

**EL PAPEL DE LAS FAKE NEWS Y TWITTER EN LA CAMPAÑA
PRESIDENCIAL DE DONALD TRUMP EN 2016**

Juana Mercedes Vasquez Florez

**Tutor:
Mauricio Guerrero Caicedo**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
CIENCIA POLÍTICA ÉNFASIS EN RELACIONES INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2022**

Tabla de contenido

Resumen	3
1. Introducción.....	4
2. Justificación	6
3. Planteamiento del problema	8
4. Objetivos.....	10
a. Objetivo general	10
b. Objetivos específicos	10
5. Apuesta teórica	11
a. Comunicación política: el inicio de un todo.....	11
b. Opinión pública: La convergencia de una sociedad	11
c. Fake News: La punta del iceberg	12
d. Posverdad: definición y contexto	13
6. Apuesta metodológica	16
7. La estructura del discurso en redes sociales	18
a. Donald Trump: El empresario que se volvió presidente	18
b. La nueva era del discurso político a través de las redes sociales	20
8. Mentiras y ataques, la estrategia de Donald Trump	26
a. Hillary Clinton: El blanco de todos los ataques	27
b. Barack Obama: Un presidente sin poder	32
c. Medios de comunicación: El fin de una alianza	34
d. Fake news: Las mentiras presidenciales.....	36
i. Estados Unidos: Un país en detrimento.....	36
ii. Ataques y contraataques	38
iii. México: Un país de ladrones	39
iv. La verdadera terrorista.....	40
9. Implicaciones políticas de las Fake News	42
El caso Trump 2016.....	43
10. Conclusiones.....	46
11. Referencias bibliográficas	49

Resumen

El objetivo de esta investigación fue comprender el papel de Twitter y las *fake news* durante la campaña presidencial de Donald Trump en 2016. En este proyecto encontrarán una serie de tweets que Trump realizó en los últimos seis meses de campaña acompañados de sátira, ataques, difamaciones y, sobre todo, *fake news* que afectaron el proceso democrático en Estados Unidos, evidenciando las problemáticas que pueden surgir de la desinformación.

Palabras Claves: *Fake news*, Posverdad, Donald Trump, Desinformación, Democracia

Abstract

The objective of this research was to understand the role of Twitter and *fake news* during Donald Trump's presidential campaign in 2016. In this project you will find a series of tweets that Trump made in the last six months of the campaign accompanied by satire, attacks, defamation and, above all, *fake news* that affected the democratic process in the United States, highlighting the problems that can arise from misinformation.

Keywords: *Fake news*, Post-truth, Donald Trump, Disinformation, Democracy, Democracy.

1. Introducción

Las *fake news*¹ son un fenómeno que ha rodeado todos los ámbitos de nuestras vidas y la política no es la excepción. Se ha evidenciado que varios políticos alrededor del mundo han hecho uso de estas para lograr un cierto cargo o ejecutar un proyecto, lo cual ha traído diversas problemáticas para las diferentes sociedades que han sufrido esta práctica desinformativa y han dado su voto de confianza hacia los distintos proyectos o personas que se han beneficiado de estas (Estupiñán, Leon, & Peña, 2020).

Por esta razón nació la siguiente investigación, en la cual se hizo un análisis sobre la campaña política de Donald Trump en 2016. En este periodo se divisó un uso desmedido de las *fake news* que trajo consigo connotaciones negativas para la democracia y la comunicación política.

Este periodo presentó un desafío para el electorado y la prensa, debido a que la estrategia de campaña de Donald Trump se basó en el uso constante de las *fake news*. Esto se evidenció en sus redes sociales, canales en los que se encargó de demeritar a su oponente Hillary Clinton, desacreditar el trabajo del expresidente Barack Obama y acusar cualquier noticia que se opusiera a su candidatura.

Por ende, en el momento de las elecciones, la ciudadanía no tenía certeza de lo que era real o no, lo cual generó en la sociedad estadounidense una serie de miedos y acciones que debilitaron la política dentro y fuera de los Estados Unidos, debido a la incertidumbre de lo que pasaría.

En conclusión, esta investigación analiza lo sucedido en este periodo y busca comprender cómo el uso de una red social como Twitter dentro de una campaña presidencial como lo fue la de Donald Trump en el año 2016, logra hacer tambalear la democracia de un país, debido al uso desmedido de *fake news* para demeritar a sus contrincantes e instrucciones enteras para ganar la presidencia, en este caso particular.

¹ Noticias falsas por su traducción en inglés

2. Justificación

Este proyecto inicia con la necesidad de comprender las problemáticas del uso de las *fake news* dentro de las campañas políticas. Por esta razón, esta investigación se ubica en el área de la Ciencia Política, por su orientación a tratar las problemáticas políticas y comunicativas que pueden traer el uso de campañas demagógicas y cómo pueden desequilibrar un sistema político.

En el contexto de la posverdad y las *fake news* se han hecho diversas investigaciones, muchas de ellas centrándose en el año 2016, periodo en el que estos términos hicieron furor dado el constante uso por parte de Donald Trump. Debido a esto, después de las elecciones se ha demostrado que “un 69% de votantes de Trump creen que los medios de comunicación son un enemigo del pueblo estadounidense” (Álvarez, 2018, pág. 125).

Por esta razón, los/as politólogos/as deben estudiar estas temáticas para comprender las diferentes estrategias que surgen durante las campañas, pues en el transcurso de estas los candidatos exponen la forma de gobierno que llevarán a cabo en su mandato de ser elegidos, generan alianzas, atacan a sus contrincantes y, en algunos casos, hacen uso de prácticas desinformativas como las *fake news* que traen serios problemas a corto, mediano y largo plazo, tanto para el país como para el sistema político.

Por otro lado, este proyecto tiene alta relevancia para la sociedad porque le permitirá evidenciar cómo la difusión de información falsa o manipulada puede favorecer a una parte de la población y traer consecuencias sobre el funcionamiento del país, que directa o indirectamente afecta a todos/as.

Para ejemplificar esto, se ha demostrado que “el 50% y el 60% de los europeos y norteamericanos ya no se fían de aquellas instituciones tradicionalmente creadas para determinar qué es verdad y qué no: los gobiernos, los medios de comunicación, la justicia y la ciencia” (Álvarez, 2018, pág. 124). Asimismo, Valero y Oliveira (2018) certifican que en la campaña de Trump hubo un total de 115 noticias falsas para favorecerlo y fueron

difundidas a través de Facebook 30 millones de veces. Esto supone un problema social, dado que se percibe que los dirigentes de un país están desinformando a sus gobernados. Los ciudadanos no tienen en sus manos la capacidad de reconocer la falsificación de la información y las sociedades han perdido la confianza en los medios tradicionales, adquiriendo otros medios de información como las redes sociales, las cuales permiten un acceso más rápido y constante.

3. Planteamiento del problema

La posverdad es un concepto bastante controversial, dado que este se entiende como “la distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (Rubio, 2018, pág. 198). Son numerosas las fuentes de información, debido a que hoy en día hay múltiples medios de comunicación gratuitos que permiten la difusión masiva de información que por lo general carece de veracidad y corroboración por parte del emisor.

Las *fake news* son “una información falsa, a menudo sensacionalista, difundida bajo el disfraz de la información de noticias” (Salas, 2019, pág. 413), y son empleadas por muchos actores para favorecerse en cuestiones políticas, económicas o culturales. Su mayor característica es que son impactantes y constantemente apelan a las emociones de quienes las leen, para hacerlas ver creíbles. Estas noticias falsas tienen su origen en 1835 cuando John Herschel, un astrónomo inglés, implanta la idea de que existían habitantes en la Luna, generando pánico alrededor del mundo por el desconocimiento de lo que podría pasar y demostrando así que una información falsa distribuida por una fuente “confiable” puede manipular los sentimientos y el actuar de diferentes grupos de personas.

Son peligrosas las connotaciones que se derivan del fenómeno de las *fake news* y su relación con la democracia, pues según Dahl (2004) la democracia es el gobierno del pueblo, es ella quien maneja lo que pasa dentro de su Estado y quiénes serán sus gobernantes. Por esta razón, al manipular a la ciudadanía con prácticas desinformativas por distintos medios de comunicación, se genera un cambio en la realidad convirtiéndola en una posverdad, que puede traer serias consecuencias alrededor del sistema político y la sociedad.

Tres sucesos significativos que han estado utilizando recursos como las *fake news* para manipular a la sociedad son El Brexit, en Reino Unido; las elecciones presidenciales del año 2016 en Estados Unidos, y el plebiscito realizado en Colombia para los acuerdos de paz en el mismo año. Estos tres escenarios se favorecieron de la creación de narrativas falsas para beneficiar a cada uno de los actores que estaban en contienda, mediante el uso estratégico del

pánico colectivo que generó un cambio dentro de los países donde se estaban efectuando estas elecciones.

Por esta razón, lo que se quiere evidenciar con este proyecto es lo siguiente: ¿Cuál fue el papel de Twitter y las *fake news* en la campaña presidencial de Donald Trump en 2016? Se parte de la hipótesis de que la afecta negativamente, debido a que al manipular a la sociedad se desestabiliza la democracia ya que esta pone la ciudadanía por delante y está siendo manipulada, generando que la verdadera información quede en manos de unos pocos.

Por lo tanto, se pretende explorar los diferentes recursos que se utilizan para la manipulación de las masas a través de las *fake news* y cómo alteran sistémicamente a la democracia, puesto que este es el sistema político que involucra a la población de manera directa, dándole el poder de decisión sobre quiénes serán sus gobernantes. Estos distintos recursos y efectos se podrán observar dentro del caso de estudio -la campaña presidencial de 2016 de Donald Trump- y a partir de esto, se analizarán una serie de tweets y discursos de Trump, en los cuales se puede contemplar el uso de *fake news* para desestabilizar a su oponente y generar apoyo a su campaña para convertirse en el nuevo mandatario de los Estados Unidos.

4. Objetivos

a. Objetivo general

Comprender el papel de Twitter y las *fake news* en la campaña presidencial de Donald Trump en 2016.

b. Objetivos específicos

- Identificar la figura política de Donald Trump y su discurso expresado en Twitter.
- Analizar las temáticas presentes (posverdad y desinformación) en los tweets posteados por Donald Trump durante la campaña presidencial de 2016.
- Identificar estrategias comunicativas en la cuenta de Twitter de Donald Trump durante la campaña presidencial de 2016.

5. Apuesta teórica

a. Comunicación política: el inicio de un todo

Para entender el concepto de comunicación política primero se tiene que evaluar su origen. En primera instancia, la comunicación es entendida como “un proceso activo que permite a las personas, a través de referentes comunes, hacer construcciones colectivas para el desarrollo de la sociedad” (Restrepo, 2019, pág. 3). En segunda instancia, la política es entendida como una “actividad que consiste, esencialmente, en la toma de decisiones que incluyen proyectos, planes y programas de acción” (Restrepo, 2019, pág. 4).

Por ende, cuando se unen estos dos conceptos se obtiene lo que se conoce como la comunicación política, entendida como “la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de la política, para la generación de percepciones en el comportamiento político” (Fernández, 2018, pág. 11), la cual se basa en un proceso de comunicación persuasiva donde los políticos utilizan una serie de estrategias para llegar al corazón de los votantes. Esta puede entenderse también según Ribero & Pedreros (2018) como un modelo donde el emisor es un sujeto específico, iniciado en técnicas que le permiten convertirse en influyente dentro de ciertos sectores de la sociedad, gracias a la capacidad de construir cierto tipo de mensaje que logran captar la atención de los electores por medio de historias que, por más complejas que sean, tienen que verse simples ante sus ojos, ser inesperadas, concretas, creíbles y todo debe encajar para así convencer a quien lo lee o lo escucha.

b. Opinión pública: La convergencia de una sociedad

Dentro del marco de la comunicación política se encuentran varias ramificaciones que constituyen un todo, siendo una de las más importantes la opinión pública, puesto que surge desde el corazón de los electores y hace el enlace directo con los gobernantes. La opinión pública tiene origen en el periodo de la ilustración, pero no es reconocida como tal sino hasta años después.

En primer lugar, se tiene que entender lo que vendría siendo una opinión, la cual según Morales, Rodríguez, Reyes & O'quinn (2011) citando a Young (1995) se reconoce como una creencia de temas controvertidos o relacionado con la interpretación valorativa o el significado moral de ciertos hechos; en otras palabras, es una convicción que se relaciona estrechamente con el sentimiento.

Por otro lado, lo público con anterioridad se asemejaba solo a un espacio físico compartido por varios integrantes de una sociedad, cuestión que cambió con los años e incluyó el término público a “cuestiones de interés general y, específicamente, a asuntos relacionados con la administración y el Estado” (Morales, Rodríguez, Reyes & O'quinn, 2011, pág. 186), haciendo que los individuos se unieran para velar por su bienestar común.

A partir de esto nace la opinión pública, que es el “resultado de opiniones individuales sobre temas o asuntos de interés común y que se origina, primero, en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales, y después, en procesos colectivos en diversos grados” (Morales, Rodríguez, Reyes & O'quinn, 2011, pág. 193), haciendo sociedades más involucradas en sus procesos políticos.

En consecuencia, para los políticos la opinión política sea convertido en un tema de relevancia dentro de sus agendas y esto ha generado la creación de estrategias para que la sociedad reconozca a los diferentes gobernantes o aspirantes, pues de esta opinión depende directamente qué tanta acogida va a tener un proyecto, plan o candidato político dentro de la sociedad. Por esta razón, existen diferentes estrategias para distorsionar la opinión pública con el fin de cambiar las decisiones de una sociedad.

c. Fake News: La punta del iceberg

Las *fake news* son “una información falsa, a menudo sensacionalista, difundida bajo el disfraz de la información de noticias” (Salas, 2019, pág. 413). Se aprovechan de su credibilidad para generar una conmoción dentro de la sociedad, favoreciendo al emisor de esta práctica desinformativa. Las *fake news* se dividen, según Corzo, Juárez, Adame & Palacios (2019) en tres subgrupos: (i) la mal información caracterizada por basarse en la realidad para hacer

daño, (ii) la desinformación basada en mentiras para hacer daño y (iii) la mis-información entendida como una información errónea emitida accidentalmente.

Las *fake news* pueden utilizarse en múltiples áreas de la esfera social, debido a que para la audiencia es difícil detectar las mentiras. Como lo menciona Ayala (2017) citando a Kahneman (2015), los seres humanos tienen una tendencia a apartarse de los datos o hechos que obligan al cerebro a trabajar más fuerte, evitando investigar la veracidad de la información.

En las *fake news*, según Álvarez (2018), se pueden encontrar siete tipos de contenido problemático: la sátira o parodia, la falsa conexión, contenido engañoso, falso contexto, contenido impostor, contenido manipulado y contenido fabricado. La creación de este tipo de contenido, como se mencionaba anteriormente, acarrea una serie de problemáticas, pero una de las más evidentes es cuando esta se vuelve una “verdad” universal, llevando a las sociedades a generar una serie de acciones basadas en una información falsa y tergiversando su realidad.

d. Posverdad: definición y contexto

La posverdad es un término implementado por Steven Tesich en 1992, que se refiere a “la distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (Rubio, 2018, pág. 48).

Estas distorsiones de la realidad se pueden ejercer hoy en día desde las redes sociales sin necesidad de implementar propagandas ni medios de comunicación tradicionales, lo que facilita el tránsito de las noticias, puesto que estas permiten una difusión masiva y gratuita del contenido sin ningún tipo de restricción o revisión del mismo, con lo que llega a millones de usuarios de todo internet que se dejan llevar por titulares sensacionalistas con un contenido emocionante que en la mayoría de veces les da el placer de tener la razón o de luchar contra algo o alguien. Así se genera la noticia a través de las creencias y vivencias de cada individuo, determinándose como creíble o no (Álvarez, 2018).

De este modo, estos sucesos ocurren a partir de la falta de confianza de las personas en los medios tradicionales, generando que otros se aprovechen de esta coyuntura para la distribución de información que los favorezca. Uno de los casos más sonados y que ejemplifica lo anteriormente dicho es la campaña presidencial de Donald Trump en el año 2016. Como lo menciona Fernández (2018), se ha evidenciado que Trump no era un candidato idóneo para llegar a la presidencia, debido a su poca experiencia en el área política y sus múltiples escándalos que lo tachaban de xenófobo, machista y clasista.

Dichas acusaciones no le impidieron ser presidente de los Estados Unidos, dado que Trump tenía diversas estrategias que le permitían, como lo menciona Rodríguez (2017), ahorrarse USD 1898 millones en publicidad televisiva gracias a la difusión masiva de su vida, comentarios polémicos y ataques a sus contrincantes, que hacían que este estuviera presente constantemente en el ojo de la audiencia televisiva y de redes sociales, logrando así crecer en adeptos durante el proceso electoral.

Dichos comentarios y ataques se basaban en, como lo menciona Rodríguez (2017), tachar a los medios de comunicación de mentirosos y manipuladores, demeritar a su oponente Hillary Clinton acusándola de asesinato, venta ilegal de armas al Estado Islámico y un sin fin de numerosas cuestiones por las cuales el país en sus manos se iría al desastre (Fernández, 2018) y desacreditar al ex presidente Barack Obama.

Esta serie de estrategias dentro y fuera de las redes sociales, con contenido difamatorio y desinformativo, permitieron que el 9 de noviembre de 2016 se anunciara a Donald Trump como el ganador de las elecciones presidenciales. Se advirtió cómo las redes sociales han permitido la divulgación de información sin ningún tipo de verificación por parte del sistema, volviéndola viral sin importar su veracidad.

En un sistema como la democracia, que se caracteriza por su continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos sin establecer diferencias políticas entre ellos (Dahl, 2004), la manipulación de los electores acabaría con la cultura democrática y aceptaría la teoría de Joseph Schumpeter: “los que mandan, mandan por su posición privilegiada, o dicho

crudamente, por su poder previamente adquirido, no derivado de alguna norma democrática” (Schumpeter,1950, como se citó en Vidal, 2010, pág. 186), acabando así con lo que se conoce como la democracia clásica e implantando su teoría económica democrática.

La teoría de Schumpeter considera que los votantes se “comportan irracionalmente ante las decisiones políticas, les gusta ser dirigidos y adorar a los líderes carismáticos autoritarios, e incluso toleran el engaño abierto y el descaro de sus líderes” (Schumpeter,1950, como se citó en Vidal, 2010, pág. 187). Esto demuestra la facilidad que tienen los políticos para hacerles creer a los electores información falsa que los favorezca, desestabilizando el sistema democrático.

6. Apuesta metodológica

Esta investigación se llevó a cabo desde diferentes fuentes que permitieron cumplir con los objetivos propuestos. El proyecto contó con técnicas tanto cualitativas como cuantitativas, dado que se investigan varios aspectos relacionados con la posverdad, las *fake news*, la democracia y la campaña presidencial de Donald Trump para el 2016. La metodología cuantitativa se percibe en la recolección de datos y numeración de los mismos, mientras que la cualitativa se ve reflejada en el análisis de los tweets y el discurso político que ofrece este caso de estudio.

En una primera fase, se realizó la investigación de los conceptos que atañen a la pregunta de investigación para poder centrar el conocimiento y el enfoque que se le dio al proyecto, luego de esto se tuvieron en cuenta aquellos conceptos no explícitos dentro de la pregunta de investigación pero que son un aporte fundamental para la descripción de las variables en esta cuestión.

En la segunda fase, se analizó la diferencia entre los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales, exponiendo el tipo de difusión que tienen las unas y las otras, para al final poder evaluar por qué las redes sociales se han vuelto tan populares entre los políticos y los partidos para hacer campañas y cuáles son los errores que estas presentan a la hora de difundir una serie de noticias, permitiendo que se vuelvan tendencia en las diferentes redes sociales.

Como tercera fase, se analizaron los tweets de los últimos seis meses de campaña electoral que realizó Trump desde su cuenta de Twitter, lo que se evidenció para los objetivos de este proyecto en la división de categorías específicas como *fake news*, ataques a los medios de comunicación, Hillary Clinton y Barack Obama. Así pues, esto contribuyó al análisis de las manipulaciones, estrategias y discursos políticos que derivó en la obtención de la presidencia de los Estados Unidos por parte de Trump.

La fuentes que se utilizaron para este proyecto fueron literatura de los conceptos a tratar a través de artículos de revistas científicas, proyectos antes realizados y <https://www.thetrumparchive.com>, espacio digital en el que se encuentran los tweets de Donald Trump, debido a que este se le fue suspendida la cuenta de Twitter permanentemente el 9 de enero de 2021, por sus constantes ataques y difamaciones durante la campaña del mismo año contra el presidente electo Joe Biden, creando caos dentro de los Estados Unidos.

7. La estructura del discurso en redes sociales

En esta parte del proyecto se exponen los resultados de la investigación, contando con una serie de datos y análisis como el discurso de Trump, sus tweets y los diferentes ataques que hizo durante su campaña a través de sus redes sociales, particularmente en Twitter.

En una primera instancia, se darán algunos datos de índole biográfica sobre Donald Trump para comprender las razones de su comportamiento y su interés en la política; en segunda instancia, se analizará la forma en la que Trump transmite su discurso y cómo esto genera una conexión con su público. Por último, se realizará un análisis de los diferentes tweets escritos por Donald Trump, donde se podrá evidenciar el uso de las *fake news*, el origen de las mismas y el efecto que estas tuvieron sobre la democracia y la población estadounidense.

a. Donald Trump: El empresario que se volvió presidente

Donald John Trump nació en Queens, Nueva York, en 1946 en una familia privilegiada. Su padre, Fred Trump, fue un promotor inmobiliario que desde siempre quiso que su hijo llevara las riendas de su emporio. Para lograr esto, Trump realizó sus estudios en la Universidad de Fordham para luego especializarse en administración de negocios por la Wharton Business School. A sus 28 años heredó toda la fortuna familiar y antes de llegar a los 30, había convertido el negocio familiar en un imperio inmobiliario que hoy en día cuenta con más de 500 organizaciones y empresas de las que es presidente o forma parte del consejo administrativo (Bogdanova, 2017).

La vida de Trump no solo se basa en sus negocios inmobiliarios, pues este ha creado una especie de mercadotecnia alrededor de su vida y su imagen. Para comenzar, desde los años ochenta Trump se ha infiltrado dentro de la audiencia televisiva de los Estados Unidos haciendo apariciones en diferentes series, películas y realities shows como *The Jeffersons* (1981), *Los Simpson* (2000), *Sabrina, la bruja adolescente* (1999), *Mi pobre angelito 2* (1992), *Amor a segunda vista* (2002) y su más sonado reality *El aprendiz* (2004), entre otros (Bogdanova, 2017). En estos diferentes programas ha dejado ver a un líder carismático y bondadoso.

Además de sus apariciones televisivas, ha tenido un contacto estrecho con los medios de comunicación, debido a que se muestra directo y colaborador con la prensa, respondiendo las preguntas de los periodistas abriendo parte de su vida privada al ojo público, con un poco de sátira y sensacionalismo. Por otro lado, Trump ha dejado su legado plasmado en algunos libros que se han vuelto best-sellers, donde habla de su vida pública y privada, los negocios, cómo llegó a amasar su fortuna y alguna que otra contestación a sus desertores.

Asimismo, como ha dejado su huella implantada en la audiencia estadounidense con diferentes medios de comunicación y mercadotecnia que llevan su nombre, Donald Trump se ha involucrado en el mundo de la política desde los años setenta siendo uno de los mayores donantes en las campañas del partido Republicano. En el año 2000 hizo su primer intento por llegar a la presidencia de los Estados Unidos, pero terminó retirando su candidatura.

Consecutivo a estos eventos, entre los años 2004 y 2008 hubo rumores de un relanzamiento, pero fue en el 2006 cuando intentó ser uno de los candidatos a la gobernación de Nueva York. Así pues, Donald Trump seguía involucrado en la política y para el 2011-2012 hizo duras críticas contra el entonces presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, cuestionando su nacionalidad (Fernández & Pérez, 2017).

El 16 de junio de 2015, Trump anunció su candidatura a la presidencia de los Estados Unidos por el partido republicano. Este anuncio, como lo mencionan Fernández y Pérez (2017), crea una división marcada dentro del territorio norteamericano y se evidencia que Trump es fuertemente apoyado por el grupo WASP (blancos, protestantes y anglosajones, por sus siglas en inglés), lo cual demuestra que Trump representa una figura de hombre blanco, cisgénero, privilegiado y ortodoxo, que para muchos viene a recuperar y proteger el sueño americano.

Conocer sobre la trayectoria de Trump permite comprender por qué este individuo tiene una forma tan particular y marcada en su discurso político. Lo que se puede percibir de este personaje es que, como lo menciona Bogdanova (2017), entiende el sistema de comunicación y le ofrece a la audiencia aspectos personales y sensacionalistas que hacen que su *rating* y

consumo suban. Al tener en cuenta esto se puede observar que Donald Trump ofreció en su campaña un discurso más coloquial y colectivo que lo acercó a la audiencia, además de que sus múltiples apariciones en televisión y negocios que llevan su sello personal le permitieron estar constantemente en el ojo de los votantes y lo hicieron “familiar”.

b. La nueva era del discurso político a través de las redes sociales

El discurso es un recurso que se ha usado por siglos dentro de ámbito político y, en general en diferentes aspectos de la vida. Sin embargo, este se ha ido modificando durante el pasar de los años ya que se han insertado en el mundo nuevas formas de comunicación y de transmitir un mensaje, como las redes sociales que han permitido un acercamiento más directo con nuestros familiares, amigos, ídolos y políticos de preferencia (Zecchetto,2002).

Esta hiperconectividad ha llevado a que, como lo menciona Scolari (2019), se tenga una triple fragmentación, la cual consiste en (i) una fragmentación mediática motivada por los nuevos medios de comunicación, (ii) una fragmentación del consumo caracterizada por pasar poco tiempo en diferentes medios y (iii) una fragmentación textual caracterizada por millones de significantes que se encuentran en las redes.

Dichas fragmentaciones son las que alimentan la cultura snack, la cual se caracteriza por la miniaturización (Scolari, 2019). Esta hace referencia a esos textos cortos que se pueden encontrar en diferentes redes sociales por ejemplo Twitter, donde los usuarios escriben mensajes cortos de no más de 280 caracteres que buscan comunicar algo. Esto se hace con el fin de que el receptor del mensaje tenga mayor interés por lo que lee, pues en esta época las personas ya no tienen una atención plena y solo dan una ojeada a los textos en sus dispositivos electrónicos (Ramírez, 2018, págs. 17-57)

La lectura en pantalla es distinta a la lectura en papel. Como se mencionó anteriormente, la lectura en las pantallas es más relajada y hasta un poco burda, dado que la mayoría de las veces se pueden encontrar texto en línea con un tipo de redacción diferente a la normal porque se observan textos con abreviación, emojis, memes y demás contracturas que lo hacen corto y visual (Ramírez, 2018, págs. 17-57).

Asimismo, la escritura en pantalla, como lo menciona Ramírez (2018), va acompañada de (i) hipertextualidad, la cual se refiere a texto que llevan a otros textos, es decir, links que llevan a otros links, (ii) multimedialidad, que se refiere a textos acompañados de connotaciones gráficas, sonoras, audiovisuales e infográficas e (iii) interactividad, que se refiere a la forma en la que el usuario participa con el contenido de la web.

Todos estos procesos de escritura en la pantalla sirven para crear un contenido apetecido por los usuarios para generar múltiples difusiones en la web, para que dicho contenido se vuelva viral. Aparte de los diferentes procesos creativos que acompañan al texto en pantalla, este debe tener cohesión, coherencia y adecuación, lo cual le permitirá al receptor del mensaje llevar una línea conceptual de lo que busca transmitir el emisor del mensaje (Ramírez, 2018).

La escritura en pantalla se ha popularizado de tal magnitud que se le puede encontrar en cualquier aspecto de la vida. En este proyecto se expone cómo este tipo de escritura ha permeado la política convirtiéndose en algo vital para cualquier político que quiera darse a conocer y difundir su discurso en las diferentes fuentes de comunicación que existen hasta el momento.

Los políticos han utilizado durante bastante tiempo el discurso para llegar a las masas y lo han transmitido desde diferentes medios, los cuales les permiten llegar cada día a más audiencia y con esto convencer y obtener mayor apoyo durante su campaña o gobierno dentro de un país o institución. Por esta razón, hace pocas décadas nació el concepto de *discurso político*. Como mencionan Dijk y Rodrigo (1999), se podría considerar el discurso político como una exposición de ideas dichas por un actor político, pero no permitiría una comprensión total de este término.

La definición de discurso político es más compleja de lo que se puede llegar a creer, debido a que cuenta con una descripción parecida a lo que sería un discurso normal, pero cambia en la ejecución de sus ideas, lugar y emisor. Gutiérrez (2006) menciona que el discurso político cuenta con dos concepciones: la concepción restrictiva, que es el discurso producido dentro

de la “escena política” (por ejemplo los discursos presidenciales, de los partidos, por prensa especializada y en algunos casos, emitidos por medios eléctricos), y la concepción extensiva, la cual se diferencia de la anterior debido a que son discursos provenientes de otras instituciones que se encuentran dentro del juego de poder, pero que no están estrictamente relacionadas con instituciones estatales.

Comprendiendo lo que se refiere a discurso político, ahora se puede hacer un análisis respecto al manejo de Donald Trump durante sus últimos seis meses de campaña. En los objetivos de este proyecto se propuso analizar el discurso de Trump durante su campaña en el año 2016, sobre todo desde Twitter. Esta red social fue escogida debido al uso marcado que hizo el candidato, creando en repetidas ocasiones una serie de controversias por lo que este decía en sus tweets.

Antes de hablar de Trump, se debe recordar que en el año 2008 Barack Obama fue el primer candidato que incursionó de manera singular en el uso de redes sociales para generar un impacto masivo en la población estadounidense y conseguir más adeptos para llegar a la presidencia de los Estados Unidos (Owen, 2018). Esta estrategia le funcionó, pues logró convertirse en el electo presidente de ese año, además de revolucionar las campañas presidenciales.

Esta revolución tecnológica en el mundo político permitió que las campañas se difundieran de manera masiva y a bajo costo, por lo que en el 2016 los estadounidenses se encontraron con un fenómeno conocido por algunos autores como el twitterverso político o la era de Trump.

El repetido uso de twitter por parte de Trump ha creado un antes y un después en muchos aspectos de la política, sobre todo a la hora de hacer campaña, debido a que este generó que para el 2016 el 43% de la población estadounidense se conectará a través de las redes sociales para contar con información acerca de las elecciones (Owen, 2018).

Se evidenció, en primera instancia, que el candidato a la presidencia Donald Trump tuvo una estrategia de comunicación bastante marcada que constaba de cuatro pilares: introducir una idea, generar distracción de temas reales, desviar la atención y los globos sonda (Gutiérrez, 2017).

Estas categorías se ejemplifican de la siguiente manera: en su Twitter, Donald Trump menciona lo mala que puede ser Hillary Clinton para el país (introduce una idea), felicita a diferentes políticos, en vez de hablar sobre alguna problemática social (genera distracción sobre temas reales), ataca a los medios de comunicación y los llama mentirosos (desvía la atención). Por último, habla sobre diferentes cuestiones para ver cómo reacciona el público².

Estas estrategias las transmitía de forma coloquial, retadora e irrespetuosa, con un uso desmedido de adjetivaciones que lo hacían denotarse como un hombre fuerte, poderoso e inteligente, mientras que a su contrincante la hacía parecer desleal, mentirosa y arrogante, llamándola en repetidas ocasiones como Crooked Hillary³.

Una de las mayores estrategias de comunicación que se pueden encontrar dentro de esta cuenta de Twitter es su lenguaje coloquial, el cual le permitía verse como un candidato que se acercaba a su electorado sin perder su estatus, además de mantener informada a su audiencia sobre su ubicación, opiniones y sentimientos. Esto es algo que Trump lleva haciendo durante su trayectoria, donde se exponía a sí mismo para llamar la atención de los televidentes. Se puede ejemplificar en los siguientes tweets:

Aug 1st 2016 - 10:22:42 PM EST  13k  52k  Show

Great afternoon in Ohio & a great evening in Pennsylvania - departing now. See you tomorrow Virginia!
<https://t.co/jQTQYBFpdb>

Jul 19th 2016 - 7:52:59 PM EST  33k  108k  Show

Such a great honor to be the Republican Nominee for President of the United States. I will work hard and never let you down! AMERICA FIRST!

² Ejemplos basados en los tweets de Donald Trump. Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

³ La torcida Hillary por su traducción al inglés

Jul 15th 2016 - 10:50:55 AM EST 31k 80k Show

I am pleased to announce that I have chosen Governor Mike Pence as my Vice Presidential running mate. News conference tomorrow at 11:00 A.M.

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

El punto diferenciador en este discurso de Trump recae en su propósito de comunicación, debido a que este lleva en su eslogan de campaña MAGA (hagamos a América grande otra vez, por sus siglas en inglés). Por ende, cuando arrojaba sus opciones o sentimientos constantemente lo hacía con un tinte de lamento o indignación por cómo estaba Estados Unidos y bajo su eslogan, se promulgaba como el único capaz de devolver al país todo el bienestar que según él le habían quitado.

Jul 25th 2016 - 10:05:27 AM EST 8k 29k Show

Great POLL numbers are coming out all over. People don't want another four years of Obama, and Crooked Hillary would be even worse. #MAGA

Aug 1st 2016 - 5:42:57 PM EST 13k 30k Show

Crooked Hillary Clinton is 100% owned by her donors. #ImWithYou #MAGA <https://t.co/iYM3CCWS2z>

Oct 19th 2016 - 10:39:25 PM EST 12k 30k Show

I started this campaign to Make America Great Again. That's what I'm going to do. #MAGA #debate

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

En consecuencia, con su discurso de un Estados Unidos devastado se puede observar cómo Trump, con un tinte más irreverente e irrespetuoso en muchos de los casos, comienza a “exponer” según él a los culpables de esta catástrofe nacional y ataca a su contrincante Hillary Clinton, a diferentes políticos del gabinete de Hillary y al antecesor presidencial Barack Obama, contra el cual ya había arremetido en diferentes oportunidades.

Por último, se empieza a crear una cierta discrepancia entre los medios de comunicación y la relación de Trump con los mismos, debido que este se vuelve renuente y empieza a hacer constantes ataques en contra de diferentes cadenas televisivas, decantando su campaña hacia las redes sociales y generando polémica, sentimientos y opiniones desde estas.

Por esta razón, en este proyecto se decidió hacer una serie de divisiones, clasificando los 1.866 tweets que Donald Trump realizó durante sus últimos seis meses de campaña. Existen 267 tweets que atacan a Hillary Clinton, 82 tweets que atacan a los medios de comunicación, 42 tweets que atacan a Obama y lo que atañe al objeto de este proyecto 74 tweets que contienen *fake news*; los demás tweets hacen mención sobre cumpleaños, mensajes emotivos, ubicación, emociones del candidato y ataques a otros políticos que apoyan a Clinton.

8. Mentiras y ataques, la estrategia de Donald Trump

Anteriormente se ha establecido que en cada ámbito de la vida existe una forma de comunicación bastante diferente que va desde lo informal hasta lo formal. Este suceso ha generado que se creen distintas áreas de estudio dentro de lo que se conoce como comunicación y se empiece a estudiar cómo la gente se relaciona en determinados territorios, sociedades, redes sociales, etc.

La comunicación política se compone de un uso particular del lenguaje, símbolos y comportamientos específicos, pero se diferencia de otros tipos de comunicación porque dispone de una serie de estrategias que no solo se basan en la emisión del mensaje sino en el efecto del mismo para conseguir un objetivo determinado (Fernández, 2018).

En el mundo político existen un sinnúmero de estrategias que se utilizan para determinadas situaciones, en el caso de este proyecto se analizarán dos tipos de estrategias, las cuales son la estrategia de campaña y la de ataque, debido a que esto fue en lo que más se enfocó Donald Trump durante su proceso electoral en el 2016.

La estrategia de campaña es el “plan general que integra todos los elementos y los proyecta para alcanzar el éxito electoral” (International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2006). Dicha estrategia posee ocho elementos que ayudan al candidato a lograr su objetivo: (i) el diagnóstico estratégico, en el cual se definen los problemas sociales y las posibles soluciones, (ii) etapas de la campaña que se divide en tiempo calendario y tiempo electoral, donde el primero es establecido por los organismos electorales y el segundo por las coyunturas o situaciones del momento, (iii) escenarios donde el candidato se presenta, (iv) el mapa político, en el cual se presenta al candidato con sus fortalezas y debilidades, (v) análisis del voto, (vi) estrategia de posicionamiento, (vii) estrategia de medios para saber en qué lugares o plataformas se realiza la campaña y (viii) recursos (International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2006).

Por otro lado, se tiene la estrategia de ataque, la cual se basa en apelar a las emociones, identificar al adversario con símbolos, políticas o lenguaje negativo, comparar al adversario con lo negativo y postularse como el héroe de la historia (Dávalos, 2018). Todo este proceso se realiza bajo un compendio de reglas, las cuales son: no atacar si se está arriba en las encuestas, no atacar por placer, atacar por medios alternativos, atacar con estrategia sin involucrar nada muy pasional, desgastar al oponente con puntos débiles dentro de su campaña o propuestas, atacar sintonizando con el interés de la gente y atacar al oponente, pero al mismo tiempo halagar a todos los electores (Dávalos, 2018).

Estas estrategias antes mencionadas se pueden ejemplificar en la campaña de Donald Trump del 2016, debido a que este usó en repetidas ocasiones la estrategia de ataque para beneficiarse y enmarcarse como el héroe que salvaría a Estados Unidos de la ruina en la que Obama y Hillary Clinton la tenían.

Además del análisis de los ataques que realizó Trump en su cuenta de Twitter, se explorará cómo generó una serie de *fake news*, que lo favorecieron en el proceso electoral y lo llevaron a la presidencia, dejando en evidencia que las *fake news* puede convertirse posteriormente en posverdades y afectar la democracia.

a. Hillary Clinton: El blanco de todos los ataques

Para el año 2016, Donald Trump tenía durante su campaña presidencial a la par a una fuerte contrincante, la cual era Hillary Diane Rodham Clinton o más conocida como Hillary Clinton. Esta mujer posee una amplia trayectoria política dentro de los Estados Unidos, lo cual Trump utilizó en algunas ocasiones para lanzar sus ataques.

Trump no solo atacó su legado político, sino que se aprovechó de múltiples escándalos a lo largo de su vida para llevar hacer caer a su rival electoral, utilizando algunas de las estrategias de ataque, diciendo que él sería la mejor decisión que deberían tomar los electores en las urnas a la hora de la votación.

En un primer lugar, los tweets realizados por Trump hacían hincapié en la eficiencia y coherencia de Hillary para hacer crecer a Estados Unidos y decían que escoger a Clinton sería un error y así poder verse como el héroe de la historia, exponiendo a Clinton como una persona corrupta, ineficiente y con mal desempeño político a lo largo de su trayectoria:

Jun 23rd 2016 - 9:17:35 AM EST  8k  21k  Show

"Hillary Clinton may be the most corrupt person ever to seek the presidency." -- Donald J. Trump

Jun 9th 2016 - 8:29:24 AM EST  9k  27k  Show

Crooked Hillary Clinton will be a disaster on jobs, the economy, trade, healthcare, the military, guns and just about all else. Obama plus!

Aug 5th 2016 - 9:08:35 AM EST  7k  21k  Show

Hillary Clinton has bad judgment and is unfit to serve as President. <https://t.co/3EzG620fpT>

Oct 19th 2016 - 9:57:00 PM EST  6k  13k  Show

I will do more in the first 30 days in office than Hillary has done in the last 30 years! #Debate #BigLeagueTruth <https://t.co/tuNQePu8Vk>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Estos ataques fueron desencadenados por la polémica del momento, referente a los 33.000 correos realizados por Hillary desde una cuenta privada que contenían diferentes comentarios y secretos de Estado, los cuales según la BBC (2016) contenían lo siguiente: (i) correos privados entre Clinton y Obama que demostraban el conocimiento del mismo acerca de lo sucedido, (ii) correos relacionados con "Quid pro quo" de Marruecos, los cuales exponían cómo la candidata recibiría en la Fundación Clinton unas donaciones por parte de Marruecos a partir de unos compromisos, (iii) intercambio de mensajes donde criticaban duramente a la religión católica y (iv) correos donde Donna Braziele, colaboradora de CNN en esa época, le enviaba las preguntas para el debate.

La exposición de estos correos por parte de Wikileaks le dio una ventaja a Donald Trump durante su campaña, debido a que en repetidas ocasiones hacía referencia el proceso legal de los mismos y las diferentes problemáticas que presentaban, haciendo tambalear de nueva cuenta a Clinton y mostrándola como alguien en quien no se podía confiar:

Jul 4th 2016 - 11:26:56 AM EST  8k  23k  Show

Crooked Hillary Clinton is "guilty as hell" but the system is totally rigged and corrupt! Where are the 33,000 missing e-mails?

Nov 1st 2016 - 10:14:09 AM EST  26k  66k  Show

So terrible that Crooked didn't report she got the debate questions from Donna Brazile, if that were me it would have been front page news!

Oct 15th 2016 - 8:23:08 AM EST  29k  69k  Show

Hillary Clinton should have been prosecuted and should be in jail. Instead she is running for president in what looks like a rigged election

Oct 24th 2016 - 9:05:36 AM EST  12k  30k  Show

Why has nobody asked Kaine about the horrible views emanated on WikiLeaks about Catholics? Media in the tank for Clinton but Trump will win!

Oct 16th 2016 - 6:15:33 PM EST  12k  26k  Show

Wow, interview released by Wikileaks shows "quid pro quo" in Crooked Hillary e-mail probe. Such a dishonest person - & Paul Ryan does zilch!

Oct 31st 2016 - 12:00:19 PM EST  12k  18k  Show

'Hillary's Two Official Favors To Morocco Resulted In \$28 Million For Clinton Foundation'
#DrainTheSwamp <https://t.co/6qOO7FZSvF>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

La revelación de estos correos trajo a la luz para la candidata otra serie de polémicas relacionadas con su fundación, su relación con Wall Street y comentarios del pasado. Dichos escándalos, ciertos o no, beneficiaron a Donald Trump debido a que pudo explotar los temas seguidamente en sus redes sociales y conseguir más adeptos a su campaña.

En primera instancia, la polémica sobre la Fundación Clinton nace a partir de algunos conflictos de intereses que se encuentran en la misma con relación a los Estados Unidos (Gaouette, 2016). El primero parte de que, en 2008, Hillary se comprometió a entregar la lista de donantes, la cual hasta el 2016 aún no había hecho pública y segundo, la fundación recibe donación de países extranjeros, lo cual generaría un conflicto con los intereses del país

y dudas sobre qué tan manipulables pueden ser estas donaciones, como lo antes observado con el caso de Marruecos:

Oct 21st 2016 - 2:58:20 PM EST  10k  16k  Show

A top Clinton Foundation official said he could name "500 different examples" of conflicts of interest.
<https://t.co/rtWhdYOyq7>

Oct 24th 2016 - 12:04:52 PM EST  8k  13k  Show

'The Clinton Foundation's Most Questionable Foreign Donations' #PayToPlay #DrainTheSwamp
<https://t.co/lkeqMRjX5z>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

En segunda instancia, Trump critica en repetidas ocasiones la relación que sostiene Hillary con Wall Street, tildándola de ser la marioneta de este sector, lo cual se ha podido comprobar en los correos que exponen los múltiples pagos que recibía la candidata para dar diferentes discursos alrededor del mundo, basados en su mayoría en políticas de fronteras abiertas, las cuales fueron criticadas por Trump al exponer que las fronteras abiertas podrían acabar con Estados Unidos (Ximénez, 2016).

Uno de los discursos más polémicos de la candidata fue el que dio en Brasilia para el Banco Itaú, donde mencionaba “My dream is a common hemispheric market, with open trade and open borders, at some point in the future with energy as green and sustainable as we can get it, boosting growth and opportunities for all people in the hemisphere” y además decía cómo debía tener una vida pública y privada (Ximénez, 2016), lo cual se vio mal por muchos a partir de la exposición de su correo privado con las múltiples polémicas:

Jul 16th 2016 - 9:23:17 AM EST  7k  22k  Show

Crooked Hillary Clinton is bought and paid for by Wall Street, lobbyists and special interests. She will sell our country down the tubes!

Jul 28th 2016 - 11:52:46 PM EST  13k  35k  Show

Hillary will never reform Wall Street. She is owned by Wall Street!

Oct 19th 2016 - 9:29:22 PM EST  9k  17k  Show

Moderator: Hillary paid \$225,000 by a Brazilian bank for a speech that called for "open borders." That's a quote! #Debate #BigLeagueTruth

Oct 9th 2016 - 9:50:45 PM EST  6k  16k  Show

Hypocrite! @HillaryClinton claims she needs a "public and a private stance" in discussions with Wall Street banks. #Debate

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Por último, Trump aprovechó para recordar diferentes equivocaciones del pasado como lo expone Bradner (2016), trayendo a colación cuando Hillary llamó a los jóvenes afrodescendiente como súper predadores y otros comentarios racistas que no hicieron ninguna gracia a esta comunidad y empezaron los ataques por parte de ellos hacia la candidata.

Aug 25th 2016 - 10:58:51 PM EST  13k  25k  Show

"Hillary Clinton needs to address the racist undertones of her 2008 campaign." #FlashbackFriday
<https://t.co/MJQp0rcnzH>

Aug 21st 2016 - 9:19:06 PM EST  7k  13k  Show

"@Jimbos2002: @Morning_Joe Video: Hillary referring to blacks as super predators that need to be brought to heel. <https://t.co/pMIHWayMRw>"

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Fuera de sus ataques desencadenados de los correos, Trump también criticó sus políticas, realizó amenazas utilizando la segunda enmienda (A-2), la cual se refiere al porte de armas (Euronews, 2016) y difundió diferentes mentiras acerca de la candidata, las cuales se expondrán más adelante en este proyecto.

Aug 9th 2016 - 10:21:12 PM EST  12k  31k  Show

Media desperate to distract from Clinton's anti-2A stance. I said pro-2A citizens must organize and get out vote to save our Constitution!

Jul 28th 2016 - 4:31:59 PM EST  13k  31k  Show

A vote for Clinton-Kaine is a vote for TPP, NAFTA, high taxes, radical regulation, and massive influx of refugees.

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

b. Barack Obama: Un presidente sin poder

Barack Hussein Obama II, más conocido como Barack Obama, es el predecesor de Donald Trump en la presidencia de Estados Unidos. Obama fue un líder que contó con el apoyo de la mayoría de su país y que siempre será recordado por ser el primer presidente negro, sus acciones frente a la crisis financiera, los grandes acuerdos, su preocupación por el medio ambiente, los golpes al terrorismo y la estrategia en Siria (Rebolledo, 2017).

Aunque tenía muchos adeptos, Obama contaba con algunos detractores a lo largo de su presidencia, uno de los más famosos era Donald Trump que constantemente realizaba comunicados por diferentes medios expresando la poca empatía que sentía con el entonces presidente y las críticas hacia todos sus planes de gobierno:

Aug 2nd 2016 - 3:07:25 PM EST  29k  76k  Show

President Obama will go down as perhaps the worst president in the history of the United States!

Jul 28th 2016 - 11:09:11 AM EST  13k  40k  Show

President Obama spoke last night about a world that doesn't exist. 70% of the people think our country is going in the wrong direction. #DNC

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Durante su campaña presidencial, Donald Trump siguió con las críticas hacia Obama y las centraba sobre todo en su programa de Protección de Pacientes y Asistencia Asequible, más conocido como Obamacare. El entonces candidato a la presidencia hacía alusión a que el programa estaba acabando con la economía del país, dado que este subsidiaba los seguros de salud para diferentes poblaciones en estado de vulnerabilidad que no podían acceder a este, pero sin ningún tipo de impuesto, lo cual le estaría costando a los Estados Unidos la suma de 260 mil millones de dólares al año. Por lo cual Donald Trump quería reemplazar este programa:

Nov 3rd 2016 - 8:34:14 AM EST  13k  38k  Show

ObamaCare is a total disaster. Hillary Clinton wants to save it by making it even more expensive. Doesn't work, I will REPEAL AND REPLACE!

Oct 25th 2016 - 11:22:35 AM EST 6k 13k Show

Obamacare is a disaster! Time to repeal & replace! #ObamacareFail <https://t.co/xDPHvczf1g>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Además de las críticas constante que le hacía Trump a Obama durante sus dos períodos presidenciales, lo volvió el puente recurrente para atacar a su contrincante Hillary Clinton, debido a que este mostraba su apoyo abiertamente por la misma, asimismo como está mostraba su devoción por él, al haber trabajado de la mano en su gobierno como secretaria de Estado, trabajo por el cual Trump no perdía oportunidad para criticarla.

Nov 4th 2016 - 3:07:20 PM EST 33k 85k Show

If Obama worked as hard on straightening out our country as he has trying to protect and elect Hillary, we would all be much better off!

Oct 17th 2016 - 8:35:45 AM EST 15k 39k Show

We have all got to come together and win this election. We can't have four more years of Obama (or worse!).

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Al ser Obama el puente de los ataques de parte de Trump para Clinton, además de las falsas acusaciones que se hacían constantemente sobre estos dos a raíz de los correos, también se evidenciaba el ataque por polémicas pasadas, que ha sido una de las estrategias recurrentes por el candidato Trump, donde sacaba a relucir un acuerdo entre Siria y Obama.

La polémica es sobre un pago de 400 millones de dólares a los sirios que hizo Obama en su gobierno, los cuales fueron considerados como un pago para rescatar a ciudadanos que tenían secuestrados en Siria, a lo que Obama y su gabinete (del cual hacía parte Hillary Clinton) contestaron que era por una deuda que se tenía con Siria en acuerdos pasados, pero Trump tomó esto solo como un excusa y decidió traerlo a colación constantemente durante su campaña (Mars, 2016):

Aug 3rd 2016 - 6:23:27 AM EST 16k 39k Show

Our incompetent Secretary of State, Hillary Clinton, was the one who started talks to give 400 million dollars, in cash, to Iran. Scandal!

Sep 26th 2016 - 10:42:49 PM EST 7k 16k Show

.@HillaryClinton's Nuclear Agreement Paved The Way For The \$400 Million Ransom Payment #DebateNight <https://t.co/qfZTx6aKYs>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

c. Medios de comunicación: El fin de una alianza

En el transcurso de su carrera inmobiliaria, Donald Trump fue un gran aliado y amigo de los medios de comunicación, comportándose con ellos siempre de manera cordial, siendo abierto frente a su vida tanto pública como privada y, en algunas ocasiones, decían los rumores que él mismo era quien llamaba a los medios bajo un seudónimo para informarles noticias sobre él o cualquiera que lo rodeara (Bogdanova, 2017).

Durante esta trayectoria, Trump siempre se mostró como un personaje completamente público capaz de exponer hasta los detalles más banales de su vida con tal de ganar un poco de atención. Esto no ha cambiado en su totalidad, pero durante la campaña presidencial del 2016 se pudo evidenciar un distanciamiento por parte del candidato frente a los medios tradicionales ya que solo se dedicó a utilizar sus redes como medio para difundir en gran parte su vida pública y privada.

El distanciamiento que tuvo Donald Trump con los medios de comunicación fue algo que la mayoría de personas no logran explicar en simple detalle, pero lo que sí se pudo percibir debido a este distanciamiento fueron unas críticas constantes hacia diferentes medios. La frase más persistente dentro de los tweets fue llamarlos deshonestos y con poca ética a la hora de anunciar la información (Alonso, 2017):

Jul 31st 2016 - 8:57:15 PM EST 11k 37k Show

Wow, it is unbelievable how distorted, one-sided and biased the media is against us. The falling @nytimes is a joke. @CNN is laughable!

Aug 12th 2016 - 7:43:43 AM EST  11k  34k  Show

I love watching these poor, pathetic people (pundits) on television working so hard and so seriously to try and figure me out. They can't!

Jun 26th 2016 - 7:13:25 PM EST  4k  12k  Show

The "dirty" poll done by @ABC @washingtonpost is a disgrace. Even they admit that many more Democrats were polled. Other polls were good.

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Como se expone, Trump ataca a medios de comunicación diversos, pero a lo largo de este proyecto se puede observar que hay una línea transversal en los ataques conocida como Hillary Clinton, por ende, las diferentes agresiones en a cualquiera de los medios, políticos o temáticas siempre van en relación con qué tan estrecha sea la conexión con Clinton.

En este caso en particular, en su mayoría se pueden encontrar ataques constantes hacia CNN, debido a como se menciona anteriormente Donna Braziele, que era parte de la cadena televisiva, quien le hizo llegar las preguntas del debate presidencial a Clinton, volviendo así a este medio uno de los puntos centrales de ataque por parte de Trump:

Oct 16th 2016 - 1:01:12 PM EST  17k  46k  Show

The election is absolutely being rigged by the dishonest and distorted media pushing Crooked Hillary - but also at many polling places - SAD

Aug 1st 2016 - 2:42:50 PM EST  8k  23k  Show

CNN will soon be the least trusted name in news if they continue to be the press shop for Hillary Clinton.

Aug 1st 2016 - 2:44:04 PM EST  10k  25k  Show

When will we see stories from CNN on Clinton Foundation corruption and Hillary's pay-for-play at State Department?

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Además de los diferentes ataques a los medios, se pueden encontrar una serie de reclamaciones donde Trump demuestra su molestia, refiriéndose a que las diferentes cadenas de comunicación no dan visibilidad a sus logros, como sí lo puede hacer desde las redes sociales, a las cuales agradece por permitirle visualizarse y ganar seguidores:

Jul 20th 2016 - 11:36:06 AM EST 94k 208k Show

The media is spending more time doing a forensic analysis of Melania's speech than the FBI spent on Hillary's emails.

Oct 24th 2016 - 10:17:35 AM EST 18k 40k Show

We are winning and the press is refusing to report it. Don't let them fool you- get out and vote! #DrainTheSwamp on November 8th!

Jul 29th 2016 - 12:34:22 PM EST 5k 18k Show

Thank you! Facebook: <https://t.co/nmlRjQzA7S> Instagram: <https://t.co/5gDeluaBxG>
<https://t.co/Pw7GS8R9Gg>

Oct 8th 2016 - 3:40:48 PM EST 33k 87k Show

The media and establishment want me out of the race so badly - I WILL NEVER DROP OUT OF THE RACE, WILL NEVER LET MY SUPPORTERS DOWN! #MAGA

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

d. Fake news: Las mentiras presidenciales

Las fake news son “una información falsa, a menudo sensacionalista, difundida bajo el disfraz de la información de noticias” (Salas, 2019). Pueden afectar la manera en que las personas toman sus decisiones en cualquier aspecto de la vida, debido a que según lo que se informe las personas confiarán o desconfiarán de lugares, hechos y personas.

Esto es importante porque a lo largo de esta investigación se ha evidenciado cómo Donald Trump ha utilizado las *fake news* como un recurso vital en sus comunicaciones, generando consigo un malestar no solo para su entonces contrincante Hillary Clinton, sino a su vez a diferentes actores políticos y cadenas de comunicación.

Por esta razón, en este segmento se expondrán algunas de las *fake news* más difundidas por Donald Trump durante su campaña de 2016, que afectaron a diferentes sectores de la sociedad estadounidense, creando a su vez adeptos y detractores a su campaña.

i. Estados Unidos: Un país en detrimento

En primer lugar, se expondrán las *fake news* difundidas sobre el estado del país en el 2016, donde Trump mencionaba que el país se encontraba con déficit altos en el manejo del crimen y desempleo, aludiendo que era culpa de Barack Obama y que la situación podía empeorar con Hillary Clinton.

Jul 28th 2016 - 4:56:09 PM EST  8k  25k  Show

Median household income is down for the middle class since Obama took office. It will only go further down under Clinton.

Jul 27th 2016 - 10:42:13 PM EST  13k  41k  Show

Our country does not feel 'great already' to the millions of wonderful people living in poverty, violence and despair.

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

El estado de un país a través del tiempo ha sido un tema de conversación constante dentro de cualquier evento político, debido a que es importante conocer cómo se encuentra para generar nuevos proyectos que permitan mejorarlo o seguir con las políticas que han funcionado. Lo primero que recalca el entonces candidato a la presidencia es cómo el crimen ha aumentado exponencialmente en el territorio estadounidense, lo cual es un dato falso, dado que en la revisión de datos del FBI tanto el crimen violento como en contra de la propiedad tienen una tendencia a la baja (Chequeado,2016).

Jul 30th 2016 - 8:57:48 AM EST  7k  23k  Show

We are suffering through the worst long-term unemployment in the last 70 years. I want change - Crooked Hillary Clinton does not.

Jul 27th 2016 - 10:39:07 PM EST  16k  52k  Show

Shooting deaths of police officers up 78% this year. We must restore law and order and protect our great law enforcement officers!

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

De esto procede a recalcar que en Estados Unidos se ha tenido la mayor cifra de desempleo en los últimos 70 años, nombrando que la cifra rondaba en los 42% de desempleados, pero la realidad del país en estas fechas es que el desempleo era de un 5,1% (BBC Mundo, 2016).

Jul 30th 2016 - 2:06:17 PM EST 7k 24k Show

Violent crime is rising across the United States, yet the DNC convention ignored it. Crime reduction will be one of my top priorities.

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

ii. Ataques y contraataques

En segundo lugar, se evidencian tweets que buscan generar rivalidades y agresiones a diferentes actores y entidades dentro de la política. Para comenzar, Trump usó su estrategia de recolectar polémicas pasadas y simuló una rivalidad entre Hillary Clinton y Michelle Obama, esposa de Barack Obama.

En el 2007, durante la campaña presidencial de su pareja, Michelle ofreció un discurso donde hacía referencia a “si no puedes manejar tu casa, no puedes dirigir la casa blanca”, lo cual Trump sacó de contexto, lo trajo a colación en el 2016, para decir que era una indirecta de Michelle hacia Hillary, lo cual solo fue un discurso sacado de contexto y que en el mismo año de lo sucedido Michelle habló con Hillary y quedó aclarado que nada de lo dicho con anterioridad era una indirecta (Kessler, 2016).

Oct 23rd 2016 - 8:53:51 AM EST 21k 48k Show

"If you can't run your own house you certainly can't run the White House" A statement made by Mrs. Obama about Crooked Hillary Clinton

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Después de que esto fuera aclarado, el Wall Street Journal (WSJ) decidió sacar unas columnas de opinión, nombradas como “*The Cold Clinton Reality*” y “*Grifters-in-Chief*”, las cuales se dedican explícitamente a atacar a los Clinton y su fundación, enunciando datos como que John Podesta, jefe de campaña de Clinton e implicado en el asunto de los correos, hacía negociación junto con la entonces candidata para realizar algunos sobornos y compras de votos. Dichos artículos fueron denunciados por la familia Clinton y de inmediato Twitter borró todos los tweets que Donald Trump había difundido sobre estos.

Oct 28th 2016 - 1:23:39 AM EST  4k  0  Deleted

RT @DRUDGE_REPORT: WSJ: The Cold Clinton Reality... <https://t.co/udWj5mXcA6>

Oct 27th 2016 - 10:48:59 PM EST  3k  0  Deleted

RT @DRUDGE_REPORT: WSJ: Grifters-in-Chief... <https://t.co/mPFocMuBgu>

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

iii. México: Un país de ladrones

En tercer lugar, se encuentran unas agresiones directas a México y su gente, en las que Trump expone que los mexicanos han llegado a saquear Estados Unidos. Esto lo hace desde el inicio de su campaña, debido a que México es uno de los países que tiene el mayor número de inmigrantes hacia Estados Unidos desde hace muchos años, dado que dentro de este país encuentran mejores oportunidades (Albo & Ordaz, 2011).

Debido a estas migraciones hacia Estados Unidos, Trump decidió tirar una serie de acusaciones vía Twitter, llamando a los mexicanos ladrones, criminales y violadores, además de exponer que estos están robándole los empleos a los estadounidenses. Sin embargo, como se percibe en las estadísticas expuestas por Cervantes y Sánchez (2016), los mexicanos solo cuentan con el 18% de empleos en el país. Estas afirmaciones, como expone Camhaji (2016), generaron un rechazo hacia los mexicanos por parte de varios ciudadanos estadounidenses, debido a que consideraban que los mexicanos les quitaban sus trabajos, los robaban y ponían en peligro la seguridad nacional.

Jul 30th 2016 - 6:12:36 PM EST  7k  22k  Show

The "Rust Belt" was created by politicians like the Clintons who allowed our jobs to be stolen from us by other countries like Mexico. END!

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Seguido a estas acusaciones xenófobas, el entonces candidato a la presidencia expone que construirá un muro entre la frontera de Estados Unidos y México, el cual pagarán los ciudadanos de dicho país, además de poner medidas más restrictivas para el ingreso de estos

a Estados Unidos. Según Donald Trump, dicho muro costaría 8.000 millones de dólares, valor que representaba una diminuta fracción de lo que se llevan los mexicanos.

Sep 1st 2016 - 6:31:17 AM EST 36k 55k Show

Mexico will pay for the wall!

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

iv. La verdadera terrorista

Por último, se evidencian unas de las acusaciones más graves expuestas por Donald Trump, aquellas que hacen alusión a grupos terroristas y su convenio con Hillary Clinton. A lo largo de su campaña, Trump expresó constantemente que Hillary Clinton tenía lazos estrechos con ISIS, un grupo terrorista del Estado islámico.

Jun 21st 2016 - 12:36:40 PM EST 13k 32k Show

Hillary says this election is about judgment. She's right. Her judgement has killed thousands, unleashed ISIS and wrecked the economy.

Oct 27th 2016 - 6:37:22 PM EST 14k 22k Show

Crooked Hillary launched her political career by letting terrorists off the hook. #DrainTheSwamp...
<https://t.co/BLMkZQ8svK>

Oct 24th 2016 - 8:00:02 AM EST 21k 44k Show

Wow, just came out on secret tape that Crooked Hillary wants to take in as many Syrians as possible. We cannot let this happen - ISIS!

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Dichas acusaciones, como lo expone Bassets (2016), iban dirigidas a que Hillary Clinton y Barack Obama eran los fundadores de ISIS. Por esta razón, desde su fundación y la secretaria de Estado entregaban dineros para financiar a este grupo terrorista.

Jul 26th 2016 - 3:48:08 PM EST 11k 29k Show

Dems don't want to talk ISIS b/c Hillary's foreign interventions unleashed ISIS & her refugee plans make it easier for them to come here.

Aug 1st 2016 - 6:46:28 PM EST 10k 19k Show

Hillary, whose decisions have led to the deaths of many, accepted \$ from a business linked to ISIS. Silence at CNN. <https://t.co/gJYSSXtpaz>

Aug 12th 2016 - 9:01:06 AM EST  12k  32k  Show

ISIS gained tremendous strength during Hillary Clinton's term as Secretary of State. When will the dishonest media report the facts!

Fuente: <https://www.thetrumparchive.com>

Estas acusaciones en repetidas ocasiones fueron desmentidas por Clinton, dado que su plan de gobierno desde que era secretaria de Estado ha ido dirigido a atacar a estos grupos. Además, como lo expone Wheeler (2016), es poco probable que Hillary Clinton hubiera fundado ISIS, dado que los tiempos enunciados por Trump no entran dentro de la creación de este grupo.

9. Implicaciones políticas de las Fake News

Las *fake news* son un compendio de diferentes noticias que contienen información falsa con diversos objetivos como manipular, engañar o convencer, como ya se ha ilustrado a lo largo de este proyecto. Esto toma gran relevancia cuando las *fake news* se convierten en posverdad, que es la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (Rubio, 2018, pág. 198).

Esto es importante debido a que la posverdad es la consecuencia de las *fake news* y perdura a lo largo del tiempo, dado que se convierte en una realidad para muchos de los receptores de dicha información errónea y afecta sus decisiones.

Por esta razón, en el marco de la política es relevante, dado que dicha información falsa afecta la opinión pública, debido a que esta se configura en respuesta a “mapas o imágenes” del mundo y al tener emisores de información no veraz esto la trastoca y afecta la configuración política de país (Alvares, 2018).

Asimismo, como afecta a la política, en general este entramado de mentiras afecta todo lo que se encuentra dentro de la misma, como los sistemas políticos en especial la democracia. Según Dahl (2004) la democracia se caracteriza por su continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre ellos, pero debido a la contaminación informativa se ha ido transformando poco a poco en posdemocracia.

La posdemocracia “se caracteriza por una fragmentación de valores compartidos por las colectividades y el distanciamiento de los ciudadanos a las instituciones, marcado por una creciente desconfianza que provoca crisis en las democracias institucionalizadas” (Vargas, 2009, pág. 48). Esto conlleva a una ruptura dentro de la sociedad, donde se pueden observar altos niveles de corrupción, baja participación política por parte de los ciudadanos, gobiernos limitados a una economía capitalista sin restricciones y técnicas de manipulación de la opinión pública más sofisticada, pero con pésimo contenido político (Vargas, 2009).

El caso Trump 2016

Esto trae a colación el caso de Donald Trump en las elecciones del 2016, debido a que este realizó múltiples ataques y distorsiones de la verdad durante su proceso electoral afectando la vida política de los estadounidenses en diferentes aspectos. En primer lugar, durante el 2016 fue él quien puso en el mapa el término *fake news*, debido a esto dicho concepto se volvió la palabra del año, además de existir un crecimiento exponencial del uso de este tipo de prácticas desinformativas en diferentes ámbitos de la vida.

En segundo lugar, las constantes difamaciones contra Hillary Clinton crearon una polarización bastante amplia dentro del país, debido a que la información suministrada por Trump se volvió una realidad para muchos estadounidenses, los cuales no fueron a la fuente primaria de la información y solo se quedaron con la versión de Trump, lo cual afectó su elección.

En tercer lugar, muchas de las mentiras enfocadas a lo mal que estaba el país hicieron que los estadounidenses pensaran que Hillary Clinton era una mala opción, debido a que era apoyada por Obama, quien según Trump tenía el país en un detrimento total, lo cual afectó considerablemente el resultado final en las elecciones inclinado la balanza a su favor.

Por último, se pudo evidenciar que Trump atacó ferozmente a los medios de comunicación en muchas ocasiones, trató de silenciarlos aludiendo a que la información que estaban dando no era verídica y que él era el único que poseía la realidad en torno al país y su contrincante.

Estos diferentes acontecimientos dentro de su campaña dejaron dilucidar que la democracia sí puede ser afectada por las *fake news*, debido a que como lo mencionan Montero y Castellanos (2021), la desinformación da lugar a la polarización en las sociedades creando enfrentamientos dentro de la misma. Dicha polarización genera problemáticas fuertes dentro de la sociedad, dado que se produce una inestabilidad dentro del sistema político, llevándolo eventualmente al colapso (Casal, 2019).

Aparte de la polarización, las *fake news* generan cambios dentro de la opinión pública, ya que pueden cambiar la percepción de las personas sobre un país, un candidato o un sistema

político y esto puede conllevar a un cambio importante dentro de la estructura de una sociedad, además de sesgar la información dejándola en manos de unos pocos, permitiéndoles así manejar el país a su antojo convirtiéndose poco a poco en una burocracia donde el control queda bajo de algunos pocos que poseen la información.

Esto quebranta la democracia, debido a que dos de las características más importantes de la democracia, como lo son el derecho al voto y la libertad de expresión, se están viendo altamente perjudicados con la introducción de las *fake news* al mundo político, dado que las *fake news* con su contenido sensacionalista manipulan a los electores inclinándolos hacia un candidato y quitando así la posibilidad de un voto a conciencia.

Por otro lado, la libertad de expresión se convierte en un problema, en primera instancia, porque controlar la difusión de las *fake news* es una tarea bastante difícil, debido a que las redes sociales han permitido que el alcance sea masivo y se pueda realizar desde diferentes plataformas. Campo (2020) expone que en diferentes países han tratado de controlar la información que se difunde dentro de las redes sociales, pero en países como Rusia o Singapur esto se ha convertido en una tarea de silenciar a cualquier ciudadano que se encuentre el contra del gobierno o exponga sus secretos, quebrantando así su libertad de expresión.

En segunda instancia, en estos casos se puede percibir que sólo unos pocos son quienes realmente están manejando la verdadera información, dándoles así un poder inigualable para controlar todo lo que sucede, dado que son quienes suministran la información y silencian a quienes dicen lo contrario.

Estas problemáticas en torno a las *fake news* generan que exista una gran desconfianza por parte de los ciudadanos frente a las instituciones gubernamentales, trayendo consigo una alta polarización y problemas estructurales dentro del sistema, lo que desencadena en una posdemocracia o un quebrantamiento total de la democracia, instaurando otro tipo de sistema político dentro de la sociedad, que puede traer características dictatoriales.

10. Conclusiones

En este proyecto se logró exponer cómo las *fake news* afectan considerablemente la democracia. Al pasar por este proceso de la desinformación masiva por diferentes medios de comunicación tradicionales y modernos, los políticos e instituciones que utilizan este recurso pueden desestabilizar la percepción que tiene una sociedad sobre diferentes aspectos de la vida, en este caso en particular la política.

Se pudo observar que la democracia es un sistema frágil, pues cualquier cambio dentro de una sociedad puede afectarla o destruirla. Por este motivo, la ciudadanía de un país tiene que tener cuidado con la información que se transmite, puesto que puede llevarla a un crecimiento o detrimento del territorio, dependiendo de sus elecciones.

Esto se expuso con el caso Donald Trump en las elecciones del 2016, como se mencionó con anterioridad. Durante años Trump ha sido una persona bastante polémica en cada decisión que ha tomado a lo largo de su carrera y esto empieza desde el momento en que decide pasar de ser un empresario reconocido a candidato presidencial durante el 2016.

En esta etapa se volvió considerablemente más polémico de lo que era anteriormente, debido a que, por medio de las redes sociales, en especial Twitter, comenzó a realizar una serie de tweets que contenían desde datos de su vida privada hasta difamaciones en contra de cualquier persona o entidad que se opusiera a sus decisiones.

Twitter fue clave en esta difusión de *fake news*, debido a que es una red social que cuenta con una difusión bastante masiva, pues tiene una alta cantidad de usuarios dentro de su sitio web. Donald Trump, sabiendo esto, generó toda clase de comentarios que aportaron a desequilibrar la campaña de la entonces candidata Hillary Clinton.

Asimismo, generaron una división de opiniones dentro de los Estados Unidos, debido a que las personas empezaron a desconfiar de la información suministrada por ambos bandos, pues las campañas se volvieron un juego de ataques y contraataques.

Dicha polarización política que se encontraba dentro de este país permitió dilucidar que un país como los Estados Unidos, que posee un sistema democrático, se puede ver afectado con la mínima desinformación, pues estas mentiras infundadas por Trump impregnaron a la sociedad y se convirtieron en posverdad.

Esto evidenció que la difamación, junto a herramientas tan masivas como las redes sociales, pueden llevar ganancias individuales o de unos pocos, generando que distintas naciones, instituciones y candidatos/as utilizaran esta artimaña para manipular el sistema y lograr su cometido, haciendo que las fake news y la posverdad se popularizaran alrededor del mundo.

La popularización de estas estrategias es preocupante, debido a que pueden convertir la democracia en posdemocracia donde sólo importa quién tiene el poder para manipular más rápido a la sociedad, además de desconectar a muchos ciudadanos de la participación política, pues existiría un crecimiento exponencial por parte de estos frente a cualquier proceso político.

Por esta razón, el caso de Donald Trump en 2016 es importante para la sociedad actual, debido a que este “institucionalizó” el uso de las *fake news* para conseguir un bien individual, trayendo consigo una serie de problemáticas sociales y demostrando la teoría de Schumpeter, la cual considera que los votantes “se comportan irracionalmente ante las decisiones políticas, le gusta ser dirigidos y adoran a los líderes carismáticos autoritarios, e incluso toleran el engaño abierto y el descarado de sus líderes” (Schumpeter, 1950, como se citó en Vidal, 2010, pág. 186).

Así pues, se demuestra la facilidad que tienen los políticos para hacerles creer a los electores información falsa que los favorezca, desestabilizando el sistema democrático, la comunicación política y la opinión pública, debido a que solo les otorga la verdadera información a unos pocos y esto cambia la manera en que los electores interactúan con los procesos y se dejan convencer por el mejor postor.

Este es un problema que está circulando alrededor del mundo y es bastante difícil de detener, debido a que no se puede tener un control absoluto de las comunicaciones, pues esto

impediría la libertad de expresión exponiendo a los ciudadanos a vivir silenciados, permitiendo que solo unos pocos puedan informar.

En conclusión, la única manera de atacar este problema como lo menciona Álvarez (2019) es que cada ciudadano y diferentes medios se dediquen a examinar el contenido de las noticias, verificando la información, revisando la fuente primaria de quien emite el mensaje hasta el contenido del mismo, además de comenzar a educar a la población sobre los riesgos de caer en una de estas *fake news*.

Por otro lado, en lo que compete a la Ciencia Política es importante que los politólogos/as realicen un estudio más profundo sobre esta temática, pues el uso de las redes sociales por parte de los diferentes actores políticos cada día va en aumento, trayendo consigo diferentes problemáticas como las *fake news* que, como se ha podido exponer en este proyecto, pueden desestabilizar un sistema político en particular la democracia, creando brechas dentro de las sociedades sobre todo en el ámbito de la comunicación política, potenciando así la desconfianza de las personas frente a cualquier práctica política, debido a la falta de veracidad dentro de la información suministrada.

11. Referencias bibliográficas

- Albistur, G. (2018). Comunicación, propaganda y democracia en tiempos de proliferación de información. *Argumentos*, 217-232.
- Albo, A., & Ordaz, J. (2011). *La Migración Mexicana hacia los Estados Unidos: Una breve radiografía*. México: BBVA Research.
- Allen, D. (8 de octubre de 2016). *Donald Trump is a walking, talking example of the tyrannical soul*. Obtenido de The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/blogs/post-partisan/wp/2016/10/08/donald-trump-is-a-walking-talking-example-of-the-tyrannical-soul/?postshare=9391475937069812>
- Alonso, N. (18 de febrero de 2017). *Trump: "La prensa es el enemigo del pueblo americano"*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2017/02/18/estados_unidos/1487374207_339655.html
- Álvarez, M. (2018). *Estado del Arte: Posverdad y Fake News*. Madrid: UNED.
- Ayala, A. (2017). Análisis de la campaña electoral de Trump desde el enfoque de la teoría democrática. *Justicia Electoral*, 335-374.
- Bassets, M. (13 de agosto de 2016). *Trump acusa a Obama y a Clinton de haber fundado el ISIS*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2016/08/11/actualidad/1470935582_298082.html?outputType=amp
- BBC Mundo. (20 de julio de 2016). *EE.UU.: seis mentiras que se le atribuyen a Donald Trump y lo que opinan de ellas sus seguidores*. Obtenido de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-36851760.amp>
- BBC. (27 de octubre de 2016). *18 revelations from Wikileaks' hacked Clinton emails*. Obtenido de BBC News: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-37639370>
- Bogdanova, E. (2017). *Análisis de la imagen y la trayectoria del presidente norteamericano Donald Trump*. Madrid: Universidad Complutense.
- Bradner, E. (8 de abril de 2016). *Manifestantes negros atacan a Clinton por una polémica frase que dijo en 1996*. Obtenido de CNN:

<https://cnnespanol.cnn.com/2016/04/08/manifestantes-negros-atacan-a-clinton-por-una-polemica-frase-que-dijo-en-1996/amp/>

- Cabezuelo, F., & Manfredi, J. (2019). Posverdad, fake-news y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. *Historia y comunicación social*, 471-483.
- Callejas, I. (2020). *Posverdad en el gobierno*. Ciudad de México.
- Camhaji, E. (8 de noviembre de 2016). *Los 10 insultos de Donald Trump a México*. Obtenido de El País:
https://elpais.com/internacional/2016/11/08/mexico/1478629803_395711.html
- Campo, A. (2020). *¿La desinformación en democracia o la democracia de la desinformación?* Palermo: CELE.
- Campos, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *Observatorio*, 785-793.
- Casal, F. (2019). Causas y consecuencias de la polarización: ¿Qué es lo que sabemos? *Faes Fundación*, 5-12.
- Cervantes, J., & Sánchez, C. (2016). *Mexicanos en Estados Unidos: Empleo y remesas*. Obtenido de Comercio Exterior: Bancomext:
<https://revistacomercioexterior.com/span-class1mexicanos-en-estados-unidos-empleo-y-remesassup1sup-span>
- Chequeado. (10 de noviembre de 2016). *Cinco grandes mentiras que dijo Trump en su campaña*. Obtenido de Chequeado: <https://chequeado.com/ultimas-noticias/las-cinco-grandes-mentiras-que-dijo-trump-en-su-campana/>
- Corzo, E., Juárez, R., Adame, C., & Palacios, C. (2019). *Reporte sobre las campañas de desinformación, "Noticias falsas (Fake News)" y su impacto en el derecho a la libertad de expresión*. Ciudad de México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos.
- Dahl, R. (2004). La democracia. *PostData 10*, 11-55.
- Dávalos, A. (2018). Metodologías y estrategias para las campañas políticas. *Ágora Democrática*.
- Dijk, T., & Rodrigo, I. (1999). Análisis del discurso social y político. *Pluriminator*, 7-103.

- Estupiñán, L., León, A., & Peña, L. (2020). *Fake News o los nuevos ecosistemas de comunicación personalizada: Comunicación política en las elecciones regionales de 2019 en Colombia*. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Euronews. (10 de agosto de 2016). *Trump aclara sus palabras contra Clinton sobre la Segunda Enmienda*. Obtenido de Euronews: <https://es.euronews.com/2016/08/10/el-oro-de-rafaela-silva-la-revancha-de-las-favelas>
- Fernández, L., & Pérez, H. (2017). *Donald Trump: ¿Ajustes o nueva etapa en la política de Estados Unidos?* Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. La Habana: Centro de Investigaciones de Política Internacional.
- Fernández, M. (2018). *Twitter, el pájaro que llevó a Donald Trump a la Casa Blanca*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Gaouette, N. (24 de agosto de 2016). *¿Qué es la Fundación Clinton y por qué está envuelta en controversia?* Obtenido de CNN: <https://cnnespanol.cnn.com/2016/08/24/que-es-la-fundacion-clinton-y-por-que-esta-envuelta-en-la-controversia/amp/>
- Gutiérrez, A. (3 de mayo de 2017). *Twitter y su influencia en tiempos de Donald Trump*. Obtenido de Esglobal: <https://www.esglobal.org/twitter-influencia-tiempos-donald-trump/>
- Gutiérrez, S. (enero de 2006). *Discurso político y argumentación*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/251886295_DISCURSO_POLITICO_Y_ARGUMENTACION
- International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2006). *Comunicación política en campañas electorales: Módulo avanzado de formación política*. Perú: International IDEA.
- Kessler, G. (1 de noviembre de 2016). *Did Michelle Obama throw shade at Hillary Clinton?* Obtenido de The Washington Post : <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/11/01/did-michelle-obama-throw-shade-at-hillary-clinton/>

- Mars, A. (5 de agosto de 2016). *Un pago de 400 millones a Irán en efectivo desata la polémica en EE UU*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2016/08/04/estados_unidos/1470338962_748142.html?outputType=amp
- Montero, M., & Castellanos, J. (29 de agosto de 2021). *¿Por qué las noticias falsas causan tanto daño a la democracia?* Obtenido de The Conversation : <https://theconversation.com/por-que-las-noticias-falsas-causan-tanto-dano-a-la-democracia-166557>
- Morales, J., Rodríguez, E., Reyes, C., & O'quinn, J. (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. *Espacios Públicos*, 183-205.
- Owen, D. (2018). *La última década y el futuro de la comunicación política: la hegemonía de las redes sociales*. Obtenido de OpenMind BBVA: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-ultima-decada-y-el-futuro-de-la-comunicacion-politica-la-hegemonia-de-las-redes-sociales/>
- Parra, P., & Olivero, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio*, 54-78.
- Pereda, C. (14 de marzo de 2016). *Las mentiras de Donald Trump*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2016/03/11/estados_unidos/1457725302_643360.html?outputType=amp
- Ramírez, S. (2018). La lengua en la pantalla. En S. Ramírez, *El discurso híbrido: Formas de escribir en la web* (págs. 17-57). Buenos Aires: Ediciones Ampersand.
- Ramírez, S. (2018). Lectura y escritura en pantalla. En S. Ramírez, *El discurso híbrido: Formas de escribir en la web* (págs. 59-123). Buenos Aires: Ediciones Ampersand.
- Rebolledo, R. (13 de enero de 2017). *9 razones por las que Obama será recordado*. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/9-razones-por-las-que-Obama-sera-recordado-20170113-0049.html>
- Ribero, F., & Pedreros, J. (2018). *Comunicación política: Una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.

- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1714-1728.
- Rodríguez, C., Mier, C., & Coronel, G. (2020). Fake news y política: Nuevos desafíos para las campañas electorales. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnología*, 351-362.
- Rodríguez, R. (2017). Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 831-859.
- RPP. (26 de julio de 2017). *¿Qué es el Obamacare y por qué Donald Trump lo quiere eliminar?* Obtenido de RPP Noticias : <https://rpp.pe/mundo/estados-unidos/que-es-el-obamacare-y-por-que-donald-trump-lo-quiere-eliminar-noticia-1066562>
- Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 1-17.
- Rubio, R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista de Derecho Político*, 191-228.
- Salas, C. (2019). La primera fake news de la historia. *Historia y comunicación social*, 411-431.
- Scolari, C. (2019). Tweetland: Nuevos formatos textuales en la cultura snack. *Observatorio de cultura y economía*, 5-29.
- Strassel, K. (27 de Octubre de 2016). *Grifters-in-Chief*. Obtenido de Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/grifters-in-chief-1477610771>
- Valadier, P. (2017). La posverdad, peligro para la democracia. *Revista de fomento social*, 297-304.
- Vargas, J. (2009). Del Gobierno por el pueblo a la posdemocracia económica transnacional, global y cosmopolita. *Cuadernos de Administración*, 39-55.
- Velásquez, P. (2017). El efecto Trump, causas y posibles derivaciones. *Muuch Xímbal*, 155-174.
- Vidal, G. (2010). Teoría democrática: Joseph Schumpeter y la síntesis moderna. *Argumentos: Estudios críticos de la sociedad*, 177-199.
- Wheeler, B. (27 de septiembre de 2016). *Las verdades y mentiras de lo que dijeron Clinton y Trump en el primer debate entre candidatos a la presidencia de EE.UU.*

Obtenido de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37484076.amp>

- WSJ. (27 de octubre de 2016). *The Cold Clinton Reality*. Obtenido de Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/the-cold-clinton-reality-1477608696>
- Ximénez, P. (16 de octubre de 2016). *Esto es lo que dijo Clinton en sus discursos pagados en Wall Street*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2016/10/15/actualidad/1476501877_372525.html?outputType=amp
- Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Quito: Abya-Yala.