

**EL PODER DE LAS *FAKE NEWS*: MANIPULACIÓN POLÍTICA EN LA ERA
DIGITAL**

González Kelly, Macarena
Universidad de Buenos Aires
macagkelly@gmail.com

Material original e inédito para su primera publicación en la Revista Académica Hologramática

Fecha de recepción: 13-11-2023

Fecha de aceptación: 01-11-2023

RESUMEN

La pregunta sobre cómo y cuánto influyen las noticias falsas o “*fake news*” en cualquier discurso y temática ha tomado mayor relevancia como consecuencia de los cambios que se fueron dando en materia de comunicación durante la última década: el aumento de circulación de información a través de medios digitales, la consolidación de las redes sociales y la internacionalización de la información producto de la globalización. En este escenario resulta relevante pensar las repercusiones de este fenómeno sobre la construcción y percepción de la realidad, principalmente en el ámbito político, donde la pérdida de credibilidad puede ocasionar cambios en las decisiones electorales de la población y, por lo tanto, en el devenir político del país.

A lo largo de la historia, las noticias falsas han sido utilizadas como herramientas de manipulación política, promoción de intereses económicos y como estrategia para generar confusión y discordia. Si el conocimiento de la realidad que nos brindan los

medios de comunicación y ciertos actores sociales, es lo que nos permite a los receptores formarnos opinión sobre el mundo que nos rodea, el flujo permanente de información y las noticias falsas erosionan esa credibilidad generando, en el mejor de los casos, desinformación (González, 2019, p. 3).

El presente artículo busca aplicar los postulados de la Mass Communication Research, la Teoría Crítica y aportes de la Agenda Setting para el análisis del fenómeno de las *fake news* posicionándose en la definición que las señala no como una estrategia informativa, sino como noticias que encierran una acción política (Calvo y Aruguete, 2020), enfocándose tanto en la intencionalidad y los intereses políticos/económicos que existen detrás de su producción, como en los actores sociales involucrados y en las consecuencias que esto puede tener en un contexto político inestable. Algunos de los interrogantes que guiarán la investigación son: ¿Se puede considerar que las *fake news* influyen sobre las decisiones políticas de la población? ¿quiénes son los beneficiados con su difusión? ¿hay relación entre este fenómeno y el ascenso de líderes autoritarios o neofascistas al poder? ¿qué rupturas y continuidades se pueden encontrar en relación a otros fenómenos mediáticos que buscaban manipular la opinión pública durante el siglo pasado? ¿qué aportes pueden brindar las teorías de la comunicación para comprender los alcances de este fenómeno?

Para poder dar cuenta de estas cuestiones, se buscará abordar dos aspectos centrales en este trabajo: en primera instancia, si las *fake news* se constituyen como una herramienta de manipulación mediática para reproducir cierta visión de la realidad establecida por parte de figuras políticas, empresas y medios de comunicación. En segundo lugar, si este tipo de noticias, lejos de ser inofensivas, podrían ser utilizadas con el objetivo de provocar la deslegitimación de otros sectores de la población, provocando situaciones de discriminación dentro de la propia sociedad y propiciando el ascenso de figuras neofascistas. Se analizará para este último aspecto, la campaña electoral de Estados Unidos del año 2016, que culminó con el ascenso de Donald Trump a la presidencia.

En función de esto, se plantea como hipótesis que la circulación de noticias falsas en el ámbito político tendría por objetivo la manipulación de la población en función de los intereses de un sector político y/o económico, acrecentando la polarización de la sociedad y poniendo en riesgo el sistema democrático. Bajo esta concepción las *fake news* funcionan como una herramienta de deslegitimación del contrincante, permitiendo a los líderes o partidos políticos generar consenso desde el antagonismo hacia otro. Este proceso es inseparable de la generación de discursos de odio y la polarización de posiciones radicales dentro de la sociedad, dando lugar al surgimiento a figuras que proponen un discurso que da respuesta a dichas demandas. En el siglo XX abundan ejemplos sobre la difusión de información falsa con el objetivo de polarizar a la sociedad y justificar el accionar del gobierno, en especial dentro de regímenes autoritarios y fascistas. Esta cuestión, por lo tanto, toma especial relevancia en un contexto actual marcado por el ascenso de figuras neofascistas y con un claro viraje hacia la derecha a nivel mundial y regional.

El marco teórico que se utilizará para el desarrollo de la investigación consta de bibliografía específica sobre el fenómeno de las *fake news* en su evolución histórica hasta la actualidad; aportes sobre la influencia de los medios en la opinión pública y la intención de voto desde la teoría de la agenda *setting* y a su vez, investigaciones realizadas por exponentes de la Teoría Crítica sobre la manipulación mediática. Se espera utilizar algunos de sus postulados con el objetivo de analizar y abrir nuevos interrogantes que permitan profundizar sobre el tema de las *fake news* como herramienta moderna de manipulación ideológica y los riesgos que esto conlleva para la sociedad.

PALABRAS CLAVE: *fake news* – medios de comunicación – redes sociales - manipulación

ABSTRACT

The question about how and how much fake news or “fake news” influences any discourse and topic has taken on greater relevance as a consequence of the changes that have occurred in communication during the last decade: the increase in the circulation of information through of digital media, the consolidation of social networks and the internationalization of information as a result of globalization. In this scenario, it is relevant to think about the repercussions of this phenomenon on the construction and perception of reality, mainly in the political sphere, where the loss of credibility can cause changes in the electoral decisions of the population and, therefore, in the future. politician of the country.

Throughout history, fake news has been used as tools of political manipulation, promotion of economic interests and as a strategy to generate confusion and discord. If the knowledge of reality that the media and certain social actors provide us with is what allows us recipients to form opinions about the world around us, the permanent flow of information and fake news erode that credibility, generating, in the best of cases, misinformation (González, 2019, p. 3).

This article seeks to apply the postulates of Mass Communication Research, Critical Theory and contributions of Agenda Setting for the analysis of the phenomenon of fake news.

- positioning themselves in the definition that indicates them not as an information strategy, but as news that contains a political action (Calvo and Aruguete, 2020) - focusing both on the intentionality and the political/economic interests that exist behind their production, as well as on the social actors involved and the consequences that this can have in an unstable political context. Some of the questions that will guide the research are: Can fake news be considered to influence the political decisions of the population? Who are the beneficiaries of its dissemination? Is there a relationship between this phenomenon and the rise of authoritarian or neo-fascist leaders to power? What ruptures and continuities can be found in relation to other media phenomena that sought to manipulate public opinion during the last century? What contributions can

communication theories provide to understand the scope of this phenomenon?

In order to address these issues, we will seek to address two central aspects in this work: in the first instance, whether fake news is constituted as a tool of media manipulation to reproduce a certain vision of reality established by political figures, companies and media. Secondly, whether this type of news, far from being harmless, could be used with the aim of causing the delegitimization of other sectors of the population, causing situations of discrimination within society itself and promoting the rise of neo-fascist figures. For this last aspect, the 2016 United States electoral campaign will be analyzed, which culminated with the rise of Donald Trump to the presidency.

Based on this, it is hypothesized that the circulation of fake news in the political sphere would have the objective of manipulating the population based on the interests of a political and/or economic sector, increasing the polarization of society and putting at risk the democratic system. Under this conception, fake news functions as a tool to delegitimize the opponent, allowing leaders or political parties to generate consensus from antagonism towards another. This process is inseparable from the generation of hate speech and the polarization of radical positions within society, giving rise to the emergence of figures who propose a discourse that responds to these demands. In the 20th century, examples abound of the dissemination of false information with the aim of polarizing society and justifying government actions, especially within authoritarian and fascist regimes. This issue, therefore, takes on special relevance in a current context marked by the rise of neo-fascist figures and with a clear shift to the right at a global and regional level.

The theoretical framework that will be used for the development of the research consists of specific bibliography on the phenomenon of fake news in its historical evolution to the present;

contributions on the influence of the media on public opinion and voting intention from the theory of agenda setting and, in turn, research carried out by exponents of Critical Theory on media manipulation. It is expected to use some of its postulates with the aim

of analyzing and opening new questions that allow us to delve deeper into the issue of fake news as a modern tool of ideological manipulation and the risks that this entails for society.

KEY WORDS: fake news – media – social networks – manipulation

1-INTRODUCCIÓN

Mientras muchos estudios plantean los peligros de la difusión indiscriminada de *fake news*, otros desestiman su influencia; mientras desde algunas perspectivas se habla de manipulación de la población con fines políticos, desde otras se habla de un fenómeno que no es más que la consecuencia de las características del sistema mediático actual, incluyendo la precarización laboral de los periodistas, la velocidad con la que circula la información y la multiplicidad de plataformas y espacios donde estas noticias pueden ser difundidas. Detractores y defensores de las “*fake news*” debaten sobre su validez como objeto de estudio, y sobre todo, sobre su capacidad para explicar ciertos sucesos en el escenario político mundial.

La primera pregunta que valdría la pena hacerse es si una posición invalida indefectiblemente a la otra, o si, por el contrario, no podría existir cierta intención de condicionar a la población por parte de gobiernos, medios o empresas mediante la utilización de noticias falsas y esto al mismo tiempo verse complementado por las características del ecosistema mediático actual.

Otro aspecto importante se relaciona con el uso que se hace de las *fake news*. Por un lado, pueden contribuir a consolidar una imagen positiva de un partido político o gobierno, mientras que, por otro lado, pueden construir una imagen negativa de la oposición o de ciertos sectores de la población. No es necesario profundizar mucho en este tema para anticipar el peligro que esto puede generar, tanto para el correcto

funcionamiento del sistema democrático como para el bienestar de ciertos sectores de la sociedad, especialmente las minorías y los sectores más desfavorecidos que históricamente han sido objeto de discriminación. Si bien desde esta investigación se considera que la influencia de estos mensajes no es lineal dado que las personas los interpretan según sus experiencias y conocimientos, esto no invalida el hecho de que dichos mensajes pueden exacerbar visiones extremistas preexistentes, polarizando aún más determinadas posturas.

Es preciso plantear que hablar de *fake news* implica a su vez tratar sobre medios de comunicación y una mirada sobre la realidad que se construye a diario en la tensión entre producción y apropiación de información y que, a su vez, se ve condicionada por el tipo de consumo, nivel socioeconómico y contexto histórico que atraviesa a los individuos. Decir que los medios de comunicación determinan nuestra forma de pensar sería caer en un reduccionismo, pero si son intermediarios en nuestro conocimiento de la realidad y luego de décadas de estudios sobre el tema es imposible obviar su relevancia en la formación de la opinión pública y, por lo tanto, del devenir de ciertas cuestiones esenciales de la vida en sociedad. Si el conocimiento de la realidad que nos brindan los medios de comunicación y ciertos actores sociales, es lo que nos permite a los receptores formarnos opinión sobre el mundo que nos rodea, el flujo permanente de información y las noticias falsas erosionan esa credibilidad generando, en el mejor de los casos, desinformación (González, 2019, p. 3)

Al relacionar este fenómeno con la política, los efectos pueden ser también la polarización de una perspectiva determinada, apelando a la generación de consenso mediante la construcción de una imagen negativa de sectores con intereses opuestos. Una de las fortalezas que poseen las *fake news* en este sentido es que “nos mueve a aceptar enseguida la evidencia que apoya nuestras creencias, induce a su vez a emitir enunciados falsos para producir un daño al oponente, como una forma de violencia política” (Calvo y Aruguete, 2020)

Algunos de los interrogantes que guiarán esta investigación son ¿Se puede considerar que las *fake news* influyen sobre las decisiones políticas de la población? ¿quiénes son los beneficiados con su difusión? ¿hay relación entre este fenómeno y el ascenso de líderes autoritarios o neofascistas al poder? ¿qué rupturas y continuidades se pueden encontrar en relación a otros fenómenos mediáticos que buscaban manipular la opinión pública durante el siglo pasado?

Para poder dar cuenta de estas cuestiones, se buscará abordar dos aspectos centrales en este trabajo: en primera instancia, si las *fake news* se constituyen como una herramienta de manipulación mediática para establecer -o fortalecer- una cierta visión de la realidad por parte de figuras políticas, empresas y medios de comunicación. En segundo lugar, si este tipo de noticias, lejos de ser inofensivas, podrían ser utilizadas con el objetivo de provocar la deslegitimación de otros sectores de la población, provocando situaciones de discriminación dentro de la propia sociedad y propiciando el ascenso de figuras neofascistas. Se analizará para este último aspecto, la campaña electoral de Estados Unidos del año 2016, que culminó con el ascenso de Donald Trump a la presidencia.

En función de esto, se plantea como hipótesis que la circulación de noticias falsas en el ámbito político tendría por objetivo la manipulación de la población en función de los intereses de un sector político y/o económico. Las *fake news* funcionan, por lo tanto, como una herramienta de deslegitimación del contrincante, permitiendo a los líderes o partidos políticos generar consenso desde el antagonismo hacia otro. Este proceso es inseparable de la generación de discursos de odio y la polarización de posiciones radicales dentro de la sociedad, dando lugar al surgimiento a figuras que proponen un discurso que da respuesta a dichas demandas. En el siglo XX abundan ejemplos sobre la difusión de información falsa con el objetivo de polarizar a la sociedad y justificar el accionar del gobierno, en especial dentro de regímenes autoritarios y fascistas. Esta cuestión, por lo tanto, toma especial relevancia en un contexto actual marcado por el ascenso de figuras neofascistas y con un claro viraje

hacia la derecha a nivel mundial y regional.

2-MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

Desde esta investigación se analiza el fenómeno de las *fake news*, posicionándose desde una definición que las señala no como una estrategia informativa, sino como noticias que encierran una acción política (Calvo y Aruguete, 2020). El marco teórico que se utilizará para el desarrollo de la investigación consta de bibliografía específica que busca dar cuenta de los efectos de la comunicación en el público y las oportunidades que presenta su aplicación para el análisis del fenómeno de las *fake news* en la actualidad. Se toman en cuenta aportes sobre la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública a partir de los postulados de la Mass Communication Research con el objetivo de comprender el grado de impacto que pueden tener estos mensajes en el público, así como las condiciones para que esto suceda; se retoma la teoría de la agenda *setting* como enfoque que permite analizar la relevancia de esto en el plano político y a su vez, investigaciones realizadas por exponentes de la Teoría Crítica sobre la manipulación mediática que puedan abrir la discusión sobre las condiciones de producción de estas noticias y los intereses que están detrás de su difusión.

Además se utilizarán como referencia estudios sobre el impacto de las *fake news* en el escenario político, especialmente en lo que respecta a la circulación de discursos de odio y la polarización de la población.

El estudio sobre los medios de comunicación masiva y su incidencia en las opiniones o decisiones del público entran en escena a principios de la década del 20 del siglo pasado, época marcada por la consolidación de los nuevos medios masivos, el uso político que se le comienza a asignar a los mensajes brindados por la radio o la propaganda y la concepción de la población como “masa”.

El principal elemento de la teoría hipodérmica es la presencia explícita de una “teoría” sobre la sociedad de masas. Existen numerosas variantes en el concepto de sociedad de masas, en esta época y para esta teoría prevalece la idea de que las masas son una agregación homogénea de individuos que –en cuanto a sus miembros- son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ambientes distintos, heterogéneos, y de todos los grupos sociales. Las masas se componen de personas que no se conocen y carecen de tradiciones, reglas de comportamiento, liderazgo y estructura organizativa. El principal supuesto problemático es que los individuos permanecen aislados, anónimos, separados, atomizados. La postura sostenida por dicho modelo se puede sintetizar con la afirmación de que cada miembro del público de masas es personal y directamente ‘atacado’ por el mensaje (Wolf, 1985)

Este supuesto es revisado y refutado por teorías posteriores que reivindican la postura del receptor como un sujeto activo que pone en juego sus matrices culturales al momento de decodificar los mensajes (Hall, 1973), sin embargo la aplicación del algoritmo en las redes sociales, con mensajes cada vez más segmentados y orientados hacia el individuo podría abrir la posibilidad a pensar si no hay un regreso hacia esa concepción del receptor pasivo del que hablaban tanto la Mass Communication Research como la Escuela Crítica.

En lo que respecta a la comunicación política, los medios de comunicación masiva comenzaron a funcionar como “intermediarios” entre lo que sucedía en el mundo y la población, una población que al mismo tiempo pasa a ser pensada en términos de consumo para el mercado y como “voto” que debe ser disputado entre los diferentes sectores políticos. En ese doble juego o disputa por conseguir “adeptos” ya sea en términos de consumo o de elección, los medios van a adquirir un papel de suma importancia ya que son creadores de sentido, son lo que realizan el recorte de la

realidad que vemos en un mundo donde nos es imposible acceder a toda la información y sucesos en primera persona. Dada la imposibilidad de acceder a todo lo que sucede de forma directa, los individuos viven una realidad determinada por lo que los medios nos cuentan sobre ella. De esta forma los medios construyen y presentan al público un pseudoentorno que moldea de forma significativa la manera en que este ve el mundo (Lippmann, 1964), ese pseudoentorno no es otra cosa que una visión recortada de la realidad. Por lo tanto, como ciudadanos nos vemos obligados a recurrir a los medios para conocer lo que pasa en el mundo, para obtener información y comprender ciertos sucesos, pero al mismo tiempo nos exponemos a ser interpelados por aquello que nos quieren mostrar.

Siguiendo este razonamiento, lo que denominamos opinión pública sería una construcción que está condicionada por lo que consume la población a través de los medios de comunicación, cuya influencia variará, o no, según la capacidad de cada persona para discernir sobre lo que escucha o lee, así como de ciertos “factores contingentes” que pueden hacer cuestionar aquello que consumimos. La teoría de la agenda *setting* permite profundizar el análisis sobre este punto, y a su vez, las encuestas realizadas por el grupo de investigación @Agendas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires brindan la base empírica para profundizar sobre el impacto de este fenómeno en el ámbito local.

3-NUEVAS FORMAS DE CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS EN EL FENÓMENO DE LAS *FAKE NEWS*

La creación y difusión de noticias falsas con el objetivo de construir una visión distorsionada de los hechos es algo que existe hace mucho tiempo. Resulta conveniente realizar una historización del término para comprender las consecuencias que la difusión de este tipo de noticias ha tenido en el devenir histórico y que, por lo tanto, también pueden tener en la actualidad. Comprender la importancia del

fenómeno, no solo como una cuestión mediática sino como condición de producción para hechos históricos más relevantes, resulta central en el recorrido propuesto por esta investigación.

La creación y difusión de noticias falsas con el objetivo de desacreditar adversarios políticos generar un escenario de desestabilización existe desde la Antigüedad (Salas Abad, 2019:2), sin embargo, la capacidad de expansión de las noticias falsas ha dependido de los soportes existentes en cada época: papiros o pergaminos en la Antigüedad, libros en el Renacimiento, periódicos desde el siglo XIX, radio y televisión en el siglo pasado (Salas Abad, 2019:3). Cada modificación en el tipo de soporte trajo consigo cambios en el alcance y características de este tipo de noticias. En la actualidad, la consolidación de internet, las redes sociales y la constitución de un mundo globalizado han acelerado el tiempo de difusión haciendo que las distancias no importen.

Como se menciona anteriormente, a lo largo del siglo XX, la radio, la televisión y los diarios de tirada masiva comenzaron a funcionar como “intermediarios” entre lo que sucedía en el mundo y la población, una población que al mismo tiempo pasaba a ser pensada en términos de consumo para el mercado y como “voto” que debe ser disputado entre los diferentes sectores políticos. En ese doble juego o disputa por conseguir “adeptos” ya sea en términos de consumo o de elección, los medios van a adquirir un papel de suma importancia ya que son creadores de sentido, son quienes realizan el recorte de la realidad que vemos en un mundo donde nos es imposible acceder a toda la información y sucesos en primera persona. Dada la imposibilidad de acceder a todo lo que sucede de forma directa, los individuos viven una realidad determinada por lo que los medios le cuentan sobre ella. De esta forma los medios construyen y presentan al público un pseudoentorno que moldea de forma significativa la manera en que este ve el mundo (Lippmann, 1964), ese pseudoentorno no es otra cosa que una visión recortada de la realidad. Así como nos vemos obligados a recurrir a los medios para conocer lo que pasa en el mundo, nos

exponemos a ser interpelados por aquello que nos quieren mostrar.

Si hablamos del siglo XX como la etapa de surgimiento y consolidación de los medios de comunicación masiva, probablemente ya podríamos considerar este nuevo siglo como el momento de consolidación de los medios digitales y la hiperconectividad. La comunicación se vuelve multimodal, interactiva y sin limitaciones espaciales, lo que da como resultado un cambio en las relaciones entre medios y público (Fenoll Tome, 2009).

Como se ha señalado previamente, en los últimos años ha surgido una tendencia que postula que los medios digitales ejercen una influencia más significativa sobre nuestros intereses y opiniones en comparación con los medios tradicionales. Esta percepción se fundamenta especialmente en el constante "bombardeo" de información al que estamos expuestos diariamente, resultado del uso generalizado de internet, plataformas en línea y redes sociales (González, 2019, p. 5). La proliferación de los denominados "nuevos medios" ha transformado la manera en que accedemos a la información, observándose una disminución de la audiencia de los medios tradicionales entre las generaciones más jóvenes, quienes han adoptado las redes sociales como fuentes hegemónicas de información.

Es esencial destacar dos cambios fundamentales que definen este nuevo escenario mediático: el aumento de la oferta de medios y la emergencia de nuevas formas de consumir contenidos. Estas nuevas formas se caracterizan por la interactividad, la instantaneidad y un constante intercambio de roles entre emisor y receptor. A esta dinámica se suma el uso de algoritmos, otorgando a las empresas mediáticas (y a cualquier entidad de consumo masivo) la capacidad de segmentar el contenido ofrecido al público. Los grandes medios disponen de herramientas cada vez más sofisticadas para influir en lo que consumimos, con posibles consecuencias significativas en la percepción de aspectos cruciales para la vida social, como la política y la economía.

No obstante, la consolidación de las redes sociales también ha proporcionado la oportunidad de acceder a discursos y actores sociales que, en otros momentos históricos, no habrían alcanzado tal grado de visibilidad. Además, la segmentación del contenido no solo responde a los intereses de los emisores, sino que también debe dar respuesta a la diversificación de la demanda de un público cada vez más heterogéneo. Esto genera una constante disputa o negociación entre lo que los medios, empresas y personalidades públicas intentan imponer a su audiencia y lo que el público desea consumir.

Una de los aspectos positivos de las nuevas tecnologías de la información es que han favorecido la democratización informativa, ampliando los espacios de debate público, permitiendo a sectores subalternos hacer escuchar sus reclamos y perspectivas; en definitiva, permitiendo a cualquier individuo acceder a toda la información disponible en la web y a su vez crear contenidos que puedan ser viralizados y consumidos por otros. Sin embargo, este proceso comunicativo bidireccional por el cual los ciudadanos se pueden convertir en productores de las noticias se encuentra exento de controles de veracidad, por lo que desaparece el rigor informativo y la verificación de datos, cualidades intrínsecas del periodismo (Gonzalez, 2019, p. 4)

A medida que avanzamos hacia un entorno cada vez más digital, está claro que las mismas tecnologías y plataformas que refuerzan la información legítima proveniente de discursos subalternos que contrastan con lo difundido por medios hegemónicos, también pueden al mismo tiempo permitir la existencia de varias formas de desinformación y actividades de baja calidad potencialmente dañinas (Salas Abad, 2019, p. 5). Actualmente parecería que nos encontramos en un momento histórico donde las redes sociales han diseñado un panorama informativo descentralizado que afecta de forma importante a la producción de información, donde las noticias creadas por periodistas conviven con las producidas por cualquier usuario generando un espacio de superabundancia informativa (Keane, 2013) que unido al anonimato que favorecen las plataformas digitales genera el escenario perfecto para la proliferación

de noticias falsas (Gonzalez, 2019, 4).

MANIPULACIÓN POLÍTICA, DESAFÍOS PARA EL PERIODISMO E INFLUENCIA EN LA AGENDA PÚBLICA: APORTES DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL ANÁLISIS DE LAS *FAKE NEWS*

Las noticias falsas han sido utilizadas como herramientas de manipulación política, promoción de intereses económicos y para generar confusión y discordia. A pesar que su impacto es muchas veces minimizado, o incluso naturalizado por una población que convive con este fenómeno a diario, el impacto político que han tenido en los últimos años demuestra que es un tema central, especialmente en contextos electorales. Muchos espacios políticos muestran una tendencia hacia la deslegitimación del contrincante en vez de apostar por una propuesta propia, generando un consenso no desde su identidad sino desde un antagonismo hacia otro, lo cual provoca situaciones de confrontación e incluso discriminación dentro de la propia sociedad. Esto lo confirma el hecho de que muchos de los estudios sobre los efectos de las redes sociales en el devenir de la democracia se han centrado en sus efectos negativos, principalmente la desinformación, la propagación del extremismo y los discursos de odio (Mitchelstein, 2020, p. 5)

Se puede considerar entonces que la circulación de noticias falsas en el ámbito político tendría por objetivo la manipulación de la población en función de los intereses de un sector político y/o económico, propiciando la polarización de la sociedad. Ante esto resulta indispensable preguntarse qué sectores son los que tienen mayor capacidad de propagar sus noticias a través de medios con mayor difusión, o por qué medios reconocidos habilitan la circulación de este tipo de noticias, ¿es sólo falta de tiempo para chequear la información o existen intereses económicos y políticos detrás de esto? Además resulta importante comprender de qué forma se instalan en el inconsciente colectivo ¿es consecuencia de la viralización y réplica en diferentes medios o es

necesario que exista una tendencia previa de parte de las personas a pensar ciertas cosas que luego las noticias confirman?

Los aportes de la Mass Communication Research resultan provechosos para comprender por qué este tipo de noticias son aceptadas por la población, sobre todo aquellos realizados en el marco de la psicología experimental cuyos estudios se centran en el análisis de la eficacia óptima de la persuasión por sobre la lógica mecanicista propuesta por la teoría de la aguja hipodérmica (Wolf, 1985, p. 36). Estos estudios, plantean que existe una exposición selectiva a los mensajes por parte de la audiencia, que tiende a exponerse a la información más afín a sus actitudes y a evitar los mensajes que les resultan discordantes (Wolf, 1985, p. 41). Por lo tanto, para que una noticia sea aceptada como verdad (lo sea o no) tiene que encajar en los marcos de la gente. Si los hechos no encajan en un determinado marco, el marco se mantiene y los hechos rebotan (del Valle, 2018, p. 45). Esto representa un problema en la actualidad, dado que se tiende a exacerbar posturas en vez de generar espacios de diálogo y construcción.

En lo que respecta a la labor periodística la cuestión tampoco resulta sencilla de tratar. A la inmediatez y velocidad de réplica que poseen las redes sociales y plataformas al momento de reproducir la información, se suman los medios de comunicación tradicionales, los actores públicos, y los prosumidores que pueden incluso generar nuevos discursos a partir de esa noticia falsa. A esto hay que agregar que los menores ingresos publicitarios, los recortes en las redacciones de los periódicos, la precarización laboral y la desaparición de las unidades de investigación han provocado que muchos periodistas se vean obligados a confiar -o por lo menos reproducir- los contenidos que surgen en los nuevos medios como fuentes de noticias (González, 2019, p. 7). La presión que ejercen los medios tradicionales por la publicación constante de noticias (en muchos casos para poder competir con la inmediatez de las redes) favorece a la proliferación de noticias falsas que no llegan a ser chequeadas, pero ahora bajo la legitimidad que suele atribuir la firma de medios reconocidos. Estas cuestiones han

influido seriamente en la calidad y la naturaleza de los contenidos de las noticias, aún sin que exista una verdadera intención de manipulación por parte de quienes comparten o amplifican la información. Esto no quita, sin embargo, la posibilidad de que exista intención de parte de quienes producen el contenido.

En este punto resulta útil recuperar ciertos postulados de la Teoría Crítica, que plantean como los medios pueden operar como instrumentos de dominación y manipulación ideológica, contribuyendo así a la reproducción de un orden social que responde a los intereses de los sectores dominantes (Horkheimer y Adorno, 1944). De manera similar, las *fake news* pueden manipular la opinión pública al presentar información falsa o distorsionada y en el caso de aquellas que responden a temas políticos, promover una mirada sobre la realidad que responde a los intereses de sus creadores. Muchos interrogantes se abren en este punto: ¿qué sectores políticos y económicos tienen mayor influencia sobre los medios para hacer circular noticias falsas? ¿por qué no existe un control sobre ellas? ¿Pueden ser una herramienta funcional a los sectores dominantes para deslegitimar partidos emergentes o movimientos sociales? Si bien no se puede desestimar la capacidad de la población al decodificar estos mensajes poniendo en juego conocimientos, creencias y las condiciones de existencia que los atraviesan, no se puede desestimar el poder y la omnipresencia que tienen las *fake news* en la actualidad. Conocer el origen de estas noticias, así como los intereses políticos y económicos intrínsecos a ellas, resulta crucial en el camino para desentrañar las implicancias de este fenómeno sobre el devenir político de un país.

Por su parte, gracias a Internet y las redes sociales la difusión de noticias falsas cobra una dimensión nueva en la que entran en juego factores como la “velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro” (Alonso y Orta, 2015 en Gonzalez, 2019, p. 3). Además de las dificultades que plantean estas características al momento de detectar la falsedad de la información y frenar su propagación, la percepción inicial que puede tener la población frente a una

fake news muchas veces no logra ser contrarrestado ante la corroboración de falsedad de la noticia, dado que el impacto inicial sumado a la velocidad con la que circulan y se amplifican este tipo de noticias generan una determinada imagen difícil de contrarrestar posteriormente.

Volviendo a los aportes que las teorías de la comunicación nos pueden brindar para el análisis de este fenómeno, cabe destacar que dentro del estudio de los efectos de la comunicación podemos encontrar un punto de quiebre que permite demostrar empíricamente la existencia de cierta influencia de los medios de comunicación sobre el público: el surgimiento de la teoría de la Agenda Setting. El estudio realizado por McCombs y Shaw en 1968 permitió confirmar que si bien los medios no son capaces de determinar qué hay que pensar sobre ciertas temáticas sí establecen sobre qué temas hacerlo (McCombs y Shaw, 1972). Esta teoría sostiene que los medios de comunicación tienen un poder importante en la selección y jerarquización de los temas que son relevantes para el público. En el caso de las *fake news*, la teoría de la agenda *setting* podría resultar relevante, ya que las noticias falsas también pueden ser utilizadas como herramienta para influir en la agenda de los medios de comunicación y, por lo tanto, en la percepción pública sobre determinados temas.

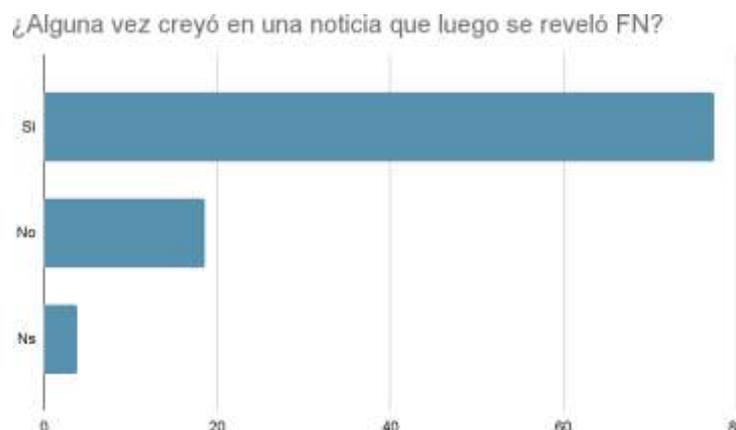
Los medios, al contribuir en la propagación de noticias falsas, permitirían a su vez, que los investigadores puedan corroborar la viralización e influencia en la agenda pública si estas noticias se vuelven relevantes en la jerarquización. Por ejemplo, si un grupo o individuo desea que una determinada cuestión sea considerada relevante por la sociedad, puede utilizar *fake news* para crear una narrativa que se difunda ampliamente y se posicione en los medios como un tema de importancia.

El desafío que se presenta en el escenario actual, es que la viralización de las *fake news* no suele darse por los medios tradicionales, y mucho menos por los diarios, sino por las redes sociales. La metodología propuesta por la teoría de la *agenda setting* es posible de aplicar -sin grandes modificaciones- a los diarios digitales, pero no muestra

la misma adecuación en el caso de las redes sociales. Las audiencias parecen estar desarrollando sus propios mapas desentido que no responden a la fijación de agenda establecida por los medios (Cabrera, 2021, p. 394)

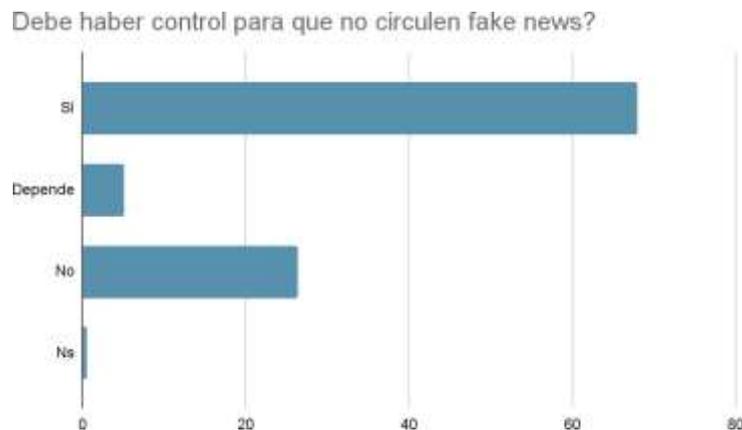
Por las características propias de las redes sociales, no es posible aún aplicar esta teoría bajo sus estándares originales para reconstruir la “agenda” de las redes sociales. Sin embargo, sí pueden obtenerse resultados sobre variables que podrían ir modificándose como consecuencia de la difusión de *fake news*: la confianza o desconfianza que tiene el público tanto en los medios como en las redes sociales, en periodistas, la exigencia de fuentes, etc.

En la encuesta realizada por el grupo de investigación @Agendas durante el mes de octubre de 2023 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se pudo observar que ante la pregunta sobre la relevancia que posee la circulación de noticias falsas en la sociedad, más de la mitad de los encuestados respondieron que les resulta de gran importancia. Por su parte, el número es aún mayor ante la pregunta sobre el consumo de *fake news*, donde el 77,4% respondió que alguna vez creyó como verdadera una noticia que luego se confirmó como falsa, un número muy elevado teniendo en cuenta que del 18,6% que respondió de forma negativa puede existir una parte de los encuestados que consumieran noticias falsas sin enterarse luego de que lo eran.



Nota: total entrevistados (663)
Fuente: Grupo de Investigación
@Agendas

Por su parte, el 68% de los encuestados consideran importante que exista un control sobre la circulación de noticias falsas. Esto confirma que la circulación de este tipo de noticias es un fenómeno muy presente en el ecosistema mediático actual, que la población es consciente de su existencia, pero aún no existe un mecanismo para prevenirlo más que confiar en la voluntad del público en chequear la información que lee.



Nota: total entrevistados (663)
Fuente: Grupo de Investigación
@Agendas

FAKE NEWS Y POLÍTICA: UN DESAFÍO PARA LA DEMOCRACIA

Para analizar el impacto de las *fake news* en el escenario político es necesario delimitar su marco de aplicación, retomando el eje sobre el que gira esta investigación y con el objetivo de comprender su implicancia en el devenir democrático.

Cada partido político construye una imagen sobre sí mismo que resalta ciertas características y se posiciona en oposición a otras, interpelando a sus posibles votantes y abriendo la posibilidad de acercarse a aquellos que no tienen una posición ideológica definida, cuyo voto varía según el escenario. Esta imagen no se construye sólo desde el lugar de la producción, sino a través de la negociación con otros sectores que producen discursos contrapuestos, estableciendo un lugar antagónico sobre el que posicionarse. Se puede considerar que existen dos formas “puras” de construir este lugar: por un lado, construyendo una imagen propia que destaque cierta visión política y atributos positivos, que indefectiblemente se opondrá a otras propuestas que posean una base ideológica diferente, en este caso la oposición se establece “naturalmente” y el consenso con un partido u otro se basa con las convicciones de la población. Como casos paradigmáticos se puede considerar a las noticias difundidas durante escenarios bélicos, por ejemplo durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, cuando los gobiernos y las partes en conflicto utilizaron activamente la propaganda para influir en la opinión pública y manipular la información para apoyar sus objetivos de guerra.

El hito que visibilizó la implicancia de las *fake news* en la política y el sistema democrático fue la elección presidencial de Estados Unidos en el año 2016. Durante la carrera electoral entre Donald Trump y Hillary Clinton, las noticias con información falsa y malintencionada distribuida masivamente por Internet se convirtió en una normalidad y, lo que es más grave, en un “arma muy potente de propaganda” (Journell, 2017 en González, 2019, p. 4). Poner en relación a las *fake news* con el concepto de propaganda no es un detalle menor. En el año 1933 Joseph Goebbels asume como ministro del Ministerio Imperial para la Ilustración Popular y Propaganda del Tercer Reich. Una parte fundamental de la ideología nazi consistió en definir al enemigo y a quienes representaban una amenaza para la denominada raza “aria”. Mediante la monopolización del aparato mediático estatal, Goebbels prohibió todas las publicaciones y medios de comunicación fuera de su control y desarrolló una serie de consignas para ser transmitidas mediante un poder centralizado de los medios masivos.

La propaganda nazi fue esencial para promover el mito de la “comunidad nacional” e identificar a quienes deberían ser excluidos mediante un discurso biologicista y plagado de información falsa que se difundía desde el propio Estado. Esta narrativa adoptada por el gobierno alemán incitó al odio y a la indiferencia, hasta el punto de lograr que gran parte de la población encontraría tolerable y justificado el accionar violento hacia los judíos, gitanos y minorías excluidas.

Con el objetivo de realizar algunos acercamientos preliminares y abrir interrogantes que permitan cuestionar la influencia de las *fakes news* en la política, se retomará el caso de las elecciones presidenciales de Estados Unidos, por ser un caso paradigmático de la difusión de *fake news* como estrategia política en el nuevo ecosistema de medios y por contar con información estadística que permite medir algunas de las variables que entran en juego en estos casos.

El debate público está marcado por la propagación de información falsa, manipulada o sesgada. En las campañas electorales se ve claramente esta tendencia: la polarización se exagera y lo único que pasa a importar es derrotar a las personas que compiten en la contienda. En este contexto, cuando los ciudadanos están enfocados en utilizar la información pública disponible durante el proceso de toma de decisión con respecto a su voto, es que se puede observar la relevancia de las *fakes news* en la política (Mitchelstein, 2020, p. 5)

Durante la campaña presidencial en Estados Unidos, se dio una situación en la que tanto medios tradicionales como redes sociales y plataformas inundaron la conversación pública con contenido nunca antes visto. El votante podía así conocer cualquier cosa sobre ellos, sin filtro alguno y algunos especialistas plantean que fue ahí donde se torció el asunto. El torrente de información no era limpio, había información falsa o sesgada y mucho de lo que ahí circulaba no había sido verificado (Illades, 2018, p. 15)

En este caso, instituciones políticas como el Congreso de EE.UU. y los servicios de

inteligencia -ya fuera por proteger la democracia o por intereses propios- no lograron hacer nada para evitar la difusión de *fake news* en las elecciones de 2016 (Salas Abad, 2019, p. 12) Un estudio de BuzzFeed resaltaba que en los últimos meses de campaña electoral de EE.UU. de 2016, las noticias falsas lograron tener más impacto que las publicadas por los principales medios de comunicación, alcanzando los nueve millones de visitas, un millón y medio por encima de las verdaderas (Silverman, 2016 en Salas Abad, 2019, p. 12). Y en directa relación con los resultados de la elección, se detectó que las noticias falsas a favor de Hillary Clinton se compartieron 7 millones de veces mientras que las que eran a favor de Trump unos 30 millones de veces (Alcott, Gentzkow, 2017: 223 en Salas Abad, 2019, p. 12). Noticias como el apoyo del papa Francisco a Donald Trump, el abuso sexual por parte de Bill Clinton a una niña de 13 años, o que Hillary Clinton había vendido armas al Estado Islámico y o que había mandado asesinar a un agente del FBI que la investigaba parecen noticias difíciles de creer, sin embargo, tuvieron una gran amplificación y sirvieron, sobre todo, para reforzar a los propios votantes de Trump (Rodríguez-Andrés, 2018, p. 16)

En lo que respecta a la situación de la Argentina, resulta relevante mencionar la “implementación de tácticas maliciosas como la difusión de noticias falsas y robots pre-programados en las redes sociales durante la campaña electoral de 2015” (Bolgov and colleagues, 2017 en Mitchelstein, 2020, p. 6). El escenario en que se produce esto replica las tres causas mencionadas: un momento de inestabilidad política producto de la polarización de la sociedad o de la denominada “grieta”; el surgimiento de sectores con discursos cargados de odio y prejuicios que se puede observar a través del empleo de calificativos como “choriplaneros”, “ñoquis” y la velocidad con que circularon estos discursos por las ya consolidadas redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram). Aunque es probable que las *fakenews* no hayan sido tan determinantes como lo fueron en el caso de Estados Unidos, si ayudaron a la consolidación de ciertos discursos que se continuaron replicando durante los años posteriores. Es importante destacar que el uso de *fake news* en campañas políticas es altamente perjudicial para la democracia y

socava el debate público informado. La aparición de organizaciones que se ocupan de chequear la información y denunciar aquella que es falsa demuestra la importancia del asunto.

Tiene sentido retomar en esta instancia tres causas importantes para que las *Fake news* tuvieran este efecto en las elecciones estadounidenses: la preexistencia de ciertos criterios que son confirmados por la información falsa, un contexto de inestabilidad política/económica y la velocidad con la que se proliferan las noticias falsas por encima de las verdaderas.

En lo que respecta al reforzamiento de pensamientos preexistentes, diversas investigaciones han destacado la propagación del extremismo y el discurso de odio, como elementos que refuerzan tendencias sociales preexistentes (Alava *et al.*, 2017; García Santamaría, 2018; UNESCO, 2018). Un informe de la UNESCO estableció que “Internet y las redes sociales pueden actuar como refuerzo porque los jóvenes extremistas pueden buscar y encontrar activamente material en las redes sociales para alimentar sus intereses” (Alava *et al.*, 2017, en Milchestein, 2020, p. 6) Si se observa en el caso analizado, los ejemplos nombrados con anterioridad estaban relacionados con cuestiones que desencadenan posturas extremistas: la religión, el terrorismo, etc. Los escenarios políticos y sociales que dan lugar a noticias falsas que tienen por objetivo deslegitimar a un otro tienden a estar caracterizados por la inestabilidad o crisis institucional. Frente a escenarios de crisis, enojo y descreimiento en la política o el sistema democrático, es más probable que haya lugar para la difusión de discursos que incitan el odio y amplían la polarización de la sociedad.

En lo que respecta a los aportes de la comunicación para estos sucesos históricos, la variable constante en todos los casos parecería ser la producción de discursos de odio por parte de los gobiernos, así como la construcción de un enemigo que debe ser eliminado y que legitima toda acción ilegal contra un sector de la información. Parecería también, que siempre están presentes las noticias falsas o tendenciosas como herramienta para construir una imagen negativa del otro y generar consenso dentro de

la población. Las *fake news* se asocian a la desinformación, pero también podrían funcionar como una herramienta para generar consenso en la sociedad. El peligro es que se parte de una información falsa y dicha falsedad puede tener intenciones e intereses políticos intrínsecos y que su difusión, cada vez más acelerada por las características de los nuevos medios, no responde a ningún tipo de regulación.

En esta instancia es donde se corre el riesgo de que el daño sea inconmensurablemente mayor que la simple circulación de una información falsa, sobre todo cuando se trata de inclinar el voto del país más poderoso del planeta o cuando una mentira puede expandirse planetariamente en cuestión de minutos y provocar hasta guerras (Salas Abad, 2019, p. 15)

4-REFLEXIONES FINALES

La hipótesis central de esta investigación planteaba que la circulación de noticias falsas en el ámbito político tendría por objetivo la manipulación de la población en función de los intereses de un sector político y/o económico, propiciando la circulación de discursos de odio y la polarización de la sociedad.

Si bien es precipitado afirmar que las *fake news* tienen un efecto determinado en la sociedad y que la población carece de la capacidad para discernir entre información falsa y veraz, tampoco podemos subestimar su impacto. Pensar nuevos marcos de análisis para comprender su peso nivel político y social, puede ayudar a desentrañar un fenómeno que se muestra complejo y difícil de abarcar. Desde esta investigación se proponen algunas líneas de análisis que retoman propuestas de teorías clásicas de la comunicación para profundizar sobre el análisis de las *fake news* y se intenta demostrar que su influencia está también condicionada por ciertos factores contextuales: parecería ser que es en las situaciones de inestabilidad política cuando las *fake news* se vuelven más permeables y la población se muestra más inclinada a creer en estos mensajes.

Si bien no se demuestra que las *fake news* sean la causa principal de la creciente polarización dentro de la sociedad si se puede observar que han ayudado a consolidarla. La difusión de *fake news* como estrategia política para generar consenso a través de la construcción de un “enemigo” externo o con el propósito de influir en la opinión pública y promover agendas políticas o sociales específicas representan una amenaza significativa para el sistema democrático en múltiples aspectos. Estas noticias falsas alimentan prejuicios, siembran discordia y fomentan divisiones en la sociedad, las consecuencias nefastas de estas situaciones continúan muy presentes históricamente. Politizar el fenómeno, estar alertas ante la manipulación de la información, fortalecer la educación en medios y prestar la atención que requiere antes de que signifique un verdadero peligro para el funcionamiento del sistema democrático resultará clave en los años futuros.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera, D. (2021) *La teoría de la agenda setting en jaque. Los porteños y los medios de comunicación*. Buenos Aires: Prometeo.
- Calvo, E y Aruguete, N (2020) *Fake News, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. CABA: Siglo XXI editores.
- González, M. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 29-52.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa I: racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1944) *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Suramericana.
- Hovland, C; Janis, I; Kelley, H. (1966). *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University Press..
- Illades, E. (2018). *Fake News, la nueva realidad*. **Buenos Aires: Grijalbo.**

Marcuse, H. (1994). *El Hombre Unidimensional*. Barcelona: Ariel.

Mitchelstein, E.; Matassi, M.; Boczkowski, P (2020). *Minimal Effects, Maximum Panic: Social Media and Democracy in Latin America*. Social Media + Society.

Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia, en *Historia y comunicación social*, pp. 411-431.

Rodríguez-Andrés, R. (2018). Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales?. *Palabra Clave*, 21, pp. 831-859.

del Valle, C (2018) La comunicación (y la) política: la propaganda, sus técnicas y el nacimiento del régimen de la noticia-mentira en *Comunicación para la resistencia. Conceptos, tensiones y estrategias en el campo político de los medios*. pp. 87-99. Buenos Aires: CLACSO

Wolf, M (1987) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.