de esa integración. No se busca demostrar una relación causal entre exposición mediática y activación cerebral, sino ofrecer un marco de interpretación que evite tanto el determinismo tecnológico como el reduccionismo neurobiológico.

El trabajo se estructura en cuatro momentos. La primera sección revisa la literatura sobre lenguaje, imaginarios sociales, poder mediático y opinión pública, y explicita el vacío que motiva la reflexión. La segunda describe la estrategia de revisión y el enfoque analítico adoptado. La tercera desarrolla el argumento en cuatro planos: la organización del significado en el cerebro, los dispositivos lingüísticos de encuadre, la economía de la atención en entornos digitales y los límites de las explicaciones hormonales. Finalmente se presentan las conclusiones, las limitaciones del estudio y las líneas de investigación futuras.

REVISIÓN DE LITERATURA

Lenguaje, imaginarios sociales y construcción de la realidad

La pregunta por la correspondencia entre las palabras y las cosas atraviesa la filosofía occidental desde sus inicios. En el *Cratilo*, Platón (2006) discute si los nombres guardan una relación natural con aquello que designan o si son producto de la convención, mientras que Aristóteles (2008) sitúa en la observación una de las vías privilegiadas del conocimiento. Ambas posiciones anticipan un problema que la teoría social contemporánea reformula: si el acceso a lo real está siempre mediado por categorías, entonces quien controla las categorías participa en la definición de lo real.

Castoriadis (2013) desarrolla esta intuición mediante la noción de imaginario social, entendido como el conjunto de significaciones instituidas desde las cuales una colectividad organiza su experiencia. Para el autor, cada sociedad elabora una imagen del mundo natural que le es propia (Castoriadis, 2013, p. 240), de modo que la realidad se presenta siempre mediada por elementos lingüísticos y semánticos. Cegarra (2012) amplía esta perspectiva al mostrar que los imaginarios no solo median, sino que se materializan en espacios discursivos,

arquitectónicos y simbólicos identificables en la vida pública. Pintos (2005) subraya su carácter dinámico: los imaginarios se encuentran en construcción permanente y, al mismo tiempo, proporcionan una sensación de solidez y previsibilidad. Randazzo Eisemann (2012), por su parte, los caracteriza como agentes semióticos y cognitivos que operan de manera no deliberada en los sujetos, lo que explica su eficacia y también su vulnerabilidad a usos instrumentales por parte de quienes detentan posiciones de poder.

Medios de comunicación, poder simbólico e industria informativa

La historia de la mediación informativa ofrece un marco para comprender esa instrumentalización. La imprenta de tipos móviles desarrollada por Gutenberg en el siglo XV desplazó progresivamente el monopolio eclesiástico sobre la interpretación de los textos y amplió la circulación de materiales ajenos al ámbito religioso. El caso del molinero Domenico Scandella, reconstruido por la microhistoria y discutido por Jiménez Becerra (2014), ilustra tanto las posibilidades abiertas por ese acceso como los costos que podía acarrear: sus elaboraciones sobre el origen del universo, formuladas a partir de lecturas heterodoxas, lo condujeron ante la Inquisición.

Con la consolidación de la circulación impresa, la información comenzó a operar sobre acontecimientos cotidianos y decisiones sociopolíticas. Foucault (2018) muestra cómo, entre los siglos XVII y XVIII, la difusión de información oficial reconfiguró las tecnologías de poder y diversificó sus puntos de aplicación. Durante el siglo XIX, la prensa se constituyó en industria relativamente autónoma del Estado y participó activamente en la formación de las identidades nacionales (Thompson, 2017); en el caso chileno, la trayectoria de la prensa moderna y su papel en la conformación del espacio público han sido documentados por Santa Cruz Achurra (1988, 1998), mientras que Monckeberg (2016) analiza los procesos de concentración de la propiedad mediática y sus consecuencias sobre el pluralismo informativo.

Sobre esta base histórica se apoyan dos elaboraciones teóricas centrales para este trabajo. Castells (2009) sostiene que los medios construyen mensajes y generan estados de opinión vinculados a propósitos ideológicos, económicos o políticos que les son próximos. Thompson (2017) precisa el mecanismo: los medios producen y reproducen discursos que, dotados de carga simbólica, ejercen poder sobre la opinión pública, articulando dimensiones coercitivas, simbólicas, políticas y económicas. La consecuencia es que la elaboración mediática de mundos posibles no es un epifenómeno del poder, sino una de sus formas de ejercicio.

Opinión pública: esfera pública, agenda y encuadre

La noción de opinión pública requiere, no obstante, una precisión conceptual que la literatura sobre imaginarios no siempre ofrece. Habermas (1989) la vincula a la constitución histórica de una esfera pública burguesa en la que el uso público de la razón somete el poder a discusión. Noelle-Neumann (1974), desde una perspectiva distinta, la concibe como un clima de opinión percibido: los individuos estiman continuamente qué posiciones son mayoritarias y modulan su disposición a expresarse en función de esa estimación, mecanismo conocido como espiral del silencio.

La investigación en comunicación ha identificado tres modelos de efectos cognitivos que resultan especialmente pertinentes. El establecimiento de agenda describe la capacidad de los medios para transferir la relevancia de los temas desde la agenda mediática a la agenda pública (McCombs y Shaw, 1972). El encuadre, formulado por Entman (1993), consiste en seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto, de modo que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral o una recomendación de tratamiento. El priming, finalmente, se refiere a la modificación de los criterios con que las audiencias evalúan a los actores públicos. Scheufele y Tewksbury (2007) discuten sus fundamentos psicológicos diferenciados y advierten contra su asimilación indiscriminada.

El encuadre posee, además, un correlato experimental temprano en la psicología de la decisión: Tversky y Kahneman (1981) demostraron que presentaciones lógicamente

equivalentes de un mismo problema, formuladas en términos de ganancias o de pérdidas, producen preferencias sistemáticamente distintas. Sullivan (2023) propone una sistematización reciente que distingue niveles de encuadre, como léxico, sintáctico y discursivo, lo que permite conectar el análisis lingüístico de superficie con los efectos evaluativos documentados por la investigación en comunicación política.

El vacío que este artículo aborda se sitúa justamente en esa articulación. La tradición de efectos mediáticos ha documentado con solidez que los encuadres importan, pero suele operar con una noción de "procesamiento" que permanece como caja negra. La neurociencia del lenguaje, en cambio, ha avanzado considerablemente en la descripción de cómo se representa el significado, aunque rara vez trabaja con materiales informativos reales. Integrar ambos niveles sin colapsar uno sobre el otro constituye el objeto de las secciones siguientes.

ESTRATEGIA DE REVISIÓN Y ENFOQUE ANALÍTICO

Este trabajo corresponde a un artículo de reflexión sustentado en una revisión narrativa crítica de la literatura. La elección de este diseño responde al objetivo perseguido: no se busca estimar el tamaño de un efecto ni sintetizar cuantitativamente un cuerpo homogéneo de estudios, tareas propias de una revisión sistemática o de un metaanálisis, sino poner en diálogo dos tradiciones que emplean unidades de análisis, vocabularios y estándares de evidencia distintos. En estos casos, la revisión narrativa permite un tratamiento interpretativo que la síntesis cuantitativa no admite.

La búsqueda se realizó en Scopus, Web of Science, SciELO y Dialnet, empleando combinaciones de los descriptores opinión pública, encuadre mediático, framing, imaginarios sociales, memoria semántica, procesamiento del lenguaje, redes sociales digitales y curación algorítmica, en español e inglés. La ventana temporal principal comprende el período 2010-2026, con preferencia por publicaciones de los últimos cinco años. Se incorporaron, adicionalmente, obras fundacionales de la teoría social, la filosofía y la psicología cognitiva cuya inclusión resulta necesaria para reconstruir la genealogía de los conceptos discutidos, así como estudios clásicos que siguen constituyendo la referencia canónica de los modelos que se exponen.

Los criterios de inclusión priorizaron revisiones publicadas en revistas indexadas, estudios experimentales y experimentos de campo con muestras amplias, y trabajos teóricos de referencia en cada tradición. Se excluyeron materiales de divulgación sin arbitraje, así como estudios cuyas conclusiones causales excedían manifiestamente su diseño. En los casos en que la evidencia disponible resultó divergente, se optó por exponer la discrepancia antes que por resolverla en favor de la interpretación más favorable al argumento.

El procedimiento analítico consistió en una lectura temática de los materiales, organizada en torno a cuatro ejes, representación del significado, dispositivos de encuadre, dinámicas de atención y difusión, y explicaciones neurobiológicas, y en la triangulación entre la interpretación sociodiscursiva y la evidencia neurocognitiva correspondiente a cada eje. Los ejemplos tomados de la prensa chilena cumplen una función ilustrativa: permiten mostrar cómo operan concretamente los mecanismos discutidos, pero no constituyen una muestra representativa ni fueron sometidos a un análisis de contenido sistemático.

DESARROLLO Y DISCUSIÓN

Del léxico mental a la semántica distribuida

El punto de partida cognitivo es la distinción entre conocer una palabra y conocer su significado. El léxico mental almacena las formas fonológicas y ortográficas de las unidades léxicas, mientras que la comprensión de su contenido semántico involucra procesos adicionales (Hauk et al., 2008), asociados tanto a la memoria semántica, que organiza los significados en categorías generales, como a la memoria episódica, que los vincula a experiencias personales (Zhang y Schmitt, 1998).

La psicología cognitiva desarrolló tres modelos clásicos para explicar cómo una palabra se incorpora a ese sistema. El modelo de redes propone que los conceptos se organizan jerárquicamente y que la proximidad semántica facilita el acceso, con una variante de propagación de la activación que prescinde de la jerarquía (Collins y Quillian, 1969). El modelo de rasgos descompone los conceptos en atributos definitorios y característicos, cuya coincidencia determina la pertenencia categorial (Smith et al., 1974). El modelo de prototipos, en cambio, sostiene que las categorías se organizan en torno a ejemplares centrales y presentan límites graduales (Rosch y Mervis, 1975). Desde la neuropsicología se propusieron, en paralelo, la hipótesis sensorio-funcional, que distingue rasgos perceptivos de rasgos funcionales (Shallice et al., 1983), y la hipótesis del conocimiento de dominio específico, que postula una organización moldeada por presiones adaptativas (Shelton y Caramazza, 2001).

Estos modelos conservan valor histórico y descriptivo, pero la investigación de las últimas dos décadas ha modificado sustancialmente el panorama. La evidencia de neuroimagen converge en que el significado no reside en un módulo localizado, sino que se distribuye en una red amplia que integra información sensoriomotora con representaciones heteromodales de mayor abstracción (Frisby et al., 2023). Davis y Yee (2021) muestran que la memoria semántica se construye simultáneamente a partir de la experiencia corporal y de la experiencia distribucional del lenguaje, es decir, de las regularidades estadísticas con que las palabras coocurren en el discurso. Fedorenko et al. (2024), por su parte, delimitan la red del lenguaje como un sistema funcionalmente específico y distinguible de los sistemas de razonamiento general, lo que obliga a ser cauteloso al atribuir a "el lenguaje" efectos que corresponden a procesos evaluativos o atencionales.

Tres variables moduladoras atraviesan estos modelos: la tipicidad, asociada a la frecuencia de uso; la edad de adquisición, que otorga centralidad a las palabras incorporadas tempranamente; y la imaginabilidad, que favorece los conceptos concretos. A ellas se suma la contribución de las funciones ejecutivas, que intervienen en la selección semántica y en la resolución de ambigüedades (Abellán Roselló, 2022; Baddeley, 2003; Frolli et al., 2022; Kapa y Colombo, 2014).

La consecuencia relevante para este argumento es la siguiente: si el significado se construye en parte a partir de la experiencia distribucional del lenguaje, entonces la repetición sistemática de determinadas coocurrencias léxicas en el discurso público no es un hecho estilístico menor. Un término que aparece de manera persistente junto a marcadores de amenaza tenderá a heredar esa carga evaluativa, con independencia de que el hablante lo advierta.

Dispositivos lingüísticos de encuadre: neologismos, adjetivación y elipsis del agente

Los medios disponen de recursos lingüísticos específicos para operar sobre esa capa de significado. Un primer dispositivo es la acuñación de neologismos que condensan episodios complejos en una etiqueta única. En el caso chileno, expresiones como macrozona sur, narcoterrorismo u octubrismo ilustran el fenómeno: cada una delimita un conjunto de acontecimientos heterogéneos, les asigna una interpretación causal y, cuando alcanza aceptación social, se incorpora al repertorio léxico compartido. La operación corresponde con precisión a lo que Entman (1993) describe como encuadre: la selección de ciertos aspectos y su promoción a la categoría de definición del problema.

Un segundo dispositivo opera en el nivel sintáctico mediante la supresión o el desplazamiento del agente. Los titulares sobre femicidio en la prensa chilena han sido analizados desde esta perspectiva: construcciones que atribuyen la acción a estados emocionales en lugar de a un sujeto responsable desplazan la agencia desde el autor del delito hacia entidades abstractas, con el efecto de atenuar la atribución de responsabilidad (Arellano Faúndez et al., 2017; Fernández Tapia, 2016). El fenómeno no es exclusivamente lingüístico: la estructura sintáctica seleccionada modela la representación causal que el lector construye del episodio.

Un tercer dispositivo, más difuso, es la adjetivación evaluativa, que modifica la carga semántica de un mismo referente sin alterar su descripción denotativa. La sistematización

propuesta por Sullivan (2023) permite ordenar estos recursos según el nivel en que operan y evita tratarlos como equivalentes.

Ahora bien, sostener que estos dispositivos producen efectos no equivale a sostener que los producen siempre ni en igual magnitud. La investigación experimental sobre encuadre documenta efectos robustos en condiciones controladas (Tversky y Kahneman, 1981), pero también ha mostrado que en entornos informativos complejos, donde compiten encuadres alternativos y las audiencias poseen predisposiciones previas, los efectos se atenúan de manera considerable. Una lectura rigurosa debe, por tanto, afirmar que el encuadre lingüístico constituye un recurso de poder simbólico eficaz, sin postular una relación mecánica entre titular y creencia.

Atención, negatividad y contenido moral-emocional en entornos digitales

El siglo XXI incorporó plataformas digitales que alteraron las condiciones de circulación de los discursos. Los medios informativos ya no dependen exclusivamente del papel, la radio o la televisión: distribuyen sus contenidos a través de redes sociales accesibles principalmente desde teléfonos inteligentes, cuyo uso intensivo ha sido asociado a diversos problemas de bienestar (Barrios-Borjas et al., 2017; Mahapatra, 2019). En estos entornos, la valoración de los contenidos por parte de otros usuarios adquiere una visibilidad que en ocasiones supera a la de los hechos mismos.

La evidencia reciente permite precisar qué tipo de lenguaje prospera en esas condiciones. Robertson et al. (2023), analizando más de cien mil variantes de titulares sometidas a ensayos controlados aleatorizados, encontraron que cada palabra negativa adicional incrementó la tasa de clics en aproximadamente un 2,3 %, mientras que las palabras positivas la redujeron. El hallazgo aporta una base empírica sólida a una intuición largamente sostenida por la teoría de la comunicación: la selección léxica no solo encuadra el acontecimiento, sino que determina su probabilidad de ser leído.

Un patrón análogo se observa en la difusión. El contenido moral-emocional se propaga con mayor amplitud en redes sociales, y esa amplificación se ve reforzada por mecanismos de aprendizaje social: los usuarios que reciben retroalimentación positiva al expresar indignación moral tienden a incrementar esa expresión en interacciones posteriores (Brady et al., 2021). La animosidad hacia el exogrupo constituye uno de los predictores más consistentes de la interacción en estas plataformas (Rathje et al., 2021), y Van Bavel et al. (2024) sintetizan este cuerpo de investigación señalando que las redes sociales operan menos como origen de nuevas dinámicas morales que como acelerador de dinámicas preexistentes. A ello se suma la evidencia sobre difusión diferencial de información falsa, que se propaga más rápido y más lejos que la verdadera (Vosoughi et al., 2018), y sobre los factores cognitivos que explican esa vulnerabilidad, entre los cuales la falta de reflexión analítica pesa más que el razonamiento motivado partidista (Pennycook y Rand, 2021).

Curación algorítmica: alcances y límites de la evidencia disponible

La atribución de efectos a los algoritmos de recomendación exige una cautela particular, porque es aquí donde la distancia entre el discurso público y la evidencia experimental resulta mayor. Guess et al. (2023), en un experimento de campo realizado durante la elección estadounidense de 2020, sustituyeron el ordenamiento algorítmico de Facebook e Instagram por un orden cronológico inverso: la intervención modificó de manera sustancial el tiempo de uso y la composición del contenido expuesto, pero no alteró significativamente la polarización de posiciones, la polarización afectiva ni el conocimiento político durante los tres meses de seguimiento.

Un experimento posterior realizado en la plataforma X ofrece un resultado parcialmente distinto y metodológicamente informativo: la exposición al ordenamiento algorítmico durante siete semanas desplazó las opiniones sobre prioridades de política pública, aunque no afectó la identificación partidaria ni la polarización afectiva; el efecto, además, resultó asimétrico, pues aparecía al activar el algoritmo pero no al desactivarlo (Gauthier et al., 2026).

La lectura conjunta de ambos estudios sugiere una conclusión matizada. Los sistemas de curación algorítmica influyen de manera verificable sobre la exposición informativa y pueden desplazar opiniones en dominios específicos, pero no operan como determinantes generales de las actitudes políticas, y su efecto depende del diseño de la intervención, del horizonte temporal y de la plataforma examinada. Atribuirles la responsabilidad principal de la polarización contemporánea excede lo que la evidencia autoriza, del mismo modo que negarles toda incidencia contradice los resultados disponibles.

Los límites de la explicación hormonal

Una última precisión resulta necesaria, porque afecta a la manera en que se divulga la relación entre medios y cerebro. Es frecuente encontrar la afirmación de que el cortisol es la hormona del estrés y la dopamina la de la felicidad, y que los medios modularían ambas mediante la selección de contenidos amenazantes o gratificantes. La formulación es atractiva por su simplicidad, pero no se corresponde con el estado de la investigación.

La dopamina no codifica placer. La evidencia acumulada indica que su función central en los circuitos de recompensa consiste en señalar el error de predicción, es decir, la discrepancia entre la recompensa esperada y la obtenida, y en atribuir saliencia motivacional a los estímulos (Schultz, 2016). La distinción no es terminológica: explica por qué la incertidumbre sobre la retroalimentación social resulta más eficaz para sostener la conducta de revisión del teléfono que la retroalimentación misma. El estudio de Westbrook et al. (2021), que documentó una relación entre la capacidad de síntesis de dopamina estriatal medida por tomografía de emisión de positrones y la intensidad de la actividad social en el teléfono, es un estudio correlacional en una muestra reducida; no autoriza a concluir que el uso del dispositivo modifique el sistema dopaminérgico ni en qué dirección operaría tal relación.

En cuanto al cortisol, la evidencia es igualmente heterogénea. Chun et al. (2018) documentaron diferencias de conectividad frontoestriatal en adolescentes con uso excesivo del teléfono, pero un ensayo posterior que midió frecuencia cardíaca y cortisol salival durante sesiones de veinte minutos de uso de redes sociales no encontró la respuesta fisiológica de estrés que la hipótesis predecía (Oppenheimer et al., 2024). El resultado no descarta efectos acumulativos en horizontes más largos, pero sí desaconseja presentar la elevación del cortisol como un mecanismo establecido de los efectos mediáticos.

Conviene añadir una aclaración terminológica. El adjetivo neurolingüístico se emplea aquí en su acepción científica, referida al estudio de las bases neurales del procesamiento del lenguaje, y no debe confundirse con la denominada programación neurolingüística, un conjunto de técnicas sin respaldo empírico consolidado. La precisión importa porque la ambigüedad del término ha facilitado la circulación de afirmaciones que la neurociencia del lenguaje no sostiene.

De todo lo anterior se sigue que el nivel de análisis pertinente para comprender la relación entre medios y opinión pública no es el endocrino, sino el representacional y atencional. Los medios no actúan sobre las hormonas de los ciudadanos: actúan sobre las categorías con que estos interpretan el mundo, sobre la saliencia relativa de los temas y sobre la estructura causal que atribuyen a los acontecimientos. Esa es una afirmación más modesta que la de la divulgación neurocientífica, pero es también la que la evidencia respalda.

CONCLUSIONES

El propósito de este artículo fue articular la tradición sociodiscursiva sobre medios y opinión pública con la evidencia neurocognitiva reciente sobre el procesamiento del significado, mediante una revisión narrativa crítica de literatura publicada principalmente entre 2010 y 2026. La reflexión permite formular cuatro conclusiones.

En primer lugar, la evidencia neurocognitiva contemporánea es compatible con la tesis sociológica de que el discurso participa en la construcción de la realidad social, pero la reformula. Si el significado se construye a partir de la experiencia corporal y de las

regularidades distribucionales del lenguaje (Davis y Yee, 2021; Frisby et al., 2023), la exposición reiterada a determinadas configuraciones léxicas incide sobre el contenido semántico de los términos que organizan el debate público.

En segundo lugar, los dispositivos de encuadre identificables en la prensa, como neologismos, adjetivación evaluativa y elipsis del agente, constituyen operaciones lingüísticas con consecuencias evaluativas documentadas, tanto en la investigación en comunicación (Entman, 1993; Sullivan, 2023) como en la psicología de la decisión (Tversky y Kahneman, 1981). Su eficacia, sin embargo, es contextual y no mecánica.

En tercer lugar, las condiciones digitales de circulación introducen un sesgo sistemático hacia el contenido negativo y moral-emocional, con efectos verificados sobre el consumo y la difusión de noticias (Brady et al., 2021; Robertson et al., 2023; Van Bavel et al., 2024). En cambio, la incidencia de la curación algorítmica sobre las actitudes políticas resulta acotada y heterogénea según los experimentos de campo disponibles (Gauthier et al., 2026; Guess et al., 2023), lo que desaconseja explicaciones deterministas.

En cuarto lugar, y como contribución específica de este trabajo, las explicaciones hormonales de los efectos mediáticos deben ser abandonadas en su formulación divulgativa. Ni la dopamina codifica felicidad (Schultz, 2016) ni la elevación del cortisol ante el consumo mediático constituyen un hallazgo consistente (Oppenheimer et al., 2024). Delimitar lo que la evidencia sostiene resulta tan necesario como afirmar la relevancia del fenómeno.

El aporte principal reside, entonces, en mostrar que la integración entre análisis del discurso y neurociencia del lenguaje es posible y fructífera, siempre que se realice en el nivel de análisis adecuado y con una delimitación explícita de los alcances de cada tradición.

LIMITACIONES Y ESTUDIOS FUTUROS

Este trabajo presenta tres limitaciones que conviene explicitar. La primera es de diseño: se trata de una revisión narrativa y no sistemática, por lo que la selección de fuentes, aunque guiada por criterios explícitos, no está exenta de sesgo de selección y no permite estimar magnitudes de efecto. La segunda es de alcance empírico: los ejemplos de la prensa chilena cumplen una función ilustrativa y no derivan de un análisis de contenido con procedimientos de codificación y medidas de acuerdo entre codificadores. La tercera es de transferibilidad: buena parte de la evidencia experimental sobre plataformas digitales proviene de contextos angloparlantes y de sistemas mediáticos con niveles de polarización y estructuras de propiedad distintos de los latinoamericanos, por lo que su extrapolación a la región debe realizarse con cautela.

De estas limitaciones se desprenden líneas de investigación futuras. Resulta necesario, en primer término, desarrollar estudios de análisis de contenido asistido por procesamiento de lenguaje natural sobre corpus de prensa latinoamericana, que permitan cuantificar la frecuencia y evolución de los dispositivos de encuadre discutidos. En segundo lugar, se requieren diseños experimentales con hablantes hispanoamericanos que evalúen los efectos de la elipsis del agente y de la adjetivación evaluativa sobre la atribución de responsabilidad. En tercer lugar, la integración propuesta se beneficiaría de estudios que combinen medidas conductuales y neurofisiológicas con materiales informativos auténticos, en la línea metodológica que Schmälzle y Huskey (2023) proponen para la investigación de efectos mediáticos. Por último, replicar en América Latina los experimentos de campo sobre curación algorítmica permitiría evaluar en qué medida los hallazgos disponibles dependen del contexto político y mediático en que fueron obtenidos.

En términos de alcances prácticos, los resultados de esta reflexión son de utilidad para el diseño de programas de alfabetización mediática que incorporen el análisis de la agencia sintáctica en titulares, para la formación de periodistas en el uso responsable de neologismos con carga evaluativa y para la elaboración de políticas públicas de información que consideren la asimetría documentada entre contenidos negativos y positivos en la circulación digital.

RECONOCIMIENTO

Beca ANID Doctorado Nacional 2025-21252182

DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES

El autor declara no tener conflictos de intereses.

REFERENCIAS

- Abellán Roselló, L. (2022). Relación entre el desarrollo del lenguaje y las funciones ejecutivas en sujetos de 0 a 6 años. Una revisión sistemática. *IJNE: International Journal of New Education*, 10, 103-126.
- Arellano Faúndez, O. M., Gómez Urrutia, V. E., Fuenzalida Díaz, F., Lara Groger, M., & Urrutia Parada, K. (2017). Género, violencia y poder. El femicidio en la prensa chilena. *Papeles de Trabajo*, 11(20), 147-166.
- Aristóteles. (2008). *Metafísica* (M. L. Alía Alberca, Trad.). Alianza. (Obra original publicada ca. 350 a. C.)
- Baddeley, A. (2003). Working memory and language: An overview. *Journal of Communication Disorders*, 36(3), 189-208. [https://doi.org/10.1016/S0021-9924\(03\)00019-4](https://doi.org/10.1016/S0021-9924(03)00019-4)
- Barrios-Borjas, D. A., Bejar-Ramos, V. A., & Cauchos-Mora, V. S. (2017). Uso excesivo de smartphones/teléfonos celulares: Phubbing y nomofobia. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 55(3), 205-206. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272017000300205>
- Brady, W. J., McLoughlin, K., Doan, T. N., & Crockett, M. J. (2021). How social learning amplifies moral outrage expression in online social networks. *Science Advances*, 7(33), eabe5641. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abe5641>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder* (M. Hernández, Trad.). Alianza.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Cegarra, J. (2012). Fundamentos teórico epistemológicos de los imaginarios sociales. *Cinta de Moebio*, 43, 1-13. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100001>
- Chun, J.-W., Choi, J., Cho, H., Choi, M.-R., Ahn, K.-J., Choi, J.-S., & Kim, D.-J. (2018). Role of frontostriatal connectivity in adolescents with excessive smartphone use. *Frontiers in Psychiatry*, 9, 437. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2018.00437>
- Collins, A. M., & Quillian, M. R. (1969). Retrieval time from semantic memory. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 8(2), 240-247. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(69\)80069-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(69)80069-1)
- Davis, C. P., & Yee, E. (2021). Building semantic memory from embodied and distributional language experience. *WIREs Cognitive Science*, 12(5), e1555. <https://doi.org/10.1002/wcs.1555>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fedorenko, E., Ivanova, A. A., & Regev, T. I. (2024). The language network as a natural kind within the broader landscape of the human brain. *Nature Reviews Neuroscience*, 25(5), 289-312. <https://doi.org/10.1038/s41583-024-00802-4>
- Fernández Tapia, P. (2016). *Agentividad en casos de femicidio en prensa chilena escrita: La Cuarta* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile].
- Foucault, M. (2018). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión* (A. Garzón del Camino, Trad.; ed. rev.). Siglo XXI Editores.

- Frisby, S. L., Halai, A. D., Cox, C. R., Lambon Ralph, M. A., & Rogers, T. T. (2023). Decoding semantic representations in mind and brain. *Trends in Cognitive Sciences*, 27(3), 258-281. [https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613\(22\)00323-0](https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613(22)00323-0)
- Frolli, A., Cerciello, F., Esposito, C., Ciotola, S., De Candia, G., Ricci, M. C., & Russo, M. G. (2022). Executive functions and foreign language learning. *Pediatric Reports*, 14(4), 450-456. <https://doi.org/10.3390/pediatric14040053>
- Gauthier, G., Hodler, R., Widmer, P., & Zhuravskaya, E. (2026). The political effects of X's feed algorithm. *Nature*. <https://doi.org/10.1038/s41586-026-10098-2>
- Guess, A. M., Malhotra, N., Pan, J., Barberá, P., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Dimmery, D., Freelon, D., Gentzkow, M., ... Tucker, J. A. (2023). How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science*, 381(6656), 398-404. <https://doi.org/10.1126/science.abp9364>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere* (T. Burger, Trad.). MIT Press. (Obra original publicada en 1962)
- Hauk, O., Shtyrov, Y., & Pulvermüller, F. (2008). The time course of action and action-word comprehension in the human brain as revealed by neurophysiology. *Journal of Physiology-Paris*, 102(1-3), 50-58. <https://doi.org/10.1016/j.jphysparis.2008.03.013>
- Jiménez Becerra, A. (2014). Carlo Ginzburg: Reflexiones sobre el método indiciario. *Esfera*, 2(2), 21-28.
- Kapa, L. L., & Colombo, J. (2014). Executive function predicts artificial language learning. *Journal of Memory and Language*, 76, 237-252. <https://doi.org/10.1016/j.jml.2014.07.004>
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace.
- Mahapatra, S. (2019). Smartphone addiction and associated consequences: Role of loneliness and self-regulation. *Behaviour & Information Technology*, 38(8), 833-844. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1560499>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Monckeberg, M. O. (2016). *Los magnates de la prensa: Concentración de los medios de comunicación en Chile* (2.ª ed.). Debolsillo.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Oppenheimer, S., Bond, L., & Smith, C. (2024). Social media does not elicit a physiological stress response as measured by heart rate and salivary cortisol over 20-minute sessions of cell phone use. *PLOS ONE*, 19(4), e0298553. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0298553>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Pintos, J. L. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37-65.
- Platón. (2006). *Cratilo*. Losada.
- Randazzo Eisemann, F. (2012). Los imaginarios sociales como herramienta. *Imagonautas*, 2(2), 77-96.
- Rathje, S., Van Bavel, J. J., & van der Linden, S. (2021). Out-group animosity drives engagement on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(26), e2024292118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2024292118>

- Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., Pärnamets, P., Van Bavel, J. J., & Feuerriegel, S. (2023). Negativity drives online news consumption. *Nature Human Behaviour*, 7(5), 812-822. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01538-4>
- Rosch, E., & Mervis, C. B. (1975). Family resemblances: Studies in the internal structure of categories. *Cognitive Psychology*, 7(4), 573-605. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(75\)90024-9](https://doi.org/10.1016/0010-0285(75)90024-9)
- Santa Cruz Achurra, E. (1988). *Análisis histórico del periodismo chileno*. Nuestra América.
- Santa Cruz Achurra, E. (1998). *Conformación de espacios públicos, masificación y surgimiento de la prensa moderna en Chile. Siglo XIX (Documento de trabajo 28)*. Universidad Arcis.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Schmälzle, R., & Huskey, R. (2023). Integrating media content analysis, reception analysis, and media effects studies. *Frontiers in Neuroscience*, 17, 1155750. <https://doi.org/10.3389/fnins.2023.1155750>
- Schultz, W. (2016). Dopamine reward prediction-error signalling: A two-component response. *Nature Reviews Neuroscience*, 17(3), 183-195. <https://doi.org/10.1038/nrn.2015.26>
- Shallice, T., Warrington, E. K., & McCarthy, R. (1983). Reading without semantics. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology Section A*, 35(1), 111-138. <https://doi.org/10.1080/14640748308402120>
- Shelton, J. R., & Caramazza, A. (2001). The organization of semantic memory. En B. Rapp (Ed.), *The handbook of cognitive neuropsychology* (pp. 423-443). Psychology Press.
- Smith, E. E., Shoben, E. J., & Rips, L. J. (1974). Structure and process in semantic memory: A featural model for semantic decisions. *Psychological Review*, 81(3), 214-241. <https://doi.org/10.1037/h0036351>
- Sullivan, K. (2023). Three levels of framing. *WIREs Cognitive Science*, 14(5), e1651. <https://doi.org/10.1002/wcs.1651>
- Thompson, J. B. (2017). *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación* (J. Colobrans, Trad.). Paidós.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Van Bavel, J. J., Robertson, C. E., del Rosario, K., Rasmussen, J., & Rathje, S. (2024). Social media and morality. *Annual Review of Psychology*, 75, 311-340. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-022123-110258>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Westbrook, A., Ghosh, A., van den Bosch, R., Määtä, J. I., Hofmans, L., & Cools, R. (2021). Striatal dopamine synthesis capacity reflects smartphone social activity. *iScience*, 24(5), 102497. <https://doi.org/10.1016/j.isci.2021.102497>
- Zhang, S., & Schmitt, B. (1998). Language-dependent classification: The mental representation of classifiers in cognition, memory, and ad evaluations. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 4(4), 375-385. <https://doi.org/10.1037/1076-898X.4.4.375>