



Universidad Abierta
Interamericana Facultad de
Derecho y Ciencia Política Sede
Regional Rosario

Licenciatura en Relaciones
Internacionales

Tesis de grado:

“La era Trump: desentrañando el impacto de las Fake News en las elecciones de 2016”

Tesista: *Josefina Tiscornia Yummati*

Tutor: *Pablo J. Davoli*

Rosario, Santa Fe, Argentina, 2024

Dedicatoria

A mi familia, amigos, profesores y directivos:

A lo largo de este camino académico, cada uno de ustedes dejó una huella imborrable en este logro que hoy celebro. Agradezco profundamente su acompañamiento, aliento y sabios consejos que marcaron, por completo, mi trayectoria.

Quiero dedicar un reconocimiento especial a dos personas que son mi guía y sostén en los momentos más difíciles. A mi mamá, Marcela, cuyo amor incondicional y sacrificio no solo me alentaron, sino que también fueron el motor que me impulsó a llegar hasta aquí. Y a mi esposo, que, con su apoyo inquebrantable y palabras de aliento constantes, me inspiraron para superar obstáculos y alcanzar mis metas.

A todos ustedes, gracias por su paciencia, comprensión y confianza en mí, incluso cuando dudaba de mí misma. Este logro no solo es mío, sino también de cada uno de ustedes que fueron una parte fundamental de mi camino hacia la culminación de esta etapa.

Con profundo cariño y gratitud,

Josefina Tiscornia Yummati

Resumen

La presente investigación sobre el impacto de las Fake News en las elecciones presidenciales de EE. UU. en 2016 busca explicar el complejo panorama en la intersección de la política, los medios digitales y la percepción pública. Es en este sentido que el trabajo refleja la importancia de comprender cómo la desinformación y la propaganda influyeron en el resultado electoral y, más allá, sentaron un precedente para futuros eventos a nivel global.

Desde la aparición de la era digital, la desinformación y las Fake News pasaron de ser elementos de manipulación política a convertirse en una fuerza considerable, especialmente a través de las redes sociales. La conectividad global y el uso masivo de dispositivos móviles proporcionaron canales de difusión instantánea que, si bien ampliaron la libertad de expresión, también facilitaron la manipulación de información para promover intereses individuales.

El análisis de los eventos previos a las elecciones que llevaron a Donald Trump a la presidencia revela la presencia constante de elementos perturbadores, como el uso de bots y la difusión de datos inexistentes. Estos elementos, combinados con la aparición de imágenes desacreditadas convertidas rápidamente en imágenes virales, evidencian la complejidad y la velocidad con la que la desinformación puede influir en la opinión pública.

Palabras claves: Fake News – Donald Trump – Elecciones – Opinión Pública – Democracia

Abstract

This research on the impact of Fake News on the 2016 U.S. presidential elections aims to elucidate the intricate intersection of politics, digital media, and public perception. The study underscores the significance of understanding how misinformation and propaganda influenced the electoral outcome, setting a precedent for future global events.

Since the advent of the digital era, misinformation and Fake News have transitioned from being tools of political manipulation to becoming a considerable force, particularly through social media platforms. Global connectivity and widespread use of mobile devices have provided channels for instantaneous dissemination, expanding freedom of expression but also facilitating the manipulation of information to serve individual interests.

The analysis of events leading up to the elections that propelled Donald Trump to the presidency reveals the persistent presence of disruptive elements, such as the use of bots and the spread of nonexistent data. These elements, coupled with the rapid transformation of discrediting images into viral content, highlight the complexity and speed at which misinformation can sway public opinion.

Keywords: Fake News – Donald Trump – Elections – Public Opinion - Democracy

INDICE

Introducción	7
CAPÍTULO I	9
1. Elementos de contexto	9
2. Marco Metodológico	10
3. Supuestos de trabajo.....	11
4. Diseño de investigación.....	11
5. Marco teórico conceptual	12
6. Justificación	19
CAPÍTULO II	20
1. Política y desinformación en la era digital: el (mal) uso de nuevas herramientas en campañas electorales	20
2. Agenda política de los candidatos en las elecciones de 2016	22
3. La participación electoral en 2016.....	27
4. El financiamiento propagandístico.....	29
5. Noticias falsas: canales y mensajes	30
CAPÍTULO III	34
1. Impacto en la percepción de la información	34
1.1. El efecto “viralización”	36
1.2. Encuestas de opinión pública	37
2. Las consecuencias de la desinformación: el “Pizzagate”	38
2.1. Teorías conspirativas en medio de una elección: el caso “QAnon”	40
3. Ejemplos de mensajes y el rol de las redes sociales	41
4. Manipulación de declaraciones y eventos reales	46
CAPÍTULO IV	48
1. Efectos de las Fake News en la confusión de los votantes	48
1.1. Impacto en la intención de voto	49
2.2. Microsegmentación y manipulación psicológica.....	53
4. La democracia norteamericana desde la campaña de las Fakes News	55
4.1. Cuidar la democracia: un deber social.....	57
CAPITULO V	59
1. Balances y Conclusiones	59
Bibliografía y fuentes.....	67
Páginas web	67

Libros	68
Artículos académicos	69

Introducción

El impacto de las noticias falsas o fake news en las elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016 fue objeto de investigaciones y debates significativos. Varios estudios sugirieron que las fake news, la desinformación deliberada y las bromas difundidas a través de las redes sociales por el candidato republicano Donald Trump pueden haber influido en el resultado de las elecciones al moldear la opinión pública e influir en los votantes.

La desinformación y la propaganda fueron parte de la historia de hacer política desde tiempos remotos, pero frente al advenimiento de la era digital, su verdadera influencia en las redes sociales aún se está delineando. El informe anual 2012-2013 del Foro Económico Mundial ya resaltaba que la desinformación digital masiva sería un riesgo crítico tanto tecnológico como geopolítico a corto plazo (WTO, 2013). En el contexto actual, se percibe una marcada polarización en las comunidades en cuanto al consumo de noticias, un fenómeno que está estrechamente ligado a las alineaciones políticas al interior de los países.

El enorme crecimiento en el uso de dispositivos móviles y la conectividad global amplió notablemente los canales de difusión de noticias instantáneas. Esta expansión aumentó indudablemente la libertad de expresión, pero también propició un uso indebido de estas herramientas para promover intereses individuales y difundir información poco fiable.

Elementos como el uso de bots, a saber, cuentas automatizadas, fueron de los más comunes en lo que respecta a la difusión de información errónea. Por ejemplo, durante las elecciones presidenciales de EE. UU. estos bots jugaron un papel crucial en la promoción temprana de la desinformación, dirigiéndose a usuarios influyentes a través de respuestas y menciones. Además, se observó una disminución significativa en lo que respecta a verificación de datos en el núcleo de la red, mientras que los bots de fuentes desconocidas se multiplicaban. Esto planteó interrogantes sobre si la aparición de estas cuentas fantasmas estaba siendo orquestadas para generar una campaña de desinformación para influir en la opinión pública en el marco de la carrera presidencial norteamericana de 2016.

En el análisis de la información, se revela la existencia de datos inexistentes, o incluso haciendo referencia a hechos que todavía no habían sucedido. Esto, sumado a la aparición de imágenes que desacreditaban a los candidatos, se transformaban rápidamente en “memes” que recorren la red y llegaban al público alrededor del mundo en cuestión de segundos.

La influencia de las Fake News durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos, particularmente en el contexto de la candidatura de Donald Trump, se toma como objeto de estudio en lo que respecta a la intersección entre la política, los medios digitales y la percepción pública y el impacto en la política exterior. La difusión masiva de información falsa o engañosa a través de plataformas digitales se convirtió en un fenómeno notable, influyendo en la manera en que los votantes perciben no sólo a los candidatos, sino también en la confianza depositada en el propio sistema electoral.

La estrategia de la campaña de Trump, socavó la confianza en las instituciones democráticas fundamentales, incluyendo los medios de comunicación, las agencias gubernamentales y los sistemas electorales. Este modelo de utilización de información engañosa como herramienta política se convirtió en un patrón observado posteriormente en diversas elecciones alrededor del mundo. En este sentido, la propagación exitosa de Fake News durante las elecciones de Estados Unidos sirvió como un manual de cómo la desinformación podría ser utilizada como una herramienta poderosa para manipular la opinión pública y afectar un proceso democrático.

Este modelo replicado especialmente por las nuevas derechas alternativas evidenció la necesidad urgente de abordar el problema de la desinformación y fortalecer los mecanismos de verificación de datos y protección contra la manipulación en el contexto electoral a nivel global.

CAPÍTULO I

1. Elementos de contexto

El uso de redes sociales como plataforma para impulsar campañas electorales dejaron de ser un caso aislado, convirtiéndose en una tendencia global en aumento. Dentro de este contexto, la propagación de información falsa se volvió una práctica cada vez más común. Los propietarios de las redes sociales más prominentes tomaron medidas para evitar que situaciones similares a la ocurrida con Trump se reproduzcan y afecten las instituciones democráticas en otros países.

Mientras tanto, en Estados Unidos, considerado el país con mayor libertad de expresión, el uso de información proveniente de noticias falsas continúa siendo objeto de estudio y análisis. Un estudio publicado en Nature analizó 171 millones de tweets en los cinco meses previos a las elecciones y encontró que el 25% de los tweets difundían noticias falsas o extremadamente sesgadas (Bovet & Maske, 2019). El estudio utilizó modelado causal para descubrir cómo las noticias falsas influyeron en las elecciones y encontró que la actividad de los partidarios de Trump influyó en la dinámica de los principales difusores de noticias falsas.

Otro documento de investigación de la Escuela Kennedy de Harvard destacó el papel del expresidente Trump como un vector central para difundir desinformación relacionada con las elecciones. El estudio se centró en los mensajes de Trump que contenían desinformación electoral flagrante y encontró que, a pesar de las etiquetas de advertencia de Twitter, estos mensajes continuaron defendiéndose dentro y fuera de la plataforma (Misinforeview, 2021).

Además, un artículo de la Universidad de California, Santa Bárbara, discutió la dificultad para determinar el impacto exacto de las noticias falsas en las elecciones. Dicho artículo citó un estudio de la Universidad Estatal de Ohio que indicaba que cuando las personas creen en noticias falsas, los votos de dichas personas son plausibles de ser alterados, especialmente en elecciones reñidas (Cits.UCSB, 2021).

Algunos estudios argumentan que es difícil cuantificar el impacto preciso de las noticias falsas, especialmente por los problemas subyacentes a la medición de la opinión pública. Sin embargo, investigaciones de prestigiosas universidades norteamericanas, que serán descritas en el desarrollo de esta investigación, establecieron una relación entre el comportamiento de los votantes, especialmente a través de plataformas de redes sociales y el proceso electoral que llevó a Donald Trump al poder.

2. Marco Metodológico

2.1 Pregunta general de investigación

- ¿Cuál ha sido el impacto de las *Fake News* en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016?

2.2 Preguntas específicas de investigación

1. ¿Cómo se configuró el escenario político durante las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, y cuáles fueron los factores que contribuyeron a la proliferación de noticias falsas y la manipulación de información?
2. ¿Cuáles fueron las principales características de las noticias falsas durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016, y de qué manera impactaron en la formación de percepciones de los votantes y en su confianza en los medios digitales?
3. ¿Cuáles son las implicaciones de la difusión de noticias falsas en el sistema democrático de Estados Unidos y en la dinámica social de sus ciudadanos?

2.3 Objetivo General

Analizar el impacto de las Fake News en la percepción pública durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016.

2.4 Objetivos específicos

Objetivo Específico 1: Describir el contexto político de las elecciones presidenciales de 2016 como entorno propicio para la proliferación de noticias falsas y la manipulación de información.

Objetivo Específico 2: Examinar las características y el impacto de las noticias falsas durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016, así como su extensión en la formación de percepciones entre los votantes y su confianza en los medios digitales.

Objetivo Específico 3: Analizar las implicaciones de las noticias falsas en el sistema democrático y la dinámica social de los ciudadanos estadounidenses, evaluando su influencia en la confianza pública, la participación cívica y la integridad de las instituciones democráticas.

3. *Supuestos de trabajo*

3.1 Supuesto general:

Se postula que, durante las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, la difusión y vitalización de Fake News tuvieron un impacto significativo en la configuración de la percepción pública y como consecuencia, en los resultados de dicha elección.

3.2 Supuestos específicos:

La difusión de información falsa o engañosa a través de medios digitales afecta la percepción de los votantes y puede influir efectivamente en su toma de decisiones durante un periodo de elecciones.

Los mecanismos psicológicos y sociales que mediaron en este impacto se manifestaron a través de estrategias específicas de difusión en plataformas digitales.

El uso estratégico de plataformas digitales para la difusión de Fake News fue parte de la campaña de Trump, resultando en una pérdida de confianza en el sistema electoral por parte de una parte significativa de la población.

4. *Diseño de investigación*

A fines de alcanzar los objetivos propuestos, se llevará a cabo una investigación de tipo cualitativa. A su vez el estudio tendrá un carácter analítico - descriptivo dado que se orienta a evaluar, analizar y examinar la influencia de las fake news en la opinión pública norteamericana durante la campaña presidencial de 2016. Se explorará el fenómeno desde una perspectiva desde las Relaciones Internacionales, pero con un enfoque multidisciplinario atendiendo al objeto de estudio. Este abarca no solo la difusión y manipulación de la información, sino también los aspectos cognitivos, emocionales y sociológicos involucrados en la recepción y asimilación de este tipo de contenidos.

El recorte temporal seleccionado (2015 - 2017), comienza con el inicio de la campaña presidencial de Donald Trump en Estados Unidos en junio de 2015. En tanto el hito de finalización se ubica en enero de 2017, momento en el cual asume su rol como presidente luego de haberse posicionado como el ganador de las elecciones frente a su oponente, Hillary Clinton.

El análisis se enriquecerá mediante el recurso de las encuestas realizadas por instituciones de prestigio y *thinks tanks* norteamericanos. La información se categoriza con objetividad

buscando alcanzar el mayor nivel de rigurosidad posible para proporcionar una visión completa de las implicaciones de las fake news en el contexto electoral y su repercusión en la confianza ciudadana y el tejido social.

Para el cumplimiento de tal objetivo la presente investigación se vale de técnicas de recolección de la información mediante un fichaje bibliográfico con su correspondiente análisis e interpretación.

La tesina está dividida en cinco capítulos. El primer capítulo explica la estructura metodológica del trabajo e introduce la problematización del objeto de estudio conjuntamente a al marco teórico de conceptos que permiten abordar dicho el fenómeno a analizar

El segundo capítulo, en acuerdo con el objetivo específico número uno, se centra en describir el escenario electoral de 2016, especificando el perfil de los candidatos y los factores que dieron lugar a las noticias falsas y la manipulación de información.

El tercer capítulo, que concuerda con el objetivo específico número dos, se centra en analizar las características y el tipo de *fake news* y los efectos en la intención de voto de los ciudadanos norteamericanos en las elecciones de 2016.

El cuarto capítulo conforme al tercer objetivo específico, examina las consecuencias que tuvieron la circulación de este tipo de noticias en las instituciones democráticas y el efecto social.

Para finalizar, en el quinto capítulo se exponen conclusiones centradas en las consecuencias negativas que el modelo Trump de Fake News tuvo para el sistema democrático norteamericano y como afectó al sostenimiento de la creencia de la población de los valores democráticos.

5. *Marco teórico conceptual*

La serie de conceptos y teorías a continuación formarán parte del recorrido de esta investigación. Los mismos serán abordados desde la óptica de las Relaciones Internacionales, la Ciencia Política, y la Psicología, disciplinas cuyo campo de estudio otorga herramientas operativas en lo que refiere al análisis situacional del fenómeno en cuestión. Es en este sentido que la corriente teórica del Constructivismo se erige como fundamental para la explicación del presente estudio. Dicha teoría sostiene como premisa general que las ideas, las normas y las

identidades son fundamentales para comprender las interacciones entre distintos agentes y cómo se construyen las percepciones y las realidades políticas.

Autores que pueden denominarse como “clásicos” o “fundadores” del constructivismo, devenientes de la conocida como “Escuela Inglesa”¹, definieron al mismo de distinta forma, pero sin dejar de observar las cuestiones en juego que permean los vínculos entre los Estados: la anarquía y el poder desde una óptica social. De forma tal "El constructivismo es una teoría psicológica que sostiene que los individuos construyen activamente su propio entendimiento y conocimiento del mundo a través de la experiencia y la interacción con el entorno" (Piaget, 1970).

Por su parte, en su artículo *"Anarchy is what states makes of it"* publicado en 1992, Wendt aborda la idea de la construcción social de las políticas de poder, argumentando que, aunque la anarquía pueda considerarse un hecho estructural en el mundo, son los actores políticos quienes determinan cómo manejar esa anarquía. Este enfoque social constructivista hacia las Relaciones Internacionales ha generado un gran interés y se volvió fundamental en el campo, al punto que es difícil hablar de teoría de las relaciones internacionales sin hacer referencia a su trabajo.

Desde la óptica del autor Sánchez-Cerro (2018) “los factores ideacionales pueden tener efectos de alto alcance y que pueden triunfar sobre asuntos materialistas del poder” (p.14). Esta premisa teórica nos lleva a pensar, que, en los vínculos internacionales actuales, es difícil replegarse a una visión meramente materialista o de capacidades armamentísticas de los Estados para explicar sus vínculos. Hoy son los agentes individuales y la sociedad los que influyen en la confección de las políticas gubernamentales y la opinión pública se vuelve clave para el devenir de las Políticas Exteriores de los Estados.

Esto último resalta la necesidad de citar una de las teorías de las Relaciones Internacionales que marcaron un antes y un después en la disciplina: los aportes de la interdependencia compleja de los autores Koehne y Nye. en su obra conjunta *"Power and Interdependence"* (1977). En este contexto, el “poder difuso” se refiere a “la capacidad de influencia que poseen

¹ La Escuela Inglesa del constructivismo, también conocida como constructivismo británico, es una corriente dentro del campo de la teoría de las Relaciones Internacionales que se centra en el estudio de cómo los estados y los actores internacionales construyen su comprensión del mundo y de las relaciones entre ellos. A diferencia de otras formas de constructivismo que se originaron en Estados Unidos, la escuela inglesa tiende a prestar más atención a los aspectos históricos y sociológicos de la construcción de la realidad internacional. Sus principales exponentes incluyen a Barry Buzan, Nicholas Onuf y Alexander Wendt.

actores no estatales, como corporaciones multinacionales, organizaciones no gubernamentales (ONG), instituciones financieras internacionales y grupos de interés transnacionales” (p.122). Los autores explican que este conjunto de actores ejerce una influencia significativa en la arena internacional, pero su poder no se basa en el control tradicional de recursos militares o económicos, sino en la capacidad de moldear normas, valores y opiniones públicas a través de la persuasión, la promoción de agendas y la movilización de recursos políticos y sociales a escala global.

El concepto de “poder difuso” va a encontrar matices y dentro del mismo es posible dilucidar el “poder agudo” (*“sharp power”* en inglés) una idea acuñada por primera vez por Christopher Walker y Jessica Ludwig del Instituto Nacional para la Democracia (NED) en un artículo publicado en el Journal of Democracy en 2017. Este término se utiliza para describir una forma de influencia política que implica el uso de medios no democráticos para manipular la opinión pública y socavar las instituciones democráticas en otros países.

A diferencia del “poder blando” convencional (*“soft power”*), que se basa en la atracción y persuasión a través de valores culturales, políticas y modos de vida, el “poder agudo” se caracteriza por tácticas más coercitivas y manipuladoras. Estas pueden incluir la propaganda, la censura, la desinformación, el acoso cibernético, la infiltración en redes sociales, el soborno, la intimidación y la cooptación de élites locales para promover agendas políticas autoritarias o intereses estatales particulares.

El concepto de “poder agudo” surge en respuesta a las preocupaciones sobre la creciente actividad de países y actores no estatales que utilizan métodos encubiertos y manipulativos para socavar los valores democráticos y minar la estabilidad política en otros países. Esto puede manifestarse a través de campañas de desinformación destinadas a influir en elecciones, la supresión de la libertad de expresión y la persecución de activistas políticos, entre otras formas de interferencia en los asuntos internos de otros países.

Dentro de nuestra investigación, este marco teórico ayuda a comprender y explicar cuatro puntos fundamentales

1. Construcción de la realidad: El constructivismo nos invita a considerar cómo se construyen y difunden las narrativas sociales en torno a las fake news. ¿Cómo se forman las percepciones de la verdad y la mentira en diferentes contextos políticos y culturales?

¿Qué papel juegan los actores estatales y no estatales en la promoción de ciertas narrativas?

2. Identidades políticas y sociales: Las fake news a menudo se dirigen a grupos específicos dentro de la sociedad, apelando a identidades políticas, étnicas, religiosas u otras. El constructivismo nos anima a examinar cómo estas identidades son construidas y cómo influyen en la receptividad de la audiencia a las noticias falsas. De esta manera, se observa en el trabajo, como las fake news tuvieron impacto distinto en torno al grupo social en cuestión.
3. Normas y valores compartidos: Las fake news pueden socavar las normas y valores compartidos que sustentan la cohesión social y la estabilidad política. Las nociones de poder en torno a los medios de comunicación nos instan a considerar cómo se ven afectadas estas normas y valores por la difusión de información falsa y cómo pueden ser fortalecidas o debilitadas a través de la acción colectiva.
4. Agencia de los actores: El constructivismo y la teoría de interdependencia enfatiza la capacidad de los actores para influir en la construcción de la realidad política. ¿Qué incentivos tienen los actores estatales y no estatales para difundir *fake news*? ¿Cómo pueden ser contrarrestadas estas actividades mediante la acción colectiva o la resistencia social? Para ello, se abordan los intereses que permearon a la candidatura de Trump conjuntamente a sus intereses políticos y grupos que lo respaldaron.

Avanzando, la teoría de la ciencia política que aborda el fenómeno de la desinformación y su vinculación con la “*psicopolítica*” es el neo-institucionalismo, en particular el enfoque institucionalista sociológico. Este enfoque se centra en cómo las instituciones sociales, políticas y económicas influyen en el comportamiento y las decisiones de los individuos y los actores políticos. Un autor destacado en este campo es Byung-Chul Han (2021), quien analiza el fenómeno de la desinformación como “un sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente (“Smart power”), que consigue que los hombres se sometan por sí mismos al entramado de dominación” (p.102).

En relación con la desinformación, el neo-institucionalismo examina cómo las instituciones políticas y mediáticas pueden facilitar o mitigar la difusión de información falsa. Por ejemplo, investiga cómo la regulación de los medios de comunicación, los controles gubernamentales y la estructura de los sistemas mediáticos pueden influir en la prevalencia y la efectividad de la desinformación en una sociedad.

Además, el concepto de psicopolítica se vincula con la desinformación en el sentido de que ambas áreas se centran en el uso de la psicología y las emociones humanas para influir en el comportamiento político. La psicopolítica se refiere al uso de tácticas psicológicas, como la propaganda, la manipulación emocional y la ingeniería social, para influir en las actitudes, las creencias y las percepciones políticas de las personas.

La desinformación puede ser una herramienta importante en la psicopolítica, ya que puede ser utilizada para manipular las opiniones públicas, sembrar la discordia social y erosionar la confianza en las instituciones democráticas. Por lo tanto, el enfoque neo-institucionalista en la ciencia política puede analizar cómo las instituciones políticas y mediáticas facilitan o resisten la difusión de la desinformación, mientras que la psicopolítica proporciona un marco para comprender cómo se diseñan y se implementan las tácticas de desinformación para influir en el comportamiento político.

Con todo, *la "psicopolítica"* es un término que puede tener distintas interpretaciones y no existe una definición única aceptada universalmente. Sin embargo, en algunos contextos, se ha utilizado para referirse a la intersección entre la psicología y la política, explorando cómo los procesos psicológicos individuales y colectivos influyen o son influenciados por los fenómenos políticos. Siguiendo a Wilhelm Reich (1933), se puede afirmar que:

La psicopolítica, en este contexto, se refiere a la utilización de estrategias psicológicas para influir en la percepción, opinión y comportamiento de las personas en el ámbito político. Puede involucrar tácticas de persuasión, propaganda y manipulación emocional con el objetivo de alcanzar objetivos políticos específicos. (p. 34)

Por su parte, Han (2021) explica que *la psicopolítica* responde a las siguientes características:

Aquel sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente (smart), que consigue que los hombres se sometan por sí mismos al entramado de dominación (...) en este sistema, el sujeto sometido no es consciente de su sometimiento. La eficacia del psicopoder radica en que el individuo se cree libre, cuando en realidad es el sistema el que está explotando su libertad (p. 12).

La práctica de desinformar por medio de fake news que difunden rápidamente, siendo formuladas para un público en específico o en general, puede llevar a la confusión y al engaño generalizado si su propagación continúa por medios por fuera de lo digital. En este sentido, *la psicología de la desinformación* explica cómo funciona el razonamiento humano al momento

de consumir información, y cómo las personas pueden ser vulnerables a las noticias falsas debido a la avaricia cognitiva, la heurística de respaldo social, la disonancia cognitiva y la fluidez. La exposición controlada a la desinformación puede ayudar a evitar que las personas caigan en ella, generando mecanismos para poder identificar la procedencia y veracidad de las fuentes (Lewandosky et al, 2017).

El concepto de *opinión pública* también se hace presente en el presente trabajo. En las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 se refiere a las actitudes y creencias del público estadounidense hacia los candidatos y temas en la elección. En este sentido, las encuestas de opinión pública son una herramienta común incluso fuera de la temporada electoral, pero cobran particular importancia durante las elecciones.

Sartori (1992), por otra parte, en su definición del concepto *opinión pública* se refiere a “estados mentales (difusos) que interactúan con los flujos de información sobre el estado de la cosa pública” otorgando un lugar al modo en que los públicos se relacionan con las informaciones y reciben los mensajes. Sin embargo, enfatiza que las opiniones no solo tienen relación con las informaciones, sino que se derivan también de los grupos de referencia (familia, amigos, trabajo), de manera que estas provienen finalmente de dos fuentes: mensajes informadores e identificaciones (Sartori, 1992, p. 149).

La propensión inherente del ser humano hacia la sociabilidad lo impulsa a entablar conversaciones con sus congéneres. Los *canales de comunicación* emergen como una manifestación de este fenómeno social que impera en la necesidad del individuo de expresar sus pensamientos y emociones. (Vixonic, 2022). De manera complementaria, se revela imperativa la capacidad de escuchar los mensajes transmitidos por otros individuos para facilitar la comprensión mutua. En el contexto de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016, los canales de comunicación desempeñaron un papel de extrema relevancia. Estos se definen como medios mediante los cuales la información se transmite desde un emisor hacia un receptor, y para que este proceso sea efectivo, intervienen diversos elementos. Es en razón de esto que es posible distinguir cuatro categorías de canales de comunicación, a saber:

1. Canales personales: Se trata de canales de comunicación que permiten una comunicación más directa entre emisor y receptor y mayor interacción durante el proceso.
2. Canales impersonales: Estos canales de comunicación tienen la particularidad de que se dirigen a un gran número de receptores. Los mensajes no suelen estar personalizados.

3. Canal unidireccional: Los medios de comunicación, el boom de las nuevas tecnologías y la aparición de Internet, son canales por los que se emiten mensajes a una gran audiencia. Suelen tener un carácter unidireccional porque los mensajes no son personalizados y no hay una respuesta directa por parte del público hacia el emisor.
4. Canal bidireccional: Cuando la comunicación se lleva a cabo a través de un canal que permite una interacción constante y directa entre emisor y receptor, se habla de canal bidireccional (Peiró, 2021).

En este sentido, vale mencionar la intrínseca relación entre los canales de comunicación y la propagación de noticias falsas. Como señala Smith (2020), “los canales de comunicación actúan como vehículos para la difusión de información, y cuando esta información es inexacta o falsa, los canales de comunicación pueden amplificar su impacto” (p.23). La interacción entre los distintos tipos de canales de comunicación y la viralidad de las noticias falsas plantean desafíos significativos para la percepción pública de la información y la confianza en los medios digitales.

La *desinformación*, las *noticias falsas o "fake news"* y las *"deepfakes"* son términos relacionados pero distintos que se refieren a la propagación de información inexacta o falsa. La desinformación se refiere a la difusión deliberada de información falsa o inexacta con el objetivo de desacreditar a una persona o organización (CSI Library, 2023). Esta práctica está vinculada al hecho de generar la información falsa o inexacta que se propaga, independientemente de si existe intención de engañar o manipular las intenciones del receptor (Duquesne University, 2023). Por su parte, las noticias falsas, como fenómeno, son información inexacta que imita la forma de las noticias oficiales, estrechamente vinculadas al canal y mensaje por el cual se propagan (Campus Library, 2023). Son noticias o historias creadas intencionalmente para engañar o engañar a los lectores, y a menudo se utilizan para influir en las opiniones de las personas, promover una agenda política o causar confusión (WebWise, s/f).

Por su parte, las *Deep Fakes* son un concepto relativamente nuevo en su uso y se vincula con el de fake news, ya que es un subtipo de estas. Comenzó a circular en la era Trump y se volvió común con el estallido de conflictos como la guerra de Ucrania. Se usa para referirse a un video que ha sido editado usando un algoritmo para reemplazar a la persona en el video original con otra persona (especialmente una figura pública) de una manera que hace que el video parezca auténtico (IEEE Spectrum, 2020).

6. Justificación

El fenómeno de las noticias falsas y la manipulación de la información adquiere una dimensión de suma relevancia en el campo de las Relaciones Internacionales, especialmente evidenciado por el papel de líderes políticos prominentes como Donald Trump. Su capacidad para orquestar una maquinaria propagandística, mediante el uso masivo de redes sociales, ejemplifica cómo la información distorsionada puede influir en la percepción de los votantes nacionales sobre eventos internacionales, políticas gubernamentales y relaciones entre países. Este fenómeno, observado de manera inédita en EE.UU., ha sido replicado en otros contextos globales, como el ascenso de líderes políticos como Bolsonaro en Brasil, Nigel Farage en el Reino Unido durante el debate sobre el Brexit, o en las recientes elecciones en India, donde Narendra Modi y su partido, el Bharatiya Janata Party (BJP), emplearon prácticas relacionadas con la difusión de noticias falsas.

Las noticias falsas se convierten así en herramientas poderosas para moldear la opinión pública en torno a la política exterior. En el caso de las elecciones de 2016 en EE.UU., Trump recurrió a la creación de narrativas falsas para asociar a la candidata Clinton con temas internacionales negativos, con el objetivo de generar desconfianza y aversión hacia la agenda política demócrata. Un ejemplo paradigmático fue la difusión de noticias que afirmaban el supuesto apoyo de Hillary Clinton a grupos terroristas, incluso llegando al extremo de acusar a su familia de respaldar la venta de armas a grupos yihadistas. Todo esto, en el trasfondo de la estrategia de Trump para consolidar apoyo en uno de los pilares fundamentales de su política exterior: la postura de Estados Unidos en Medio Oriente.

Aunque esta problemática trasciende el alcance de esta investigación específica, es importante destacar que la difusión de noticias falsas a través de las redes sociales y otros medios digitales no conoce fronteras nacionales y puede tener un impacto significativo en la opinión pública a nivel global. Esto subraya la urgencia de abordar este fenómeno desde una perspectiva internacional. En este sentido, resulta crucial desarrollar estrategias de cooperación internacional destinadas a combatir la desinformación y fomentar una comunicación más transparente y veraz en el ámbito global.

CAPÍTULO II

Para contextualizar los métodos de manipulación de información a través de las fake news durante las elecciones presidenciales de 2016, es esencial comprender el paisaje mediático y digital de la época. En este período, se observó una convergencia sin precedentes de diversas plataformas de comunicación, donde las redes sociales emergieron como poderosos canales de difusión de información. Este capítulo introduce el plano político norteamericano en 2016 para comprender cómo se emplearon estrategias como la distorsión de hechos, la creación de narrativas sesgadas, el uso de titulares sensacionalistas y la amplificación selectiva de mensajes para influir en la opinión pública.

1. Política y desinformación en la era digital: el (mal) uso de nuevas herramientas en campañas electorales

La utilización de herramientas digitales en la política contemporánea ha evolucionado de forma considerable. Conjuntamente su impacto y efectos adversos adquirieron una dimensión más preocupante que en el pasado. Los usos de tecnologías de desinformación representan una modernización de estrategias políticas previas utilizadas por candidatos para obtener ventajas estratégicas. Por ejemplo, la adaptación de la retórica en anuncios televisivos o discursos de campaña fue una práctica común en campañas electorales de la década de los '70 y '80 en Estados Unidos, dirigida a cautivar diferentes sectores específicos.

La utilización de armas nucleares en el contexto de Guerra Fría, la participación de Estados Unidos en Vietnam o la reacción al 11-S fueron eventos moldearon el discurso político norteamericano en su momento, y donde los candidatos, en conciencia de la sensibilidad de estos temas, han informado y desinformado de acuerdo a sus pretensiones electorales. De esta forma han surgido lemas como *"Peace with Honor"* (Paz con Honor) del presidente Nixon, *"Liberty or Death"* (Libertad o muerte) citada ampliamente por conservadores basados en Patrick Henry o *"We are in a monumental struggle of good versus evil, but good will prevail"* (Estamos en una lucha monumental entre el bien y el mal, pero el bien prevalecerá) en el momento que el presidente Bush declaraba su guerra contra el terrorismo.

Este tipo de lemas no solo reflejan la polarización política en momentos específicos, sino que también buscan movilizar a la población en torno a un mensaje simplificado y emotivo que resuena con valores profundamente arraigados. Tales consignas, aunque pueden variar en su

formulación, tienen la capacidad de encapsular complejas narrativas políticas que pretenden movilizar a los votantes en torno a visiones contrastantes del mundo y del liderazgo político.

Esta tendencia ha perdurado a lo largo del tiempo, evidenciando que, si bien los contextos y herramientas cambian, la esencia de la adaptación y manipulación retórica en la política ha sido una constante histórica y utilizada a lo largo de la historia para enfatizar la dicotomía entre ideales opuestos.

Asimismo, las protecciones y libertades otorgadas por la Primera Enmienda² de la Constitución de Estados Unidos permiten a los políticos distorsionar información sobre sus oponentes, atravesando los límites de sus derechos, y dejando a los votantes la responsabilidad de discernir la veracidad de lo expuesto. A pesar de esto, las campañas electorales en Estados Unidos son ampliamente reguladas por una serie de leyes y regulaciones a nivel federal y estatal. Algunas de las más importantes incluyen:

- Ley Federal de Campañas Electorales (FECA) (Federal Election Campaign Act): ley marco que, junto con sus enmiendas, establece regulaciones para las contribuciones financieras a campañas electorales federales, los gastos de campaña, la divulgación de financiamiento y la creación de la Comisión Federal de Elecciones (Federal Election Commission, FEC) para hacer cumplir estas normativas.
- Ley McCain-Feingold (Ley de reforma de campañas blandas) que es formalmente conocida como la Ley Bipartidista de Reforma de Campañas Electorales de 2002, esta legislación prohibió las contribuciones de dudosa procedencia a los partidos políticos y reguló la financiación de anuncios políticos.
- La FEC (Comisión Federal de Elecciones) por su parte emite regulaciones detalladas que especifican cómo las campañas y comités políticos deben cumplir con las disposiciones de la FECA y otras leyes relacionadas con las elecciones federales.

Por último, mencionar que las leyes estatales establecen regulaciones a la divulgación de información, límites de contribución, gastos de campaña y otras prácticas relacionadas con las elecciones estatales y locales.

² “El Congreso no hará ninguna ley respecto al establecimiento de una religión, ni prohibiendo el libre ejercicio de la misma; tampoco restringirá la libertad de expresión, ni de prensa; ni el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y a solicitar al Gobierno la reparación de agravios.” (Carta de Derechos, Enmienda I, 1789).

A pesar de la aplicación de las leyes políticas de campaña, diversas características de las tecnologías emergentes las vuelven relativamente ineficaces e incluso perjudiciales, especialmente considerando la limitada atención que estas reciben en la jurisprudencia norteamericana. La universal accesibilidad a tecnologías de bajo o nulo costo, ha permitido la utilización y manipulación de datos tanto por actores internos como externos a los Estados Unidos.

Otro factor crucial es la recolección de datos sin restricciones, vital para el uso efectivo de las tecnologías de micro segmentación. Esta, en ocasiones sin conocimiento de los votantes, abarca aspectos como historial de compras, búsquedas en la web y preferencias de clics en línea. Esta falta de control y su posterior perfilamiento en redes sociales impacta en el contenido que los usuarios visualizan en sus feeds, generando una disparidad en la exposición a la información. Mientras tanto, estas tecnologías proveen a actores políticos y agentes externos un acceso detallado a datos de votantes basados en raza, afiliación política y otros, optimizando así la efectividad de sus mensajes.

Esto último es conocido como micro segmentación, y ningún eslabón actual de los gobiernos y la clase política ha actuado fuera de sus reglas, debido a las ventajas que esta otorga. Algo que comenzó como una estrategia de optimización comercial en el ámbito empresarial, se ha hecho vida latente en los gobiernos y en su forma de comunicar.

2. Agenda política de los candidatos en las elecciones de 2016

Durante la contienda electoral entre Trump y Hillary Clinton, las redes sociales y los canales de noticias con posturas políticas extremas jugaron un papel crucial al difundir una avalancha de mensajes con contenido desinformativo. Estos mensajes, en su mayoría, adoptaron un tono demonizador hacia los candidatos y tergiversan de manera significativa los hechos presentados a los votantes.

Antes de continuar con el análisis, es importante destacar las principales diferencias que existen entre el Partido Demócrata y el Partido Republicano en Estados Unidos. Estos, a su vez, representan dos enfoques políticos distintos que a menudo reflejan diferencias fundamentales en cuanto a la visión del papel del gobierno, la economía, los derechos civiles y otros asuntos importantes.

Los demócratas generalmente abogan por políticas que promueven la intervención del gobierno en la economía para proteger a los ciudadanos más vulnerables, como programas de atención

médica universal, regulación ambiental más estricta y un sistema de impuestos progresivo que gravaría más a los ingresos más altos. También tienden a enfocarse en la promoción de los derechos civiles y la igualdad de género, así como en políticas de inmigración más comprensivas.

Por otro lado, los republicanos tienden a favorecer un gobierno limitado y menos intervencionista en la economía, promoviendo la reducción de impuestos, la desregulación y la libre empresa como motores del crecimiento económico. Suelen abogar por una política exterior más enfocada en el interés nacional y una postura más conservadora en temas sociales, como el aborto y el matrimonio entre personas del mismo sexo. Además, suelen destacar la importancia de proteger la Segunda Enmienda de la Constitución, que garantiza el derecho a poseer armas de fuego.

Estas diferencias políticas fundamentales a menudo conducen a debates acalorados y a una polarización en la política estadounidense, con cada partido buscando avanzar en su propia agenda y criticando la del otro. Sin embargo, ambos partidos comparten un compromiso con los principios democráticos y el estado de derecho en los Estados Unidos.

Ahora bien, volviendo al análisis discursivo y de agenda política de ambos candidatos -Hillary Clinton y Donald Trump- podemos vislumbrar el resultado de la polarización del electorado norteamericano, la característica fundamental de estas elecciones de 2016 en Estados Unidos. La carrera electoral de 2016 mostró la agenda política de Hillary Clinton³ centrada en una variedad de temas cruciales para la opinión pública del país, apuntando al electorado de centro izquierda, y muchos lemas que eran retomados de la presidencia del saliente Barack Obama, por lo que prometía ser una continuidad de las políticas de este.

Uno de los pilares fundamentales de su plataforma fue la economía y el empleo. Su enfoque se basaba en políticas destinadas a estimular el crecimiento económico, crear empleos y aumentar los salarios. Esto incluía propuestas de inversión en infraestructura, educación y tecnología como medios para impulsar el desarrollo económico y fortalecer la clase media.

³ La nominación presidencial de Hillary Clinton en 2016 fue respaldada y apoyada por el liderazgo del Partido Demócrata, lo que subrayó su estatus como una de las figuras más influyentes dentro de la estructura del partido. Durante décadas, ha sido una figura prominente en el partido y ha desempeñado roles clave en su estructura y funcionamiento. Su relación con el partido se remonta a su tiempo como Primera Dama durante la presidencia de su esposo, Bill Clinton, cuando participó activamente en asuntos políticos y sociales. Posteriormente, cuando se convirtió en senadora por Nueva York, consolidó aún más su vínculo al trabajar en comités y liderar esfuerzos legislativos en línea con la agenda demócrata.

En el ámbito de la salud, Clinton defendió la protección y expansión del Affordable Care Act⁴ (ACA) (En español: Ley de cuidado de salud asequible), también conocido como Obamacare. Su objetivo era mejorar el acceso a la atención médica, reducir los costos de los seguros de salud y garantizar la cobertura para todos los estadounidenses, abogando por la importancia de un sistema de salud más inclusivo.

Otro tema central fue la reforma migratoria. Hillary Clinton propuso una reforma integral que incluía un camino hacia la ciudadanía para inmigrantes indocumentados. Esto iba acompañado del fortalecimiento de la seguridad fronteriza y la creación de vías legales para la inmigración, buscando abordar las complejidades del sistema migratorio de Estados Unidos.

En el frente medioambiental, Clinton hizo hincapié en la lucha contra el cambio climático y la transición hacia fuentes de energía limpias y renovables. Su plataforma incluía planes para invertir en energía solar, eólica y otras fuentes sostenibles, destacando la importancia de enfrentar los desafíos medioambientales a través de políticas progresivas.

Además de estos temas, Clinton también abogó por los derechos civiles y sociales, respaldando la igualdad de género, la reforma del sistema de justicia penal y la protección de los derechos de la comunidad LGBTQ+. En política exterior, su enfoque estaba en la diplomacia multilateral, el fortalecimiento de alianzas internacionales y la lucha estratégica contra el terrorismo, respaldando la experiencia de los aliados de Estados Unidos.

Estos temas representaron algunas de las áreas clave de la agenda política de Hillary Clinton durante la campaña electoral de 2016. Su plataforma abordó una amplia gama de problemas, cada uno con propuestas y políticas específicas destinadas a abordar los desafíos que enfrentaba Estados Unidos en ese momento.

Por su parte, la agenda política de Donald Trump estuvo marcada por la promesa de adoptar una serie de medidas que, según el candidato, avalaron a su lema “Make America great again”. Las mismas apuntaron a un electorado de derecha, pero suficientemente matizadas para que otros espectros políticos y sociales se encuentren interesados con las mismas. Un ejemplo fue

⁴ El Affordable Care Act, es una ley de reforma del sistema de atención médica en los Estados Unidos promulgada en marzo de 2010. Esta legislación tiene como objetivo principal ampliar la cobertura de atención médica, controlar los costos de los servicios médicos y mejorar la calidad y accesibilidad de la atención médica para los ciudadanos estadounidenses. Entre sus disposiciones más destacadas se encuentran la expansión de Medicaid, la creación de intercambios de seguros de salud, la prohibición de negar cobertura por condiciones preexistentes y la inclusión de beneficios esenciales en los planes de seguro de salud. El ACA ha tenido un impacto significativo en el sistema de atención médica de Estados Unidos y ha sido objeto de debates políticos y legales desde su implementación.

el ataque sistematizado a la inmigración, algo de lo que Obama había hecho eje para ganar su reelección en 2009. Trump propuso políticas más estrictas, incluyendo la construcción de un muro en la frontera entre Estados Unidos y México, así como restricciones significativas a la inmigración ilegal y la deportación de inmigrantes indocumentados con antecedentes penales. Esta postura generó debates intensos y fue uno de los temas más destacados de su campaña.

Además, Trump enfocó su atención en cuestiones económicas y laborales, prometiendo revitalizar la economía y crear empleos. Su discurso se centró en revertir acuerdos comerciales existentes, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte⁵ (NAFTA), y renegociarlos para proteger los empleos estadounidenses. Asimismo, propuso una reducción significativa de impuestos tanto para individuos como para empresas como una forma de impulsar el crecimiento económico.

En el ámbito de la política exterior, Trump adoptó una postura que desafiaba las convenciones tradicionales. Abogó por un enfoque de "America First", criticando alianzas internacionales y compromisos financieros que, según él, perjudicaban los intereses nacionales. Cuestionó la efectividad y el costo de acuerdos como la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN)⁶, lo que generó preocupación y debate tanto dentro como fuera de Estados Unidos. En términos de salud, Trump se comprometió a derogar y reemplazar el Affordable Care Act, argumentando que era costoso e ineficaz. Prometió un sistema alternativo que, según él, reduciría los costos y ofrecería más opciones a los ciudadanos.

En el contexto internacional, su postura nacionalista y proteccionista generó repercusiones a nivel global. La retórica de Trump sobre inmigración y política exterior suscitó preocupación y reacciones en varios países, ya que representaba un cambio significativo en la postura tradicional de Estados Unidos en asuntos internacionales.

⁵ El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), conocido como NAFTA por sus siglas en inglés, fue un acuerdo comercial firmado en 1994 entre Estados Unidos, Canadá y México. Su objetivo principal era eliminar las barreras comerciales entre los tres países, facilitando así el comercio de bienes y servicios. El NAFTA abrió nuevas oportunidades de mercado, redujo los aranceles y promovió la integración económica regional. Sin embargo, también generó controversias relacionadas con la pérdida de empleos en algunas industrias y preocupaciones sobre el impacto ambiental y laboral. En 2020, fue reemplazado por el Acuerdo entre Estados Unidos, México y Canadá (USMCA o TMEC).

⁶ La OTAN, Organización del Tratado del Atlántico Norte, es una alianza política y militar intergubernamental fundada en 1949. Su principal objetivo es la defensa colectiva de sus miembros contra cualquier forma de agresión armada, preservando así la seguridad y la estabilidad en la región del Atlántico Norte. Los miembros de la OTAN se comprometen a defenderse mutuamente en caso de un ataque armado contra alguno de ellos, de acuerdo con el principio establecido en el Artículo 5 del Tratado del Atlántico Norte. La OTAN también desempeña un papel importante en la promoción de la cooperación militar, la seguridad y la defensa común entre sus miembros, así como en la gestión de crisis internacionales y en la lucha contra el terrorismo.

En cuanto a su vínculo con el Partido Republicano, aunque Trump no tenía un historial político previo y su enfoque divergía en ciertos aspectos de la política republicana establecida, logró asegurar el respaldo de una parte significativa del partido. A medida que avanzaba la campaña, líderes republicanos clave ofrecieron su apoyo a Trump, resaltando su alineación en temas fundamentales para el partido como la economía, la inmigración y la nominación de jueces conservadores para el Tribunal Supremo. A pesar de tensiones y divisiones internas, el respaldo republicano a Trump se consolidó a lo largo de la campaña electoral.

Entre las noticias falsas identificadas en los tres meses previos a las elecciones, aquellas que favorecen a Trump se compartieron aproximadamente 30 millones de veces en Facebook, mientras que las que favorecían a Clinton se compartieron alrededor de 8 millones de veces. Además, más del 50% de los adultos estadounidenses que recuerdan haberse topado con noticias falsas afirman haber creído en esas historias (Sydell, 2016). Este fenómeno se ve acentuado cuando las historias se alinean con las preferencias políticas individuales, especialmente entre aquellos que están segregados ideológicamente dentro de las redes sociales.

En principio, aunque las redes sociales desempeñaron un papel significativo, no abarcaban completamente el panorama informativo electoral: solo el 14% de los estadounidenses consideró que las redes sociales eran su fuente principal de noticias electorales (Pew Research Center, 2018). Sin embargo, su impacto radica en la capacidad para segmentar y dirigir mensajes específicos a determinados grupos.

Un estudio de la Universidad de Stanford en 2015, centrado en el razonamiento cívico en línea pre elecciones, reveló que más del 30% de los estudiantes de secundaria consideraban más confiables los comentarios de una cuenta falsa de Facebook que respaldaba al entonces candidato Trump, principalmente debido a elementos gráficos (HKS Misinformation Review, 2020).

Este contexto resalta una preocupación mayor sobre la capacidad del público para discernir la autenticidad de la información en línea. Por ejemplo, solo el 25% de los encuestados reconoció la relevancia de la marca de verificación azul en Twitter y Facebook que indica la legitimidad de una cuenta. Además, más del 80% no pudo distinguir entre contenido patrocinado y noticias genuinas (HKS Misinformation Review, 2020).

A lo largo de la historia, la comunicación y la información fueron pilares esenciales que inciden tanto en el poder como en su contraparte, ejerciendo influencia en la dominación y en la capacidad de generar cambios sociales. Esto se debe a que la contienda más significativa en la sociedad contemporánea es la lucha por la opinión pública. La manera en que las personas perciben las cosas determina la dirección de las normas y valores en los que se basan las comunidades.

A pesar de que la coerción y el miedo son herramientas cruciales que los grupos dominantes utilizan para imponer su voluntad sobre los subordinados, pocos sistemas perduran si se apoyan exclusivamente en una represión evidente. Moldear las percepciones y creencias es más efectivo que torturar cuerpos. Si la mayoría de la población cuestiona los valores y normas consagrados en las instituciones y refrendados por las leyes, eventualmente el sistema experimentará cambios, aunque estos cambios no necesariamente cumplan las expectativas de aquellos que impulsan la transformación social. Sin embargo, el cambio es inevitable, aunque su llegada puede ser prolongada y se materialice a expensas de un gran sufrimiento.

3. La participación electoral en 2016

En Estados Unidos, la Oficina del Censo es el organismo oficial encargado de recopilar y sistematizar información sobre la participación electoral. Desde 1954 ha presentado el Suplemento de Votación y Registro de la Encuesta de Población Actual, documento en el que segmenta a los votantes registrados.

El documento publicado en 2018, especifica que, en las elecciones generales de 2016, el 61.4% de la población en edad de votar reportó haber votado, un número que no era distinto estadísticamente del 61.8% que reportó haber votado en 2012 (Federal Election Commission, 2017). Dentro de las variables del rango etario, los ciudadanos de 65 años o más reportaron una mayor participación (70.9%) que las personas de 45 a 64 años (66.6%), las personas de 30 a 44 años (58.7%) y las personas de 18 a 29 años (46.1%).

Por su parte, los votantes jóvenes de 18 a 29 años fueron el único grupo de edad que reportó un aumento en la participación electoral en comparación con 2012, con un aumento de participación reportado del 1.1% (Federal Election Commission, 2017). Todos los grupos de mayor edad informaron disminuciones de participación pequeñas, pero estadísticamente significativas (personas de 45 a 64 años y personas de 65 años o más) o tasas de participación

no diferentes estadísticamente de las de 2012 (personas de 30 a 44 años) (U.S. Census Bureau, 2018).

En cualquier elección presidencial, el número de votantes reportados generalmente aumenta en relación con la elección presidencial anterior, en gran parte como producto de aumentos en el tamaño de la población ciudadana en edad de votar. En general, en 2016, hubo alrededor de 4.6 millones de votantes más reportados que en 2012. La mayoría de estos votantes adicionales (3,7 millones) tenían 65 años o más. (Federal Election Commission, 2017)

En relación al nivel educativo de los votantes, vale mencionar que en las últimas décadas se había observado un notable aumento en los niveles educativos de los votantes estadounidenses. En 1980, alrededor del 60% de los votantes tenían una educación equivalente a la escuela secundaria o menos. Esto incluía un 38% que había completado la escuela secundaria y un 21,5 por ciento que tenía una educación inferior a este nivel (Federal Election Commission, 2017).

Sin embargo, para el 2016, esta proporción había disminuido significativamente, con aproximadamente un 29,7% de los votantes ubicados en esta categoría. De estos, un 24,6% había terminado la escuela secundaria y solo un 5,1% tenía una educación por debajo de este nivel (U.S. Census Bureau, 2018).

A lo largo de las elecciones en este período, se ha observado un aumento constante en el porcentaje de votantes con estudios universitarios incompletos o un título asociado, pasando de un 19,3% en 1980 a un 30,8% en 2016 (Federal Election Commission, 2017). Del mismo modo, aquellos con al menos un título universitario también mostraron un aumento notable, ascendiendo de un 20,6% en 1980 a un 39,6% en 2016. A pesar de estos avances significativos en la educación, en 2016 la mayoría de los votantes estadounidenses todavía no tenían un título universitario.

Respecto del sexo de los votantes, la mayoría tanto de la población registrada para votar como de la que finalmente ejerció su derecho al voto fueron mujeres (53,2% de la población registrada, 53,6% de los votantes), no hispanas de raza blanca (72,4% de las registradas, 73,3% de los votantes), nacidas en el país (92,2% de ambas poblaciones) (U.S. Census Bureau, 2018).

Por otra parte, aproximadamente 18.9 millones de votantes registrados no emitieron su voto en las elecciones de 2016. La razón más común para abstenerse fue la aversión hacia los candidatos o los temas de campaña (4.7 millones de votantes registrados no participantes), seguida por la falta de interés en la elección (2.9 millones), tener una agenda muy ocupada o

un horario conflictivo (2.7 millones) y padecer una enfermedad o discapacidad (2.2 millones) (Federal Election Commission, 2017).

4. El financiamiento propagandístico

Entender el sistema de financiamiento norteamericano de campaña es importante para comprender cuanto invierten los candidatos en publicidad. Como se adelantó, el financiamiento electoral norteamericano se debe corresponder a las disposiciones de la FECA (Ley Federal de campañas electorales). La organización estableció un modelo de financiamiento público parcial para las campañas presidenciales en el que los contribuyentes estadounidenses pueden optar por aportar tres dólares al Fondo de Campañas para las Elecciones Presidenciales en su declaración de impuestos federales, y los candidatos presidenciales pueden utilizar los recursos de este fondo.

Sin embargo, este modelo tiene limitaciones: durante la fase de nominación del partido, el financiamiento público se otorga con restricciones como fondos compensatorios. Por ejemplo, si un candidato recauda 250 mil dólares en donaciones, recibe 250 mil dólares de financiamiento público (Center for Responsive Politics, 2020). Una vez que cada partido celebra su Convención Nacional, el candidato nominado también puede optar por recibir una cantidad ajustada anualmente por financiamiento público, según la inflación.

A pesar de este modelo, el financiamiento de las campañas en Estados Unidos es fundamentalmente privado por dos razones principales. Primero, el financiamiento público tiene limitaciones que obligan a los candidatos a restringir sus gastos de campaña a una cantidad específica. En 2008, el límite por financiamiento público fue de 84 millones de dólares, sin embargo, el candidato Obama gastó cerca de 730 millones de dólares en su campaña (Mars, 2018).

Segundo, múltiples precedentes judiciales desde 1976 a 2010 han establecido que, aunque las contribuciones privadas directas a las campañas están limitadas para prevenir la corrupción, el gasto en nombre de un candidato o partido político es parte del discurso político protegido por la Primera Enmienda, por lo que no debe ser restringido. El financiamiento privado proviene de individuos o grupos de interés, y los grupos organizados, como corporaciones y sindicatos, pueden hacer contribuciones a través de Comités de Acción Política (PAC) que trabajan para apoyar a ciertos candidatos o promover agendas políticas.

Los llamados “Super PACs”, surgidos en 2010, son comités de gasto independiente que pueden recaudar contribuciones ilimitadas y gastarlas sin restricciones para apoyar o criticar a un candidato, aunque no pueden donar directamente a las campañas de los candidatos ni coordinar sus gastos con ellos. Esta libertad irrestricta se derivó de la polémica decisión del caso *Citizens United v. Federal Election Commission* en 2010, donde la Corte Suprema determinó que las corporaciones y sindicatos tienen derecho a la libertad de expresión protegida por la Primera Enmienda y, por ende, no se puede restringir su capacidad de asociarse y expresarse en temas políticos.

De acuerdo con el Center for Responsive Politics (Centro para la Política Responsiva), hasta febrero de 2016, más de 2 mil 207 Super PACs recaudaron fondos equivalentes a más de 515 millones de dólares y gastaron más de 208 millones de dólares en el proceso electoral. En la carrera electoral 2015-2016, los candidatos presidenciales recaudaron y gastaron 1.5 millones de dólares de los cuales se estima que un 85% fue destinado a publicidad (Center for Responsive Politics, 2020). Los candidatos al Congreso, los partidos políticos y los comités de acción política (PAC) también recibieron y gastaron grandes sumas, con desembolsos para gastos independientes por un total de 1.6 mil millones de dólares y comunicaciones electorales por 56.1 millones de dólares, según los informes financieros presentados ante la Comisión Federal de Elecciones (Mars, 2018).

Estos informes revelaron gastos de 28.7 millones de dólares en comunicaciones a través de organizaciones, indicando una dinámica de financiamiento más que significativa en el proceso electoral. Una cifra a considerar cuando se tiene en cuenta que gran parte de la plataforma de campaña de un candidato se basa en publicidad.

5. Noticias falsas: canales y mensajes

Una de las singularidades de la esencia de la política radica en la habilidad de los políticos de influir en la percepción de las personas a través de la comunicación social. Los medios de comunicación masiva, sirven como el principal vínculo entre el sistema político y los ciudadanos. Los propios medios tradicionales han evolucionado de acuerdo a esta dinámica y en la actualidad operan como un sistema cohesionado en el que la prensa escrita suele generar información original, la televisión la difunde a una audiencia extensa y partidaria y la radio personaliza la interacción.

Sin embargo, las redes sociales y los medios digitales han venido a combinar todas las anteriores y superarlas en capacidad de interacción. La libertad de expresión ha llegado a límites inigualables con plataformas como Twitter, lugar donde por medio de mensajes de 180 caracteres cualquier persona puede dar su opinión sobre cualquier tema que considere, incluso sin estar informada sobre el tema.

El poder, en términos del dominio de la información, puede considerarse desde la perspectiva de Castells (2013) como “la habilidad de establecer relaciones que permitan a un individuo influir en las decisiones de otro, apoyándose en la capacidad estructural de control que se encuentra en las instituciones de la sociedad” (p.74). Dentro de la intrincada red de conexiones, "cada red determina sus propias dinámicas de poder según los objetivos específicos que tenga programados" (p. 86). El autor argumenta que para comprender el mundo actual hay que comprender que el cambio es el contexto en el que las relaciones de poder operan. Ahora estas se desenvuelven en un escenario global conformado por “redes que interactúan en la era de la información”, amplificadas por los avances de la revolución tecnológica digital. En este entorno, las dinámicas predominantes a nivel mundial y las luchas entre dominación y resistencia se articulan en torno a esta singular configuración social: la red.

Castells introduce también la noción de "Sociedad Red" (1999) como el nuevo paradigma técnico-económico que da forma al mundo, una sociedad global donde las actividades y estructuras sociales clave se articulan a través de redes de información procesadas electrónicamente. En esta era informacional, las actividades económicas primordiales se transforman mediante la innovación tecnológica desde la década de 1970. Surge así un modelo de desarrollo que se basa en la tecnología de la información, donde la competitividad de los actores principales, radica en su capacidad para generar y gestionar información electrónica.

Esta nueva economía global configura todas las actividades y se sustenta en los valores y objetivos derivados de la explotación de las nuevas potencialidades de productividad que ofrece la tecnología de la información. En resumen, vivimos en una sociedad global donde la globalización se entiende como la interacción de redes globales que estructuran aspectos como la producción, el consumo, la comunicación y el poder. Estas redes, de alcance planetario, son impulsadas por tecnologías digitales de comunicación e información basadas en la microelectrónica.

En nuestra sociedad actual, gran parte de la actividad política se manifiesta en la esfera mediática. Los políticos presentan su funcionamiento a través de los medios con el fin de

obtener el apoyo, o al menos evitar la hostilidad, de los ciudadanos que se convierten en consumidores en el mercado político. Sin embargo, esto no implica que el poder esté totalmente en manos de los medios. Los actores políticos tienen un rol significativo en la influencia sobre ellos, como actores racionales con preferencias y deseos, buscan por todos los medios acentuar la mayor cantidad de información posible en el ideario social a fin de ganar su voto.

Avanzando, nos encontramos con el fenómeno de las Fakes News, que representan un elemento crucial en cualquier campaña electoral desde su innovador uso en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos. Los artículos de noticias falsas suelen originarse en distintos tipos de sitios web, incluso en aquellos de prestigio. Otro tipo de sitios están creados exclusivamente para publicar artículos intencionalmente fabricados y engañosos, como el ejemplo de “*denvergurdian.com*” que, aunque no tenían una llegada masiva, comenzaron a popularizarse desde entonces.

El ejemplo anterior brinda otra aproximación interesante: los nombres de estos sitios se eligen para parecerse a los de organizaciones de noticias legítimas, con el objeto de poder aparecer rápidamente en las búsquedas y “camuflarse” en términos de veracidad con sitios prestigiosos. Otros sitios satíricos contienen artículos que podrían interpretarse como factuales si se leyeran fuera de contexto, como el ejemplo de “*wtoe5news.com*”.

Aún otros sitios, como “*endingthefed.com*” publican una mezcla de artículos factuales, a menudo con inclinaciones partidistas, junto con algunos artículos falsos. Los sitios web que proporcionan noticias falsas tienden a tener una vida corta y muchos de los que fueron importantes en el período previo a las elecciones de 2016 ya no existen.

Los informes surgidos después de las elecciones de 2016 ofrecen una imagen parcial de los proveedores detrás de estos sitios. Investigaciones separadas realizadas por BuzzFeed y The Guardian revelaron que más de 100 sitios que publicaban noticias falsas eran dirigidos por adolescentes en la pequeña ciudad de Veles, Macedonia.

Mismo origen tuvo el sitio web “*Endingthefed.com*”, que fue responsable de cuatro de las diez historias de noticias falsas más populares en Facebook, era dirigido por un joven rumano de 24 años (Townsend, 2016). La explicación del mercado internacional de “Fake News” se debe al negocio que encontraron los desarrolladores informáticos en la creación de este tipo de contenidos y en la programación de algoritmos intencionados a aparecer en búsquedas por medio de palabras claves.

La empresa estadounidense llamada “Disinfomedia” fue propietaria de muchos sitios de noticias falsas, incluyendo “*NationalReport.net*”, “*USAToday.com.co*” y “*WashingtonPost.com.co*”, y su propietario afirmó que empleaba en tiempos electorales a entre 20 y 25 escritores (Sydell, 2016). Otro productor de origen norteamericano, Paul Horner, dirigió con éxito una empresa de noticias falsas llamado “*National Report*” durante años, incluso desde antes de las elecciones (Dewey, 2014). El empresario puede ser considerado como el padre de la maquinaria de las noticias falsas y ha empleado mucho de su capital en trabajos “en cubierto” sobre creación de contenido político incluso llegando a vender su producto a otros países (Sydell, 2016).

Entre sus historias más circuladas se encuentra un informe de 2013 que afirmaba que el presidente Obama usó su propio dinero para mantener abierto un museo musulmán durante el cierre del gobierno federal. Durante las elecciones, Horner produjo una gran cantidad de historias principalmente pro-Trump (Townsend, 2016).

Es posible discernir dos motivaciones principales para proporcionar noticias falsas. La primera es pecuniaria: los artículos de noticias que se vuelven virales en las redes sociales pueden generar ingresos publicitarios significativos cuando los usuarios hacen clic en el sitio original. Esto parece haber sido la motivación principal para la mayoría de los productores cuyas identidades se han revelado. Los adolescentes en Veles, por ejemplo, produjeron historias a favor tanto de Trump como de Clinton que les reportaron decenas de miles de dólares (WIRED, 2017). Paul Horner produjo historias a favor de Trump por lucro, a pesar de afirmar estar personalmente en contra de Trump (Allcott & Matthew, 2017). La segunda motivación es ideológica. Algunos proveedores de noticias falsas buscan promover a los candidatos que favorecen. El hombre rumano que dirigía “*endingthefed.com*”, por ejemplo, afirma que comenzó el sitio principalmente para ayudar a la campaña de Donald Trump (Allcott & Matthew, 2017). Sin embargo, otros proveedores de noticias falsas de derecha realmente afirman identificarse como de izquierda y quieren avergonzar a los de la derecha desde adentro, mostrando que circularon historias falsas de forma crédula.

CAPÍTULO III

La difusión de noticias falsas durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 tuvo una profunda influencia en la percepción de la información por parte del votante y en su confianza en los medios digitales. En los apartados de este capítulo se busca explicar cómo estas noticias, distribuidas con la intención de influir en las elecciones, distorsionaron la realidad política y minaron la confianza en plataformas digitales y redes sociales. No solo crearon relatos falsos, sino que también manipularon hechos reales para presentarlos de manera sesgada o fuera de contexto.

Este entorno informativo fragmentado contribuyó a la polarización política y a la formación de burbujas informativas, donde los votantes quedaron expuestos a narrativas parciales y a menudo engañosas. Las noticias falsas se vieron impulsadas por algoritmos de redes sociales que priorizaban la llegada a un mayor público sobre la veracidad, lo que permitió que historias sensacionalistas eclipsaran información equilibrada y verídica.

1. Impacto en la percepción de la información

La desinformación ejerció un papel significativo en el entorno político contemporáneo, y su impacto va más allá de la mera creación de relatos falsos. Además de fabricar narrativas completamente ficticias, se observó una tendencia a distorsionar hechos reales, presentándolos de manera sesgada o fuera de contexto. Esta distorsión informativa dio lugar a un entorno mediático saturado de narrativas parciales y a menudo engañosas, lo cual ha dificultado enormemente la formación de opiniones informadas por parte de los votantes. La propagación de noticias falsas fue exacerbada por algoritmos de redes sociales que priorizan la "viralidad" y la participación del usuario sobre la veracidad de la información, lo que condujo a un panorama donde las historias sensacionalistas y polarizadoras eclipsan a menudo a las informaciones verídicas y balanceadas.

Este panorama distorsionado no sólo influyó en la percepción de los candidatos, sino que también desempeñó un papel crucial en la formación de burbujas informativas⁷. Estas,

⁷ Las burbujas informativas son entornos donde los individuos tienen acceso principalmente a información que confirma y refuerza sus propias creencias y puntos de vista, mientras que se encuentran menos expuestos a perspectivas alternativas o información que pueda desafiar sus opiniones. Estas burbujas suelen formarse en entornos en línea, como redes sociales y sitios web de noticias, donde los algoritmos personalizan el contenido que se muestra a cada usuario en función de sus interacciones anteriores y preferencias declaradas. Como resultado, las personas tienden a estar rodeadas de información que confirma sus prejuicios y puntos de vista, lo que puede generar una visión distorsionada de la realidad y dificultar el diálogo constructivo entre diferentes grupos sociales o políticos (Vergara San Marin, 2019).

presentes en entornos en línea, atraparon a los votantes en un ciclo de reforzamiento constante de opiniones y creencias, limitando su exposición a perspectivas diversas y contribuyendo así a la exacerbación de la polarización política. Como resultado, los votantes se volvieron menos propensos a considerar opiniones y argumentos que difieran de los suyos, lo que ha dificultado enormemente el establecimiento de un diálogo racional y constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad.

Además de fragmentar la sociedad, esta desinformación obstaculizó la capacidad de los votantes para participar en debates políticos informados y constructivos, promoviendo prejuicios y opiniones extremas sobre los temas de la agenda política. La erosión de la confianza en las instituciones democráticas desalentó aún más la participación cívica más allá de las elecciones, socavando así el sentido de ciudadanía informada. Esta situación dio lugar a un discurso político contaminado por acusaciones infundadas y descalificaciones personales, lo que socavó la capacidad de los votantes para tomar decisiones informadas.

La desinformación asimismo consistió en la manipulación de hechos reales para presentarlos de manera sesgada o fuera de contexto. Esto creó un entorno en el que los votantes se vieron expuestos a narrativas parciales y a menudo engañosas, dificultando la formación de opiniones informadas. La saturación del espacio mediático con información falsa contribuyó a la confusión generalizada sobre los candidatos, sus propuestas y la realidad política en su conjunto (Mars, 2018).

Además, la viralización de estas noticias falsas se vio potenciada por algoritmos de redes sociales que priorizaban la viralidad y la participación del usuario, sin evaluar de manera efectiva la veracidad de la información. Esto resultó en un entorno en el que las historias más sensacionalistas y polarizadoras ganaron terreno, eclipsando a menudo a informaciones verídicas y balanceadas.

La distorsión perceptiva de la información no solo tuvo un impacto negativo en la imagen de los candidatos, sino que también desempeñó un papel crucial en la formación de burbujas informativas. Estas no solo afectaron la percepción de los votantes, sino que también los atraparon en entornos en línea donde sus opiniones y creencias eran constantemente reforzadas, limitando así su exposición a perspectivas diversas.

La consecuencia directa de esta fragmentación informativa fue la exacerbación de la polarización política. Este fenómeno no sólo debilitó el tejido social, sino que también dificultó

enormemente el establecimiento de un diálogo racional y constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad. Uno de los aspectos más notables fue el debilitamiento del sentido de ciudadanía informada, ya que la desinformación generó un ambiente en el cual los votantes se sintieron abrumados por la dificultad de discernir entre la verdad y la falsedad.

Este fenómeno no solo fragmentó la sociedad, sino que también obstaculizó la capacidad de los votantes para participar en debates políticos informados y constructivos. En lugar de promover un intercambio de ideas robusto, la desinformación contribuyó a la creación de un ambiente donde predominaban los prejuicios y las opiniones extremas sobre los temas de la agenda de los candidatos.

Además, la desconfianza generada por las Fake News no solo afectó la participación electoral directa, sino que también minó la voluntad de los ciudadanos para involucrarse en actividades cívicas más amplias. La percepción de que el sistema estaba manipulado socavó la confianza en las instituciones democráticas, disuadiendo a algunos votantes de participar en procesos más allá de las elecciones, como la implicación en organizaciones comunitarias o la defensa de causas sociales.

Otro impacto relevante fue la erosión de la calidad del debate político, ya que la desinformación no solo creó divisiones, sino que también generó un terreno fértil para la propagación de discursos incendiarios y descalificaciones. El discurso político, en lugar de centrarse en propuestas y políticas concretas, se vio contaminado por acusaciones infundadas y descalificaciones personales, socavando la capacidad de los votantes para tomar decisiones informadas.

1.1. El efecto “viralización”

Uno de los impulsores de la disminución de la confianza en el sistema político fue la explosión de información errónea dirigida deliberadamente a perturbar el proceso democrático. Esto confunde y abruma a los votantes. A lo largo del ciclo electoral de 2016, los esfuerzos cibernéticos de los actores en línea pudieron influir en las percepciones públicas y buscaron amplificar la desconfianza en el proceso electoral denigrando el voto por correo, resaltando presuntas irregularidades y acusando al Partido Demócrata de participar en fraude electoral.

El examen pormenorizado de encuestas y casos específicos ofrece una comprensión más clara del impacto de las Fake News en la percepción de los votantes. Las encuestas y sus respectivos datos revelan que la difusión de Fake News influyó significativamente en la formación de

opiniones erróneas entre los votantes, distorsionando la imagen de los candidatos y afectando la toma de decisiones informadas.

Una encuesta de ABC NEWS/Washington Post encontró que solo el 20% se siente "muy seguro" en la integridad del sistema electoral de EE. UU. Además, el 56% de los encuestados en una reciente encuesta de CNN dijo que tiene "poca o ninguna confianza" en que las elecciones representen la voluntad del pueblo. Este pesimismo también es compartido por la juventud estadounidense, ya que el 42% de los participantes en la Encuesta Juvenil de Harvard cree que su voto no hace la diferencia (West & Lerner, 2018).

El análisis de casos específicos destaca cómo la desinformación no solo afectó las opiniones individuales, sino que también manipuló la agenda mediática al desviar la atención de temas importantes. Las implicaciones de esta tendencia son enormes, ya que la disminución de la confianza en el sistema reduce la participación cívica. Por ejemplo, en una encuesta de los Informadores Digitales de la Universidad Howard, se preguntó a los encuestados: "*¿Crees que tu voto realmente cuenta?*"; el 26% de los encuestados creía que su voto no contaba (West & Lerner, 2018).

El Consejo Nacional de Inteligencia notificó en 2019 que no encontró indicios de que algún actor extranjero haya interferido en el aspecto técnico de la votación, como el registro de votantes, la votación y el depósito de boletas, la tabulación de votos o en la divulgación de resultados electorales, lo cual da muestras de que tomaron cartas en el asunto luego de la campaña Trump de noticias falsas. Sin embargo, la propagación de información falsa sobre los sistemas de votación en las redes sociales desestabiliza la confianza del público en los procesos y resultados electorales.

1.2. Encuestas de opinión pública

Durante el periodo electoral, diversas encuestas de opinión pública arrojaron luz sobre la influencia de las Fake News en la formación de las preferencias y opiniones de los votantes respecto de su sistema electoral. Una encuesta de NPR realizada a principios de 2017 encontró que el 64% de la población estadounidense cree que la democracia en EE. UU. está en crisis y corre el riesgo de fallar. Una indicación clara de que la situación empeora y no mejora es que más del 70% de los encuestados en esa encuesta dijo que la democracia está más en peligro ahora que en elecciones anteriores.

De manera similar, una encuesta de la Universidad Quinnipiac revela que el 76% de los encuestados cree que la inestabilidad política dentro del país es un peligro mayor para Estados Unidos que los adversarios externos. Sorprendentemente, esto sugiere que los estadounidenses reconocen que son sus propios ciudadanos una amenaza mayor para su propia democracia que cualquier otra amenaza externa potencial. Según esta encuesta, más de la mitad de los estadounidenses (53%) esperan que las divisiones políticas en el país empeoren en lugar de mejorar durante su vida (West & Lerner, 2018).

La amplia disponibilidad de información en línea y la facilidad con la que se compartían noticias falsas a través de las redes sociales llevaron a que un segmento significativo de la población fuera expuesto a información engañosa.

Estas encuestas revelaron que un porcentaje considerable de votantes admitió haberse encontrado con noticias falsas durante el curso de la campaña electoral. Más alarmante aún fue el hecho de que algunos ciudadanos reconocieron que estas influyeron en sus creencias políticas y en la percepción de los candidatos. La predisposición de ciertos votantes a aceptar información sin verificar plantea desafíos significativos para la salud de la democracia, ya que destaca la vulnerabilidad de la ciudadanía frente a la manipulación informativa.

2. Las consecuencias de la desinformación: el “Pizzagate”

Uno de los ejemplos más notorios fue el caso de “Pizzagate”, que ilustra la rapidez con la que teorías de conspiración infundadas pueden ganar tracción y alterar significativamente la percepción pública.

El 4 de diciembre de 2016, ocurrió un incidente de tiroteo en una pizzería en el noroeste de Washington D.C. en pleno día. Este incidente tuvo lugar en un concurrido distrito comercial y la pizzería en ese momento estaba llena de familias. Un hombre entró al lugar con un rifle y comenzó a disparar. Afortunadamente, nadie resultó herido y el sospechoso fue arrestado, pero el motivo de este crimen y las circunstancias que lo desencadenaron fueron impactantes.

La pizzería, llamada *Comet Ping Pong*, se vio envuelta en una situación extraña debido a un evento que había ocurrido aproximadamente un mes antes. Se difundieron falsos tweets en la red que afirmaban que esta pizzería era la sede de una red de pedofilia que involucraba a Hillary Clinton, candidata presidencial demócrata y ex Secretaria de Estado, y miembros de su campaña. Los operadores de la pizzería comenzaron a recibir amenazas de activistas de extrema derecha que creían que los informes eran ciertos (Dewey, 2016).

Según The Washington Post (2016) el detonante fue el anuncio el 28 de octubre sobre la reanudación de la investigación por parte del Buró Federal de Investigaciones (FBI) sobre el uso de correos electrónicos privados por parte de Hillary Clinton durante su mandato como Secretaria de Estado. Dos días después, hubo una gran cantidad de tweets falsos sobre correos electrónicos recién descubiertos relacionados con una red de pedofilia. Estas publicaciones se difundieron en sitios anónimos de tableros de anuncios y a través de redes sociales, y hubo muchos videos abusivos dirigidos a la candidata Clinton publicados en sitios de extrema derecha. Dos días antes de las elecciones presidenciales, el FBI anunció que habían llegado a la conclusión de que no buscarían el enjuiciamiento de Clinton.

Los sitios anónimos de anuncios centraron entonces su atención en la pizzería llamada *Comet Ping Pong*, que se mencionaba con frecuencia en los correos electrónicos de John Podesta, jefe de la campaña de Clinton, cuyos correos electrónicos se filtraban sucesivamente en el sitio *WikiLeaks*⁸ en aproximadamente el mismo período. Esto escaló a publicaciones que afirmaban que esta pizzería era el lugar del tráfico de niños. El día antes de la votación en las elecciones presidenciales, surgió el hashtag "#pizzagate".

Incluso después de la derrota de Clinton al día siguiente, los tweets no disminuyeron, sino que continuaron expandiéndose. Se informó que la Agencia Central de Inteligencia (CIA) había determinado que hubo ciberataques a los correos electrónicos de funcionarios del Partido Demócrata, como el del funcionario John Podesta, indicando que hubo intervención de Rusia con el objetivo de garantizar la victoria de Trump en las elecciones. El presidente Obama exigió una investigación exhaustiva de las agencias de inteligencia gubernamentales antes de su retiro.

A medida que aumentaba el número de personas que creían en la conspiración "pizzagate" y las amenazas dirigidas a la pizzería aumentaban, los negocios en el vecindario también se vieron involucrados. Los operadores de la pizzería y los negocios circundantes dijeron que se

⁸ WikiLeaks es una organización mediática internacional sin fines de lucro fundada por el periodista australiano Julian Assange en 2006. La plataforma se especializa en la publicación de documentos, filtraciones y material clasificado de fuentes anónimas. Su objetivo declarado es exponer la corrupción, abusos de poder y prácticas no éticas de gobiernos, corporaciones y otras instituciones. WikiLeaks ha ganado notoriedad por la publicación de información sensible y documentos gubernamentales confidenciales. Entre sus filtraciones más destacadas se encuentran los "Documentos de Irak" y los "Documentos de Afganistán", que detallan las operaciones militares de Estados Unidos en esos países. También difundieron cables diplomáticos del Departamento de Estado de EE. UU. en lo que se conoció como "*Cablegate*", así como información sobre prácticas de vigilancia global. El impacto de WikiLeaks ha sido objeto de controversia, ya que algunos lo ven como un defensor de la transparencia y la rendición de cuentas, mientras que otros lo critican por la posible amenaza a la seguridad nacional y la privacidad. Assange, su fundador, enfrenta varios problemas legales, incluida la extradición a Estados Unidos por cargos relacionados con la filtración de información clasificada.

asustaron cada vez más debido a confrontaciones con personas que creían en las noticias falsas. Aunque las redes sociales posteriormente prohibieron publicaciones relacionadas con "pizzagate", las amenazas no cesaron, culminando con la aparición del mencionado hombre de 28 años de Carolina del Norte, que se presentó en la pizzería con un rifle para llevar a cabo su propia "investigación". Según una entrevista del New York Times con el sospechoso después de su captura, era un hombre educado y de voz suave que pretendía rescatar a los niños atrapados en la pizzería (Dewey, 2016).

Esta teoría de conspiración, completamente desprovista de evidencia, ganó impulso a través de plataformas de redes sociales y sitios web poco fiables. La falsedad de la afirmación no impidió que se difundiera ampliamente, alimentando la percepción distorsionada de la integridad y moralidad de los candidatos involucrados.

2.1. Teorías conspirativas en medio de una elección: el caso “QAnon”

QAnon existe como una especie de historia paralela, en la que un "estado profundo" tomó el control décadas atrás. Una teoría del mundo totalmente abarcadora, parece vincular y explicar todo, desde "Pizzagate" hasta ISIS, pasando por la prevalencia de tiroteos masivos y el asesinato de JFK.

Asegura que el ejército, supuestamente ansioso por ver derrocado al estado profundo, reclutó a Donald Trump para postularse a la presidencia. Pero el estado profundo, que controla los medios de comunicación, intentó difamarlo rápidamente a través de "noticias falsas" y acusaciones infundadas de colusión con Rusia. Sostiene que, a pesar de los mejores esfuerzos del estado profundo, Trump saldrá victorioso y que “Q” está realizando filtraciones autorizadas al público para galvanizarlos antes de "La Tormenta", que es el momento en que los líderes del estado profundo son arrestados y enviados a la Bahía de Guantánamo. Los seguidores de QAnon han llamado a este proceso "El Gran Despertar" (Amarasingam, A., & Argentino, M. A. 2020).

Este caso específico también destaca cómo la desinformación puede ir más allá de simplemente difundir información incorrecta y adentrarse en la creación de narrativas perjudiciales que afectan la imagen de los políticos de manera duradera y hasta crear una narrativa completamente de ideología extrema. La rapidez con la que estas teorías de conspiración se propagan resalta la necesidad de desarrollar estrategias efectivas para contrarrestar la desinformación en tiempo real y minimizar su impacto negativo en la percepción pública.

Además, este tipo de casos específicos revela cómo la desinformación puede convertirse en una herramienta para socavar la confianza en las instituciones democráticas. La vulnerabilidad de la opinión pública a teorías de conspiración sin fundamento destaca la importancia de promover la alfabetización mediática y fomentar la capacidad crítica de los votantes para evaluar la veracidad de la información que consumen.

El caso de esta teoría cobró bríos luego de la victoria de Trump, pero sus creyentes han encontrado el lugar en las plataformas virtuales durante la candidatura del republicano, haciendo que la misma cobre fuerza y se transforme en popularmente conocida. La teoría de la conspiración QAnon comenzó en *4chan*, un tablero de mensajes en línea conocido por crear y difundir memes, luego migró y se propagó en plataformas de redes sociales más grandes.

Facebook tomó medidas contra grupos y páginas de QAnon, mientras que Twitter eliminó varios miles de cuentas vinculadas a QAnon en 2020 y aún más en 2021. QAnon afirma que “Estados Unidos está dirigido por un grupo de pedófilos y adoradores de Satanás que operan un tráfico global de menores y que el expresidente Trump es la única persona que puede detenerlos” (Amarasingam, A., & Argentino, M. A. 2020). Supuestamente, la información proviene de un alto funcionario gubernamental que publica pistas crípticas en *4chan* y en el sitio aún más desinhibido *8chan* bajo el nombre “Q”. Esa es la esencia central de la teoría. El resto está abierto a cierto grado de interpretación necesario porque las publicaciones de “Q” tienden a leerse como acertijos. Sin embargo, los videos de YouTube creados por los seguidores de QAnon ayudan a llenar los vacíos y crean una historia tan comprensible como irónica y conspirativa.

3. Ejemplos de mensajes y el rol de las redes sociales

Las redes sociales y plataformas de información, originalmente concebidas como herramientas para fomentar la comunicación y la conexión social, se transformaron en foros clave que no sólo reflejaban, sino que también moldeaban la realidad política y la percepción pública. Se convirtieron en campos de batalla digitales donde las ideas competían por la atención de millones de usuarios. La viralización de contenidos, tanto verdaderos como falsos, fue facilitada por la arquitectura misma de estas plataformas, donde la visibilidad se otorga a menudo a aquellos mensajes que generan mayor interacción, ya sea a través de “me gusta”, compartidos o comentarios.

A pesar de su potencial positivo como herramientas de participación cívica, las redes sociales también se convirtieron en vectores de desinformación y manipulación. La facilidad con la que la información falsa se propagaba, muchas veces a través de estrategias coordinadas y campañas de influencia, planteó serias preocupaciones sobre la integridad de los procesos electorales.

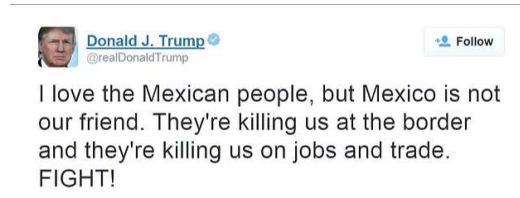
El debate sobre la responsabilidad y regulación de estas plataformas en tiempos electorales emergieron como temas centrales desde la campaña de Trump en 2016. Las tensiones entre la libertad de expresión, la moderación de contenido y la prevención de la desinformación llevaron a una reevaluación de las prácticas y políticas de estas plataformas. ¿Cómo equilibrar la necesidad de un discurso abierto con la protección contra la desinformación? fue el primer gran interrogante a abordar luego de la victoria del republicano.

La era Trump destacó la dualidad de las redes sociales y plataformas de información como instrumentos tanto de empoderamiento democrático como de riesgo para la integridad electoral. En última instancia, este periodo subraya la necesidad de abordar no solo las consecuencias inmediatas de la influencia digital en la política, sino también de reflexionar sobre cómo guiar y moldear la evolución futura de estos espacios digitales para preservar la salud de la democracia en la era digital.

La prominencia de las redes sociales como canales de difusión de Fake News hizo dimensionar la magnitud del impacto que estas plataformas tenían en la formación de opiniones y en la narrativa política. La viralización de contenido falso se benefició significativamente de la velocidad inherente a plataformas como Facebook y Twitter, donde la información podía propagarse de manera exponencial en cuestión de horas o incluso minutos. La participación y compartición masivas, impulsadas por algoritmos diseñados para maximizar la interacción, crearon un escenario propicio para la diseminación rápida de noticias engañosas, a menudo antes de que pudieran ser sometidas a un escrutinio crítico adecuado.

Trump, sabedor del potencial de que cada palabra que emitía por redes sociales era objeto de repercusión, basó su campaña en hacer fuerte su algoritmo de redes sociales. Por medio de la utilización de estrategias de SEO, como la utilización de palabras claves y hashtags, hizo foco en ataques a grupos minoritarios y comentarios xenofóbicos, donde cada respuesta que tenía, fortalecía la viralización de ese tweet.

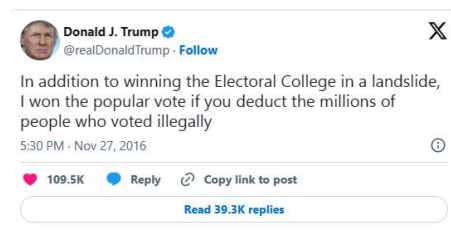
Cuando el equipo de Trump comenzó a tomar dimensión de que más que el mensaje político había que generar impacto en el algoritmo, la utilización de una retórica cada vez más radical se hizo presente. Las consecuencias de este tipo de acciones fueron obvias y prontamente fue “bloqueado” de redes sociales como Twitter, luego de cruces abiertos con sus propietarios por violar las normas de la red.



“Amo al pueblo mexicano, pero México no es nuestro amigo. Nos están matando en la frontera y están matando nuestros trabajos y comercio. Luchar!”



“Es una locura cómo Hilary Clinton pudo haber sido la primera F presidente. Lo siento, quise decir mujer pero emale fue eliminado”



“Además de ganar el Colegio Electoral de manera aplastante gané el voto popular si se deducen los millones de personas que votaron ilegalmente”

Los algoritmos avanzados, diseñados para entender y adaptarse a las preferencias individuales de los usuarios, contribuyeron a que la desinformación llegara a las personas adecuadas. En este entorno altamente personalizado, los usuarios eran expuestos predominantemente a información que se alineaba con sus perspectivas políticas existentes, creando un circuito cerrado donde las opiniones divergentes eran sistemáticamente excluidas.

La plataforma Twitter fue ideal para desarrollar esta estrategia de mensajes falsos y sesgados. Su algoritmo se caracteriza por su alta velocidad y la sistematización de la información por “tendencias” de forma tal que si algún tweet llega a alcanzar esta categoría comienza a ser reproducido con mayor prioridad a los usuarios. Se estima que Trump llegó a ser tendencia en Twitter Estados Unidos cerca de 150 veces en periodo electoral (NPR, 2021). Su cuenta alcanzó los 80 millones de seguidores, siendo la figura política internacional con más seguidores en dicha plataforma.



“Necesitamos el muro para la seguridad y protección de nuestro país. Necesitamos el muro para que nos ayude a detener la llegada masiva de drogas desde México, catalogado como la mayor amenaza para nuestro país en todo el mundo. Si no hay muro, no hay trato”.

Luego de los atropellos de Trump en redes sociales, fue Mark Zuckerberg, creador de la plataforma Facebook quien fue citado a declarar ante el Comité Judicial y de Comercio del Senado debido a las acciones desproporcionadas del futuro presidente. *"Ahora está claro que no hicimos lo suficiente para evitar que estas herramientas también se usaran para hacer daño. Esto se aplica a las noticias falsas, la interferencia extranjera en las elecciones y el discurso de odio, así como a los desarrolladores y la privacidad de los datos. No tuvimos una visión lo suficientemente amplia de nuestra responsabilidad, y eso fue un gran error. Fue un error mío y lo siento. Empecé Facebook, lo dirijo y soy responsable de lo que sucede aquí"* (NPR, 2021).

El arrepentimiento de Zuckerberg llegaba tarde. Los mensajes de Trump se habían reproducido de forma tal que habían ganado la repercusión suficiente para cambiar la opinión de algunos votantes. En los dos meses previos a las elecciones un análisis de Silverman (2016) reveló que las 20 principales noticias falsas generaron más interacciones en Facebook, con un total de 8.7 millones, en comparación con las 20 principales noticias verídicas que acumularon 7.3 millones de interacciones.



“¿Cómo ganó Donald Trump las elecciones? Quizás fue por su coeficiente intelectual que se ubica entre los 3 mejores de todos los presidentes de la historia”

Los estudios posteriores en plataforma Facebook marcó algunos datos interesantes respecto a la circulación de noticias falsas y en relación a cuestiones que fueron vistas en este trabajo, como la relación entre el rango etario y el acercamiento a fake news. Según NPR (2021) más de una cuarta parte de los adultos en edad de votar visitaron un sitio web de noticias falsas que apoyaba a Clinton o Trump en las últimas semanas de la campaña de 2016. Esa información se obtuvo de una muestra de más de 2,500 datos de tráfico web de estadounidenses recopilados (con consentimiento) entre octubre y noviembre de 2016.

Otro estudio de la Universidad de Princeton señala que aproximadamente el 10 por ciento de la población estadounidense constituyó casi el 60% de las visitas a sitios de noticias falsas en Facebook. Este segmento no solo representa un décimo de la población, sino que también corresponde al 10% de las personas con las formas de información más conservadoras. Estos hallazgos sugieren que, al menos en términos de consumo de noticias falsas, estas pueden haber tenido un impacto significativo en los votantes que ya tenían sus decisiones tomadas.

La falta de exposición a perspectivas alternativas dentro de las segmentaciones algorítmicas dificultó la capacidad de los usuarios para cuestionar y evaluar críticamente la información que consumían, alimentando un ciclo de confirmación que fortalecía las creencias preexistentes. Este fenómeno tuvo ramificaciones significativas en la esfera pública, contribuyendo a la creación de un discurso político alejado por momentos alejado de la realidad. La aceptación

acrítica de mensajes que resonaban con las creencias personales, combinada con la velocidad de la difusión en redes sociales, creó un entorno donde las Fake News adquirieron una influencia desproporcionada, moldeando la percepción pública.

4. Manipulación de declaraciones y eventos reales

La manipulación de declaraciones y eventos reales durante las elecciones de 2016 ejemplifica la sofisticada capacidad de las Fake News para moldear la percepción pública y, consecuentemente, influir en las decisiones de los votantes. La distorsión de discursos, fotos y videos constituyó una táctica eficaz para crear narrativas engañosas, generando un terreno fértil para la propagación de información sesgada.

Uno de los casos más ilustrativos fue la manipulación de declaraciones de candidatos y figuras políticas a través de la edición de videos y la selección selectiva de fragmentos de discursos. Estas prácticas contribuyeron a distorsionar el contexto original de las declaraciones, presentando a los candidatos de manera descontextualizada y generando percepciones equivocadas sobre sus intenciones y posturas. La desinformación, al aprovecharse de la naturaleza visual y viral de los contenidos multimedia, logró influir en la interpretación de eventos clave, incluyendo debates y discursos electorales.

Además, la manipulación de imágenes y videos para crear eventos ficticios o distorsionar eventos reales tuvo un impacto directo en la formación de opiniones. Ejemplos incluyen la creación de imágenes falsas que aparentaban situaciones comprometedoras para ciertos candidatos o la alteración de videos para presentar eventos de manera sesgada. Estas prácticas contribuyeron a la creación de narrativas engañosas que afectaron la percepción de la integridad de los candidatos, erosionando la confianza en su idoneidad para ocupar cargos públicos.

La viralización de estas manipulaciones, a menudo compartidas a través de plataformas de redes sociales, exacerbó el impacto de la desinformación. La rapidez con la que las narrativas engañosas se difundieron resalta la necesidad de desarrollar estrategias efectivas para detectar y contrarrestar la manipulación de contenidos multimedia en tiempo real. Este tipo de manipulación no solo afectó la percepción de los votantes sobre los candidatos, sino que también distorsionó la interpretación de eventos políticos cruciales. La información sesgada generada por estas prácticas contribuyó a la formación de opiniones basadas en premisas falsas, socavando la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas.

La manipulación de declaraciones y eventos reales mediante la distorsión de discursos, fotos y videos constituyó una estrategia efectiva para la propagación de Fake News durante las elecciones de 2016. Abordar este desafío requiere no solo la identificación y corrección de información falsa, sino también el desarrollo de herramientas y políticas que mitiguen la manipulación de contenido multimedia para preservar la integridad del proceso democrático y fortalecer la confianza de los votantes.

En el plano teórico, estos fenómenos inherentes a la política moderna son abordados por Keohane y Nye (2017) quienes destacan que la revolución de la información ha transformado la naturaleza de las relaciones internacionales al facilitar un acceso más rápido y amplio a la información. Afirman que esta interdependencia en el ámbito de la información ha generado una mayor conciencia global y una mayor capacidad de respuesta ante los eventos internacionales. Además, subrayan que la información es un recurso crucial en la toma de decisiones políticas y en la formación de opiniones públicas tanto a nivel nacional como internacional.

Las Fake News no solo influyeron en la percepción de los candidatos, sino que también distorsionaron la comprensión de los votantes sobre temas críticos. La desinformación relacionada con la inmigración, la economía, la seguridad nacional y la política exterior, algo que contribuyó a la polarización y al sesgo en la toma de decisiones, ya que los votantes absorbieron información sesgada que confirmaba sus propias inclinaciones ideológicas.

El análisis detallado de estos casos específicos y datos de encuestas resalta cómo la propagación de Fake News permeó la esfera electoral, moldeando la percepción pública y, en última instancia, afectando las decisiones de los votantes. Este fenómeno destaca la importancia de abordar la desinformación como una amenaza seria para la salud de la democracia, subrayando la necesidad de estrategias efectivas para combatir la manipulación informativa en futuros procesos electorales.

CAPÍTULO IV

En el contexto político-social de Estados Unidos, la preocupación por la influencia de las noticias falsas en el proceso electoral ha generado interrogantes fundamentales sobre la integridad de su sistema democrático. Este capítulo se enfoca en analizar el impacto de la manipulación informativa y el fenómeno conocido como "efecto de la influencia continua" en los ciudadanos estadounidenses. Se hace énfasis en la creciente capacidad de las fake news para influir en las percepciones y opiniones sobre los valores de la democracia y la manera que afectan la calidad de vida de las personas.

1. Efectos de las Fake News en la confusión de los votantes

Cuando un individuo avala una desinformación no solamente puede orientar a juicios y elecciones deficientes, sino que también ejerce una influencia duradera en el pensamiento de las personas incluso después de haber sido corregida. Este fenómeno es abordado desde la psicopolítica y se lo denomina “el efecto de influencia continua” (Ecker et al. 2022). La explicación para una confusión prolongada en el tiempo se debe a que al internalizar situaciones donde los intereses de las personas están en juego, se activan elementos cognitivos, sociales y emocionales que impulsan a individuos a forjar o respaldar puntos de vista.

Aunque parezca inverosímil, incluso una vez que la propia información proveniente de Fake News pueda llegar a ser corregida o desmentida, los individuos suelen seguir creyendo en el fondo que la desinformación podía contener ciertos elementos fácticos. Esto se profundiza en los mecanismos que desencadenan la adhesión a información incorrecta, desde la tendencia humana a buscar confirmación de creencias preexistentes hasta el impacto de las dinámicas sociales y emocionales en la formación de opiniones basadas en datos erróneos (Chan et al. 2017).

Las teorías sobre el Efecto de la Influencia Continua (CIE) se fundamentan principalmente en modelos de memoria en los que la información se estructura en redes interconectadas, y su disponibilidad se determina por su nivel de activación (Lewandowsky et al, 2017). Cuando se almacena información en la memoria y posteriormente se adquiere nuevo conocimiento que contradice esa información previa, no ocurre simplemente un borrado o reemplazo de la información original. En su lugar, tanto la información errónea como la información correctiva coexisten y compiten por la activación. Por ejemplo, datos falsos sobre el impacto letal de una

vacuna podrían integrarse con el conocimiento existente sobre enfermedades, vacunación y causas de muerte. La posterior corrección de que esos datos eran erróneos se incorporaría a la memoria, generando cierta revisión de los conocimientos. A pesar de ello, la información errónea persiste en la memoria y podría ser reactivada y recuperada en el futuro.

Teniendo en cuenta lo anterior, valdría aproximarse nuevamente al caso de estudio para observar cómo la sociedad norteamericana está siendo presa de su libertad de expresión y de la proliferación excesiva de desinformación.

1.1. Impacto en la intención de voto

A continuación, se exponen tres estudios con características distintas basados en encuestas públicas sobre la formación de la intención del voto a los candidatos de las elecciones generales de 2016.

El primero fue realizado por YOUNGOV en colaboración con la Universidad de Ohio siendo este uno de los primeros presentados para responder a la pregunta sobre cuánto influyeron las Fake News en la victoria de Donald Trump.

El enfoque del análisis se centró en el comportamiento electoral de 585 encuestados (de una muestra total de 1,600) que habían votado por Barack Obama en 2012. Este subconjunto estratégico del electorado fue seleccionado por dos razones. La primera es que, si Hillary Clinton hubiera mantenido el apoyo de estos votantes, habría ganado fácilmente las elecciones de 2016, tal como lo había hecho Obama cuatro años antes. En cambio, el 77 por ciento de los votantes de Obama apoyaron a Clinton. Los datos de encuestas muestran que el 10 por ciento de los antiguos votantes de Obama votaron por Trump en 2016; el 4 por ciento se pasó a partidos minoritarios; y el 8 por ciento no votó. La pregunta que se desprendió entonces fue: *¿Este foco de personas se encontró influenciado por Fake News?*

La respuesta que brinda el estudio es interesante. Cuando a este grupo de personas se les presentó en la encuesta la afirmación de que *“Hillary Clinton tiene muy mala salud debido a una enfermedad grave”* (una de las Fake News que más repercusión ha tenido en tiempos de campaña) un porcentaje de casi el 20% todos los encuestados de la muestra representativa a creía que esto era *“definitivamente verdadero”* o *“probablemente cierto”*.

La segunda afirmación en la encuesta era una declaración de que *“el Papa Francisco respaldó a Donald Trump para presidente antes de las elecciones”* (otra noticia que no fue cierta). Cerca

del 10% de la muestra y el 8% de los partidarios total de Obama pensaron que esta afirmación era verdadera.

Finalmente, se le preguntó a los encuestados si creían que *“durante su mandato como Secretaria de los Estados Unidos de Estado, Hillary Clinton aprobó la venta de armas a yihadistas islámicos, incluido ISIS”*. Un sorprendente 35% creía que Clinton había vendido armas a ISIS, al igual que el 20% de los ex votantes de Obama.

La asociación estadística entre la creencia en estas noticias falsas y la elección de voto en las elecciones de 2016 de los ex partidarios de Barack Obama demuestra una relación intrínseca y fuerte. Entre los que creyeron que ninguna de las tres noticias falsas, el 89% votó por Hillary Clinton en 2016; entre ellos que creyeron una noticia falsa, este nivel de apoyo electoral cayó al 61%; pero entre aquellos que votaron por Obama en 2012 y creyeron dos o tres de estas afirmaciones falsas, sólo el 17% votó por Clinton.

Sin duda, la “causalidad” no se puede demostrar sobre la base de una encuesta de una sola ola como la nuestra. Pero el estudio demuestra estas cifras como evidencia de que la creencia en noticias falsas llevó a que los ex votantes de Obama abandonaran al candidato demócrata a la presidencia en 2016. También es posible que la dirección de la causalidad sea la inversa: que alguien que, por cualquier motivo, opte por no votar porque Clinton podría respaldar estas declaraciones falsas (incluso si no las hubieran escuchado antes) para racionalizar su decisión de voto.

La Universidad de Stanford (2018) presentó un nuevo informe sobre la base de la intención de los votantes de Trump y Clinton. Para el mismo se usó la metodología de una encuesta⁹ en línea a 1208 adultos estadounidenses de 18 años en adelante utilizando la plataforma SurveyMonkey. La muestra fue seleccionada del Panel de Audiencia de SurveyMonkey, un panel de participantes voluntarios reclutados entre los más de 30 millones de personas que completan encuestas de SurveyMonkey cada mes.

La encuesta constó de cuatro secciones. Primero, en base al consentimiento para participar y el compromiso de brindar respuestas reflexivas, con la esperanza de mejorar la calidad de los datos. Segundo, se realizó una serie de preguntas demográficas, incluida la afiliación política antes de la campaña de 2016, el voto en las elecciones presidenciales de 2016, la educación y la raza/etnia. Tercero, se indagó sobre el consumo de noticias de las elecciones de 2016,

⁹ El modelo de encuesta sigue estando disponible en: <https://www.surveymonkey.com/r/RSYD75P>

incluido el tiempo dedicado a leer, ver o escuchar noticias sobre las elecciones en general y en las redes sociales en particular, y la fuente más importante de noticias e información sobre las elecciones de 2016. Cuarto, cada encuestado observó 15 titulares de noticias sobre las elecciones de 2016. Para cada titular, tenía la pregunta subsiguiente: "*¿Recuerda haber visto esto reportado o discutido antes de las elecciones?*" y "*¿En el momento de las elecciones, su mejor suposición habría sido que esta declaración era cierta?*".

Los 15 titulares de noticias de cada encuestado fueron seleccionados al azar de una lista de 30 titulares, seis de cada una de cinco categorías. Dentro de cada categoría, nuestra lista contiene una división equitativa de titulares pro-Clinton y pro-Trump, por lo que 15 de los 30 artículos favorecerían a Clinton y los otros 15 a Trump.

La primera categoría contiene seis historias falsas mencionadas en tres artículos de medios principales (uno en el New York Times, uno en el Wall Street Journal y uno en BuzzFeed) que discutían noticias falsas durante la semana del 14 de noviembre de 2016. La segunda categoría contiene los cuatro titulares previos a la elección más recientes de Snopes y PolitiFact considerados inequívocamente falsos. La tercera categoría contiene las seis historias más recientes de importancia en la línea de tiempo electoral de "The Guardian" en ese momento. La quinta y última categoría contiene titulares de noticias falsas inventadas, que son paralelas a teorías de conspiración que circularon en tiempos electorales.

Los resultados concluyen en que las noticias falsas que fueron ampliamente compartidas y estuvieron fuertemente sesgadas a favor de Donald Trump. Las estadísticas reportadas para la relación entre visitas a páginas y compartidos de historias en redes sociales demostró que los 38 millones de compartidos de noticias falsas se traducen en 760 millones de instancias en las que un usuario hizo clic y leyó una noticia falsa, aproximadamente tres noticias leídas por adulto estadounidense.

Una lista de sitios web de noticias falsas, en los que un poco más de la mitad de los artículos parecen ser falsos, recibió 159 millones de visitas durante el mes de las elecciones, o 0.64 por adulto estadounidense. Aproximadamente el 15% de los encuestados recordó haber visto cada una de las 14 que se mencionaron en la encuesta.

GRÁFICO 1. Clicks por enunciado de noticia falsa en campaña electoral de 2016.



Fuente: Georgacopoulos & Mores (2020)

Según los datos complementarios del informe de las 115 historias falsas pro-Trump se compartieron en Facebook se obtuvo un total de 30 millones de vistas, y 41 historias falsas pro-Clinton compartidas un total de 7.6 millones de veces, es decir tres veces menos que las del republicano.

Por último, mencionar los datos que aportó la Universidad de Luisiana (2021) por medio de sus investigaciones al tema con un estudio de casos específicos de noticias falsas que circularon en la plataforma Facebook. Durante los tres meses previos a las elecciones, las noticias falsas favorables a Trump se compartieron 30 millones de veces en Facebook, mientras que las que favorecían a Clinton se compartieron 8 millones de veces. Un poco más de la mitad de los adultos estadounidenses que recuerdan haber visto noticias falsas indican que creyeron esas historias.

El supuesto comprobado por los estudios de dicha Universidad es que la tendencia a creer en historias que respaldan al candidato preferido es significativamente mayor, especialmente si las personas están aisladas ideológicamente en sus redes sociales. Aunque las redes sociales fueron una fuente importante, no fueron la principal fuente de noticias electorales, ya que solo el 14% de los estadounidenses las consideró su fuente "más importante".

Por otra parte, más del 30% de los estudiantes de secundaria consideraron más confiable una cuenta falsa de Facebook que publicaba comentarios sobre Trump debido a sus elementos gráficos. Además, solo el 25% reconoció la relevancia de la marca de verificación azul en Twitter y Facebook, que indica la legitimidad de una cuenta. Más del 80% de los entrevistados

no pudieron identificar un anuncio como contenido patrocinado o publicidad nativa¹⁰ en lugar de una noticia real.

2.2. Microsegmentación y manipulación psicológica

La interacción de factores psicológicos y cognitivos en las elecciones de 2016 demuestra la forma en que la información y la percepción se entrelazaron de manera significativa en el mundo globalizado actual. La predisposición ideológica, como factor central, marcó el inicio de una tendencia en la que los votantes no solo consumían información alineada con sus creencias políticas, sino que también mostraban una creciente reticencia a considerar perspectivas divergentes. En este sentido autores como Wendt (1999) explican que son "las ideas y las creencias compartidas pueden tener un impacto significativo en la percepción de los actores y, por lo tanto, en su comportamiento. En un mundo donde la información se convierte en una herramienta estratégica, las narrativas construidas y compartidas pueden influir profundamente en la política nacional e internacional" (Wendt, p. 123).

El sesgo de confirmación, esa inclinación innata a buscar y aceptar información que respalda nuestras creencias previas, no sólo consolidó las opiniones políticas existentes, sino que también generó un terreno fértil para la formación de burbujas informativas. Estas burbujas, caracterizadas por una limitada exposición a opiniones y datos contradictorios, actuaron como cámaras de eco que amplificaron y validaron las narrativas preferidas. La coherencia ideológica, por lo tanto, prevaleció sobre la veracidad de la información, creando un ecosistema informativo polarizado y propenso a la manipulación.

La aversión al riesgo cognitivo también emergió como un componente clave de esta dinámica. En un entorno saturado de información, la comodidad informativa se convirtió en una elección lógica para muchos votantes, quienes, ante la sobrecarga de datos, optaban por consumir información que requiriera menos esfuerzo cognitivo para procesar. Esta preferencia por la simplicidad favoreció la difusión de Fake News, ya que los contenidos que ofrecían explicaciones simplificadas y emocionalmente resonantes ganaban terreno, a menudo sin someterse a un escrutinio crítico.

¹⁰ La publicidad nativa, un tipo de anuncio que se asemeja en apariencia y función a la plataforma donde se muestra pero que se camufla como contenido orgánico en la plataforma en la que se presenta, pero generalmente se incluye información manipulada, plantea desafíos adicionales al dificultar la diferenciación entre publicidad y contenido informativo legítimo.

La combinación de predisposición ideológica y aversión al riesgo cognitivo creó una sinergia que facilitó la aceptación acrítica de noticias falsas, contribuyendo así a la desinformación generalizada durante ese período electoral. La comprensión de estos procesos psicológicos y cognitivos es esencial para abordar no sólo la desinformación en sí misma, sino también para desarrollar estrategias educativas que fomenten la alfabetización mediática y el pensamiento crítico, capacitando a los votantes para evaluar de manera más rigurosa la información que consumen en el complejo paisaje mediático actual (Solís O'Neill, 2019).

Es así como la aversión al riesgo cognitivo, como componente intrínseco de la toma de decisiones en un entorno saturado de información, desempeñó un papel crucial durante la era Trump. La creciente sobreabundancia de datos y la velocidad con la que se difundió la información contribuyeron a una paradoja cognitiva: a medida que la cantidad de información aumentaba, la profundidad del análisis crítico disminuía. En este contexto, la comodidad informativa se convirtió en una estrategia cognitiva adoptada por muchos individuos, marcando un cambio hacia la aceptación de contenidos superficiales sin el rigor del escrutinio crítico profundo.

Esta preferencia por la comodidad informativa fue especialmente evidente en la forma en que se consumían y compartían Fake News. Los mensajes que ofrecían explicaciones simplificadas, emocionalmente impactantes y que requerían un esfuerzo cognitivo mínimo para procesar, encontraron un terreno fértil. La brevedad, la claridad aparente y la capacidad de resonar con las emociones del receptor se convirtieron en criterios determinantes para la aceptación y difusión de información, incluso si carecía de fundamento fáctico.

La velocidad a la que la información se propagaba a través de las redes sociales exacerbó esta dinámica. La presión por mantenerse actualizado en tiempo real generó un entorno en el que la reflexión crítica quedaba desplazada por la urgencia de la novedad. Los mensajes que requerían menos esfuerzo cognitivo para procesar eran más propensos a ser compartidos de manera viral, contribuyendo a la propagación de narrativas falsas. La aversión al riesgo cognitivo, en este contexto, se tradujo en una aceptación rápida y sin cuestionamientos de mensajes que, a menudo, eran diseñados para captar la atención y generar impacto inmediato.

La propensión a la confirmación, en combinación con la tecnología de algoritmos de recomendación en plataformas digitales, desempeñó un papel crucial en la profundización de la polarización ideológica durante la era Trump. Estos algoritmos, diseñados para analizar el comportamiento del usuario y ofrecer contenido personalizado, actuaron como una suerte de

curador digital, proporcionando información que coincidía con las preferencias y creencias ya establecidas. A su vez, la polarización emocional, impulsada por mensajes que evocaban respuestas afectivas intensas, fue un motor esencial para la viralidad de la desinformación. Las noticias falsas que generaban emociones fuertes, como la indignación o el entusiasmo, se difundían rápidamente, ya que la conexión emocional a menudo superaba el análisis crítico.

4. La democracia norteamericana desde la campaña de las Fakes News

La campaña de Donald Trump en las elecciones de 2016 tuvo repercusiones significativas en la confianza en los sistemas democráticos tanto norteamericano como global. El fenómeno de las “Nuevas Derechas” o “Derechas Alternativas” puso en el centro de la escena de discusiones el derecho a la libertad de expresión y los medios y modos que se utilizan para hacer política (Busso, 2020).

De esta forma los discursos se alinearon en importancia a los canales a los cuales se transmitían sin importar las dimensiones del impacto que esto podría alcanzar. Trump fue la combinación de discursos de extrema derecha combinados con libertarismo y el descontento popular a temas de la cotidianidad de la vida política norteamericana. Las consecuencias de su elección se extendieron a varios niveles de la vida política en Estados Unidos, donde los adeptos a las ideas de Trump fueron víctimas de su discurso y actuaron en varias ocasiones por las indicaciones que su líder daba por Twitter.

La desconfianza en las instituciones democráticas fue la primera consecuencia directa. La propagación de noticias falsas y desinformación erosionó la confianza en los procesos electorales, que ya dejaron de ser considerados por gran parte de la población como transparentes y justos (Ecker et al. 2022). Los ciudadanos norteamericanos comenzaron a cuestionar la integridad del sistema electoral y las bases mismas del institucionalismo democrático de su sociedad. El atenuante fue que el republicano perdió las elecciones en el voto popular por casi 3 millones de votos y con todo, llegó a la Casa Blanca.

Una sociedad más polarizada y dividida fue una consecuencia directa. Las medidas de Trump al llegar al poder –y el poco freno que se puso a la difusión de noticias falsas-- intensificó la polarización política y la división en la sociedad. De manera tal que Trump llegó a utilizar falsedades discursivas y mensajes por redes sociales en contra de sus rivales dentro de su propio partido según el periódico The Washington Post. La polarización estuvo fomentada por Trump,

puesto que una sociedad desconcertada respecto al manejo de la información era más dúctil a aceptar las palabras de un líder fuerte.

Un análisis del Washington Post (2021) sobre la base de datos de Fact Checker, una plataforma creada para el análisis de la veracidad de las afirmaciones de Trump, revela una marcada y progresiva intensificación en la frecuencia de afirmaciones deshonestas por parte de Trump a lo largo de su presidencia. En sus primeros doce meses en el cargo, el presidente Trump promedió aproximadamente seis declaraciones engañosas diarias, cifra que se elevó a 16 en su segundo año, 22 en el tercer año y alcanzó un asombroso total de 39 reclamaciones diarias en su último año en la administración.

En términos más claros, transcurrieron 27 meses hasta que Trump acumuló 10.000 afirmaciones falsas, y en los siguientes 14 meses, este número se duplicó alcanzando las 20.000. La asombrosa aceleración continuó, ya que superó la asombrosa marca de las 30.000 afirmaciones en menos de cinco meses adicionales (Kessler et al., 2021).

Este menosprecio de la verdad y de los hechos llevó a una disminución generalizada en el valor atribuido a la verdad y los hechos objetivos. Cuando las personas son constantemente expuestas a información incorrecta, es más probable que desarrollen una actitud cínica hacia la información verificable, lo que debilita la base misma de un debate informado y racional en una sociedad democrática. El daño a la credibilidad de los medios de comunicación es otro punto a señalar. Los ciudadanos fueron bombardeados con noticias falsas, volviéndose propensos a desconfiar de todas las fuentes de información, incluso de las que eran veraces y responsables. Esta erosión en la confianza hacia los medios tradicionales puede tener consecuencias duraderas, ya que socava el papel crucial que desempeñan los medios en la construcción de una sociedad informada. La pérdida de confianza en las instituciones periodísticas puede llevar a una disminución en la participación cívica y la toma de decisiones informadas, debilitando así la función vital que los medios de comunicación desempeñan en el mantenimiento de la salud de una democracia robusta.

Una última cuestión refiere a las repercusiones que pueden debilitar la salud mental de los ciudadanos, algo que cobra relevancia cuando se entiende que Estados Unidos mantiene una fuerte problemática social vinculada al aumento de la ansiedad y el estrés. La exposición constante a noticias falsas y desinformación, especialmente en el ámbito político, puede generar un clima de incertidumbre y desconfianza que afecta el bienestar psicológico de la población frente a la democracia.

La polarización exacerbada y la falta de confianza en la veracidad de la información pueden contribuir al deterioro de la salud mental, alimentando sentimientos de frustración, impotencia y desesperanza. Este fenómeno se convierte en un componente adicional de la compleja red de desafíos sociales que enfrenta la sociedad estadounidense, subrayando la necesidad de abordar no sólo las implicaciones políticas, sino también los impactos psicológicos de la propagación de noticias falsas en el tejido social.

4.1. Cuidar la democracia: un deber social

En las elecciones de 2020, el presidente Trump buscó su reelección con bases de campaña en la misma plataforma de medios que cuatro años antes. Luego de su derrota frente a Joe Biden, el diario The New York Times notificó que el saliente presidente Trump realizó más de 400 tuits en las casi tres semanas posteriores al 3 de noviembre de 2020, cuestionando la legitimidad de las elecciones y difundiendo afirmaciones falsas de fraude o manipulación a millones de personas (NYT Staff, 2021).

En plataformas como Facebook, después de las elecciones de 2020, los "grupos" políticamente orientados se llenaron de conversaciones sobre supuestos robos electorales y planes para "detener el robo". Este discurso facilitó la conexión de afines a teorías de conspiración, convirtió a personas en creyentes de afirmaciones falsas y organizó acciones políticas peligrosas en el conocido como "Asalto al Capitolio de los Estados Unidos".

El buen funcionamiento de una democracia depende del "consentimiento de los perdedores", la idea de que aquellos en el lado perdedor de una elección aceptan que hubo un recuento de votos justo, a pesar de la decepción. Quienes creen que una elección fue robada son más propensos a intentar robar la siguiente, amenazar a funcionarios electorales y deslegitimar al gobierno actual, negándose a seguir pautas gubernamentales en temas cruciales como salud pública y medio ambiente. Además, este discurso que combina engaño y decepción electoral, daña la democracia al disminuir la responsabilidad de los funcionarios en el cargo, ya que los periodistas no están presentes para responsabilizar a los políticos. Con la tecnología permitiendo la difusión de "deep fakes" (clips falsos de video o audio), los votantes empezaron a desconfiar de lo que ven y escuchan, incluso cuando es verdadero.

La proliferación del habla anónima, especialmente en redes sociales, aumentó las oportunidades de interferencia extranjera en las elecciones estadounidenses, como se evidenció con la participación de hackers rusos en 2016 y 2020. La alta partidización actual, combinada

con partidos políticos débiles, facilita la demagogia de candidatos individuales. Por ejemplo, la representante Marjorie Taylor Greene de Georgia, antes de ingresar al Congreso, respaldaba teorías de conspiración de QAnon y apoyaba la ejecución de políticos demócratas, pero no necesita depender del financiamiento de los líderes del partido; puede recurrir directamente a las redes sociales para recaudar fondos de manera económica.

Vivimos en una era de alta partidización con partidos políticos debilitados, incapaces de moderar a los extremistas dentro de sus filas. Aunque no deseamos regresar a un tiempo en el que los guardianes de los medios privaran a los votantes de información valiosa, la era de las fake news requiere nuevas herramientas legales para fortalecer la democracia. Algunos cambios legales propuestos incluyen actualizar las leyes de financiamiento de campañas para abordar la publicidad política en línea, etiquetar "deep fakes" como "alterados" para ayudar a los votantes a distinguir realidad de ficción, y fortalecer la prohibición de los gastos de campaña extranjeros. También se propone penalizar la mentira sobre cómo, dónde y cuándo votan las personas, y limitar el microsegmentado de datos intrusivos por parte de campañas y grupos de interés.

Es probable que la actual Corte Suprema vea muchos de estos cambios legales como violaciones de las garantías de libre expresión de la Primera Enmienda. La jurisprudencia actual se basa en una metáfora desfasada de "mercado de ideas", asumiendo que la verdad prevalecerá a través de contraargumentos, lo cual no es cierto en la era de las fake news. En la actualidad, el mayor peligro para la democracia estadounidense no es la censura gubernamental, sino la pérdida de confianza y competencia de los votantes debido a la desinformación y la virulencia.

Por lo tanto, un deber civil se compone de ciudadanos responsablemente activos en lo concerniente a su búsqueda de información veraz. Esto implica no solo consumir noticias de manera crítica, sino también participar activamente en la promoción de la verdad y la integridad informativa. Los ciudadanos deben esforzarse por discernir entre fuentes confiables y desinformación, fomentando la transparencia y la rendición de cuentas en las instituciones gubernamentales y mediáticas. Además, la participación cívica implica compartir información de manera ética y contribuir a la construcción de un entorno informativo saludable, donde se valore la objetividad y se combata la propagación de noticias falsas. En última instancia, este deber civil no solo fortalece la democracia, sino que también sienta las bases para una sociedad informada y capaz de tomar decisiones fundamentadas.

CAPITULO V

1. Balances y Conclusiones

La misma revolución de la información que nos brindó servicios como Netflix, la proliferación de podcasts y la accesibilidad al conocimiento global a través de los smartphones, también ha minado los cimientos de la democracia estadounidense. Es innegable que la difusión viral de desinformación política y los ataques delirantes que giran en torno a afirmaciones de elecciones robadas y amañadas han socavado las bases de la república en América del Norte.

La estrategia de la campaña de Trump en 2016 no solo impactó en la percepción de los candidatos, sino que socavó la confianza en las instituciones democráticas fundamentales. Este enfoque de utilizar información engañosa como herramienta política se ha replicado en diversas elecciones alrededor del mundo, especialmente por las nuevas derechas alternativas. Esto destaca la urgente necesidad de abordar la desinformación y fortalecer los mecanismos de verificación de datos y protección contra la manipulación en el contexto electoral a nivel global.

En la fundamentación del tema, observamos que el uso de las redes sociales como plataforma para impulsar campañas electorales se ha convertido en una tendencia global. La propagación de información falsa, como se evidenció en el caso de Trump, se volvió cada vez más común, llevando a los propietarios de las redes sociales a tomar medidas para evitar impactos similares en otras democracias.

Los estudios y análisis postelectorales revelan la persistencia del problema en Estados Unidos, a pesar de ser considerado un país con gran libertad de expresión. La investigación basada en análisis de tweets, el personalismo del expresidente Trump en la difusión de desinformación, y las dificultades para medir el impacto exacto de las fake news subrayan la complejidad del fenómeno.

Considerando lo anterior, el **objetivo general** del presente trabajo fue analizar cómo impactan las Fake News en la percepción pública durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016.

En este sentido, el **supuesto** del cual se partió sostiene que, durante las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, la difusión y vitalización de Fake News tuvieron un impacto significativo en la configuración de la percepción pública y como consecuencia, en los resultados de dicha elección.

Los cuatro capítulos desarrollados en este trabajo fueron elaborados con el objeto de tratar los distintos aspectos que se desprenden de la hipótesis.

Dicho esto, en el **capítulo II** dió origen al abordaje del tema de estudio y se describió de qué manera las redes sociales y los medios digitales reconfiguraron el entorno político en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, destacando los cambios fundamentales en la dinámica política. La exploración de las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos reveló la complejidad de las interacciones entre la participación electoral, el uso de tecnologías de desinformación y la agenda política de los candidatos. Se pudo evidenciar que, durante ese período, las redes sociales surgieron como poderosos canales de difusión de información, donde estrategias como la distorsión de hechos, la creación de narrativas sesgadas y el uso de titulares sensacionalistas fueron empleadas para influir en la opinión pública. Casos emblemáticos de desinformación se analizaron, destacando cómo se aprovechan las vulnerabilidades de las redes sociales para propagar contenido falso, apuntando a segmentos específicos de la población.

Además, la utilización de herramientas digitales en la política contemporánea representó una modernización de estrategias políticas previas. La adaptación y manipulación retórica en la política ha sido una constante histórica, evidenciando que, si bien los contextos y herramientas cambian, la esencia de estas estrategias persiste. A pesar de las protecciones y libertades otorgadas por la Primera Enmienda, las campañas electorales en Estados Unidos están reguladas por diversas leyes.

En las elecciones abordadas a lo largo del capítulo, la intervención de propagandistas rusos influyó en la participación afroamericana a favor de Trump. Las redes sociales y los medios con posturas extremas jugaron un papel crucial al difundir mensajes desinformativos que demonizan a los candidatos. La agenda política de Donald Trump se centró en propuestas para "Make America Great Again", destacando la inmigración, la economía y la política exterior. A pesar de desafiar algunas convenciones del Partido Republicano, Trump logró asegurar el respaldo de una parte significativa del partido. Las noticias falsas que favorecían a Trump se compartieron considerablemente más en plataformas como Facebook, y la creencia en estas noticias fue significativa entre los votantes.

Así también, la participación electoral en Estados Unidos reflejó patrones demográficos y educativos significativos. Aunque la tasa general de participación se mantuvo estable en comparación con 2012, se observaron variaciones por grupo de edad. Los votantes de 65 años

o más destacaron con la mayor participación, mientras que los jóvenes de 18 a 29 años mostraron un aumento del 1.1% en comparación con las elecciones anteriores.

El análisis educativo reveló cambios significativos en las últimas décadas, con una disminución notable en la proporción de votantes con educación equivalente a la escuela secundaria o menos. Aunque hubo avances en educación universitaria, la mayoría de los votantes en 2016 aún carecía de un título universitario. Estos datos subrayan la importancia de la educación como factor determinante en la participación electoral. En términos de género, se demostró que las mujeres representaron la mayoría tanto de la población registrada para votar como de los votantes. Además, se destacaron las razones de la abstención, siendo la aversión hacia los candidatos o los temas de campaña la razón más común.

La financiación de campañas políticas en Estados Unidos mostró la influencia significativa del financiamiento privado, con restricciones al financiamiento público que limitan la capacidad de los candidatos. La proliferación de Super PACs y el gasto en publicidad indican la complejidad del sistema de financiamiento electoral. El papel de los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, se destacó en la difusión de noticias falsas durante las elecciones de 2016. La habilidad de plataformas digitales para amplificar mensajes y la aparición de sitios web dedicados a noticias falsas plantean desafíos para la integridad del proceso electoral.

El fenómeno de las *fake news* reveló motivaciones tanto pecuniarias como ideológicas detrás de su proliferación. La conexión entre el lucro, la política y la manipulación de la información señaló la importancia de abordar estos desafíos para preservar la integridad del sistema democrático.

En el **capítulo III** se examinaron los métodos empleados en la manipulación de la información mediante Fake News durante las elecciones presidenciales de 2016 centrándose en la identificación de patrones de difusión, fuentes de origen, canales de distribución y llegada a los receptores.

La difusión masiva de noticias falsas contribuyó significativamente a distorsionar la realidad política y minar la confianza en plataformas digitales y redes sociales. La desinformación no se limitó a la creación de relatos completamente falsos, sino que también incluyó la manipulación de hechos reales, generando un entorno informativo sesgado y confuso. La saturación del espacio mediático con información falsa dificultó la formación de opiniones

informadas, contribuyendo a la confusión generalizada sobre los candidatos y la realidad política.

Además, las *fake news* fueron impulsadas por algoritmos de redes sociales, lo que contribuyó a la formación de burbujas informativas y a la polarización política. Las burbujas informativas limitaron la exposición de los votantes a perspectivas diversas, debilitando el tejido social y obstaculizando el diálogo racional entre diferentes sectores de la sociedad. La polarización política exacerbada por la desinformación dificultó enormemente el establecimiento de un debate constructivo y diverso.

De igual manera, estas -las noticias falsas- afectaron negativamente el sentido de ciudadanía informada, generando dificultades para discernir entre la verdad y la falsedad. La polarización política resultante desmotivó la participación en actividades cívicas más amplias, afectando la confianza en las instituciones democráticas. La calidad del debate político se vio erosionada, centrándose en discursos incendiarios y descalificaciones en lugar de propuestas y políticas concretas.

Las encuestas y casos específicos revelaron que la difusión de noticias falsas influyó significativamente en la formación de opiniones erróneas entre los votantes. Casos como "Pizzagate" destacan la rapidez con la que teorías de conspiración infundadas pueden alterar la percepción pública y afectar la imagen de los políticos. La vulnerabilidad de la opinión pública a la desinformación subraya la necesidad de promover la alfabetización mediática y la capacidad crítica.

La manipulación de declaraciones y eventos reales, mediante la edición de videos y la selección selectiva de fragmentos, contribuyó a distorsionar la percepción pública de los candidatos. La desinformación afectó la interpretación de eventos cruciales, generando opiniones basadas en premisas falsas y socavando la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas. Estrategias para contrarrestar la manipulación de contenido multimedia en tiempo real son cruciales para preservar la integridad del proceso democrático.

Se evidencio que las noticias falsas durante las elecciones de 2016 no solo impactaron la confianza en el sistema electoral, sino que también debilitaron la ciudadanía informada, polarizaron la sociedad, desincentivan la participación cívica y erosionaron la calidad del debate político.

En el **capítulo IV**, en primer lugar, se analizó el efecto en la confusión de los votantes norteamericanos por medio de la manipulación de la información por medio de fake news. En segundo lugar, se explicaron las repercusiones en la confianza en los sistemas democráticos y sociales desde la campaña de Fake News liderada por Donald Trump en las elecciones de 2016.

A lo largo de este capítulo se exploró el impacto significativo de las Fake News en la confusión de los votantes en el contexto estadounidense. La intersección entre información, percepción y toma de decisiones se volvió cada vez más compleja con el advenimiento de la manipulación informativa. El "efecto de influencia continua" revela cómo la desinformación puede perdurar en la mente de los individuos, incluso después de ser corregida, afectando la formación de opiniones y decisiones.

El análisis detallado de encuestas y estudios revela que la creencia en noticias falsas tiene un impacto tangible en la intención de voto. La conexión estadística entre la aceptación de noticias falsas y la elección de voto en las elecciones de 2016 muestra una relación intrínseca y fuerte. Los resultados demuestran que un porcentaje significativo de ex votantes de Obama, influenciados por Fake News, optaron por no respaldar a Hillary Clinton en las elecciones.

La investigación también destaca la complejidad del problema, ya que la corrección de la desinformación no garantiza la eliminación completa de su impacto. La persistencia de información errónea en la memoria, incluso después de la corrección, plantea desafíos fundamentales para la formación de una opinión pública informada. El análisis de estudios específicos, como el realizado por YUGOV y la Universidad de Stanford, proporciona una visión detallada de cómo las noticias falsas, especialmente aquellas sesgadas a favor de un candidato, pueden influir en la percepción de los votantes y, en última instancia, en sus decisiones electorales.

A lo largo de estas líneas se subraya la urgencia de abordar el problema de las Fake News y su impacto en los procesos democráticos. La sociedad estadounidense se enfrenta a desafíos cruciales relacionados con la integridad de las elecciones y la confianza en la información. Las conclusiones destacan la necesidad de medidas efectivas para contrarrestar la propagación de noticias falsas y fortalecer la resiliencia de la sociedad ante la manipulación informativa.

En el análisis de los factores que contribuyeron a la vulnerabilidad frente a la manipulación por Fake News durante las elecciones de 2016, la microsegmentación y la manipulación psicológica emergen como elementos clave. La interacción compleja de factores psicológicos

y cognitivos delineó un escenario en el que la información y la percepción se entrelazaron de manera significativa.

La microsegmentación, impulsada por algoritmos de recomendación, contribuyó a la polarización ideológica al crear filtros de información personalizados. Las plataformas digitales se convirtieron en actores clave que fortalecieron burbujas informativas cerradas, donde la diversidad de opiniones fue excluida y la validación de creencias preexistentes prevaleció. Además, la polarización emocional, generada por mensajes que evocaban respuestas afectivas intensas, fue esencial para la viralidad de la desinformación. Las noticias falsas que generaban emociones fuertes se difundían rápidamente, ya que la conexión emocional supera el análisis crítico.

En conjunto, estos factores revelan cómo las percepciones y respuestas individuales contribuyeron a la propagación de las Fake News.

La amalgama de discursos de extrema derecha, libertarismo y el aprovechamiento del descontento popular permeó la esfera política norteamericana. Las consecuencias de la elección de Trump trascendieron diversos niveles de la vida política, dando lugar a seguidores que, en varias ocasiones, actuaron según las indicaciones de su líder expresadas a través de Twitter. La desconfianza en las instituciones democráticas fue una de las consecuencias más directas de esta campaña. La difusión de noticias falsas y desinformación socavó la confianza en los procesos electorales, llevando a una percepción generalizada de falta de transparencia y equidad en la sociedad. Los ciudadanos comenzaron a cuestionar la integridad del sistema electoral y los fundamentos del institucionalismo democrático.

Se pudo evidenciar que la sociedad norteamericana se tornó más polarizada y dividida como resultado directo de las acciones de Trump y la falta de restricciones a la difusión de noticias falsas. La polarización fue fomentada por un líder que utilizó falsedades en contra de sus rivales dentro de su propio partido, intensificando la fragmentación social.

Un análisis detallado de las afirmaciones de Trump reveló una progresiva intensificación en la frecuencia de declaraciones deshonestas a lo largo de su presidencia. Este menosprecio por la verdad y los hechos contribuyó a una disminución generalizada en el valor atribuido a la verdad objetiva, erosionando la base misma de un debate informado y racional en una sociedad democrática.

La credibilidad de los medios de comunicación también sufrió daños significativos. La constante exposición a noticias falsas volvió a los ciudadanos propensos a desconfiar de todas las fuentes de información, incluso de aquellas que eran veraces y responsables. La pérdida de confianza en los medios tradicionales puede tener consecuencias duraderas al debilitar la función vital que desempeñan en la construcción de una sociedad informada.

Además de las consecuencias políticas, la salud mental de los ciudadanos se vio amenazada. La exposición constante a noticias falsas generó un clima de incertidumbre y desconfianza, afectando el bienestar psicológico de la población. La polarización exacerbada y la falta de confianza en la información contribuyeron al deterioro de la salud mental, alimentando sentimientos de frustración, impotencia y desesperanza.

La campaña de Fake News durante la era Trump dejó una profunda marca en la democracia norteamericana, debilitando la confianza en las instituciones, exacerbando la polarización, dañando la credibilidad de los medios y afectando la salud mental de la sociedad. Abordar estos desafíos no solo requiere medidas políticas y mediáticas, sino también un enfoque integral que considere las dimensiones psicológicas y sociales de la propagación de noticias falsas.

Los pasos más importantes para contrarrestar el discurso barato son los más difíciles de tomar. Fortalecer los medios de comunicación intermediarios confiables e instituciones que se dediquen a decir la verdad. Como punto de partida, pensar en todas las instituciones que Trump intentó socavar: la prensa libre, el partido de oposición, su propio partido, el poder judicial y el F.B.I, entre otros. Esto complementado con un esfuerzo educativo, incluido entre los estadounidenses mayores, que son los más propensos a difundir desinformación política, para inculcar los valores de la verdad, el respeto por la ciencia y el estado de derecho.

Esto es más fácil decirlo que hacerlo. Requerirá una movilización de todos los sectores y no solo del gobierno: grupos cívicos, asociaciones de abogados y profesionales, instituciones religiosas, sindicatos y empresas tienen un papel que desempeñar.

El futuro de la democracia estadounidense en la era de las Fakes News está lejos de estar asegurado. No existen soluciones únicas y ni siquiera se pueden prever frente a los problemas políticos que vendrán con el próximo cambio tecnológico. Pero la acción legal y política tomada ahora tiene la mejor oportunidad de proporcionar a los votantes las herramientas para tomar decisiones competentes y rechazar las mentiras electorales que seguirán propagándose

en todas las plataformas que se puedan construir para amenazar los cimientos de la democracia a nivel global.

Bibliografía y fuentes

Páginas web

CAMPUS LIBRARY University of Washington Libraries. (2023). Noticias falsas, información errónea y desinformación. Guías de bibliotecas en las bibliotecas de la Universidad de Washington. <https://guides.lib.uw.edu/bothell/news/misinfo>

CITS (s/f). The Danger of Fake News in the 2016 Election. <https://cits.ucsb.edu/fake-news/danger-election>

CSI Library at CUNY College of Staten Island Library. (2023). Definitions of Terms - Misinformation and Disinformation: Thinking Critically about Information Sources. <https://library.csi.cuny.edu/misinformation>

Dewey, C. (2014). This is not an interview with Biansky. Washington Post. https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/10/21/this-is-not-an-interview-with-banksy/?tid=a_inl&utm_term=.8a95d83438e

Dewey, C. (2016). Pizzagate: From rumor to hashtag to gunfire in DC. The Washington Post. https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtag-to-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c_story.html

Duquesne University. (2023). What is False Information? - Evaluating Information. LibGuides. <https://guides.library.duq.edu/infoeval>

Federal Election Commission. (2017). Federal elections 2016: Election results for the U.S. president, the U.S. Senate and the U.S. House of Representatives. <https://www.fec.gov/resources/cms-content/documents/federalelections2016.pdf>

Georgacopoulos, C.; Mores, G. (2021). How Fake News Affected the 2016 Presidential Election. *LSU Faculty Websites*. <https://faculty.lsu.edu/fakenews/elections/sixteen.php>

HKS Misinformation Review. (2020). Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-in-action-fake-news-exposure-is-linked-to-lower-trust-in-media-higher-trust-in-government-when-your-side-is-in-power/>

IEEE Spectrum. (2023). What Are Deepfakes and How Are They Created? <https://spectrum.ieee.org/what-is-deepfake>

Kessler, G., & Kelly, M. (2021). How the Fact Checker tracked Trump claims. The Washington Post. https://www.washingtonpost.com/politics/how-fact-checker-tracked-trump-claims/2021/01/23/ad04b69a-5c1d-11eb-a976-bad6431e03e2_story.html

Mars, A. (2018). ¿Cómo influyó la desinformación en las elecciones presidenciales? El País. https://elpais.com/internacional/2018/02/24/estados_unidos/1519484655_450950.html

NYT Staff. (2021). Trump's false claims echo. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/07/27/us/politics/trump-false-claims-media.html>

Peiró, R. (2021). Canal de comunicación. Economipedia. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-comunicacion.html>

Pew Research Center. (2018, August 9). An examination of the 2016 electorate based on validated voters. <https://www.pewresearch.org/politics/2018/08/09/an-examination-of-the-2016-electorate-based-on-validated-voters/>

Psicopedia.org (2023). Psicología de la desinformación ¿Por qué compartimos información falsa? <https://psicopedia.org/20369/psicologia-de-la-desinformacion>

Silverman, C. (2016). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. BuzzFeed News. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

Sydell, L. (2016). “We Tracked Down a Fake-News Creator in the Suburbs. Here’s What We Learned.” National Public Radio, November 23. <http://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/11/23/503146770/npr-finds-the-hea>

Townsend, T. (2016). “Meet the Romanian Trump Fan behind a Major Fake News Site.” Inc. <http://www.inc.com/tess-townsend/ending-fedtrump-facebook.html>

U.S. Census Bureau. (2018). The nation’s older population is still growing, Census Bureau Reports [PDF]. <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2018/demo/P20-582.pdf>

Vergara San Martín, D. A. (2019). Las burbujas informativas: qué son y cómo afectan en nuestras vidas. Medium. <https://medium.com/@davidalejandrovsm99/las-burbujas-informativas-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-afectan-en-nuestras-vidas-2393da35f69f>

VIXONIC. (2022). ¿Qué son los canales de comunicación? <https://vixonic.com/blog/que-son-los-canales-de-comunicacion/>

Webwise. (2023). What is Fake News? <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/>

West, D. M., & Lerner, M. (2022, January 29). Misinformation is eroding the public’s confidence in democracy. Brookings. <https://www.brookings.edu/articles/misinformation-is-eroding-the-publics-confidence-in-democracy/>

WTO (2013). Annual Report 2012-2013. <https://www.weforum.org/publications/annual-report-2012-2013/>

Libros

Castells, M., & Gimeno, C. M. (1998). La Era de la información: La sociedad red; Vol. 2. El poder de la identidad; Vol. 3. Fin de milenio. Alianza.

Castells, M. (2013). Comunicación y poder. Siglo XXI Editores México.

Han, B.-C. (2021). Psicopolítica. Editorial Herder. Barcelona.

Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2017). Power and interdependence. Conflict After the Cold War: Arguments on Causes of War and Peace, 167.

Noelle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio: Opinión pública, nuestra piel social. Ediciones Paidós.

Reich, W. (1933). La psicología de masas del fascismo. Enclave de Libros Ediciones.

Sartori, G. (1992). Elementos de Teoría Política. Madrid: Alianza Singular. (Páginas 149-150).

Artículos académicos

Allcott, H., Matthew G. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election." Journal of Economic Perspectives, 31 (2): 211-36.

Amarasingam, A., & Argentino, M. A. (2020). The QAnon conspiracy theory: A security threat in the making. CTC Sentinel, 13(7), 37-44.

Bovet, A., Makse, H.A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. Nat Commun. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07761-2>

Busso, A. (2020). Los vínculos entre Trump y América Latina: del unilateralismo estadounidense y la aquiescencia regional a la crisis de los escenarios domésticos. *Fernando Estenssoro (organizador) Relações e tensões entre América Latina e Estados Unidos no âmbito da evolução da geopolítica ambiental global [recurso impresso e eletrônico]–Ijuí: Ed. Unijuí.*

Rodríguez Andrés, R. (2018). Trump 2016, ¿presidente gracias a las redes sociales?. Palabra Clave, 21(3), 831–859. Recuperado a partir de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/8170>

Sanderson, Z., Brown, M. A., Bonneau, R., Nagler, J., & Tucker J. T. (2021). Twitter flagged Solís O'Neill, Á. de. (2019). Noticias falsas y redes sociales en la política: de cómo Internet hizo que Donald J. Trump ganara las elecciones estadounidenses de 2016 (Tesis de fin de grado). Universidad Pontificia. Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/28856/TFG-de%20Solis%20ONeill%2c%20Maria%20Angela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Donald Trump's tweets with election misinformation: They continued to spread both on and off the platform. (S/f) Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-77>

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. & Cook, J. (2017) Más allá de la desinformación: comprender y hacer frente a la era de la posverdad. *J. Appl. Res. Mem. Cogn.* 6, 353–369.

Chan, M.-P. S., Jones, C. R., Jamieson, K. H. y Albarracín, D. (2017). Desacreditar: un meta-análisis de la eficacia psicológica de los mensajes que contrarrestan la desinformación. *Psychol. Sci.* 28, 1531–1546.