

## Propaganda computacional en elecciones mexicanas

Diana Sánchez Romero, Universidad Autónoma Metropolitana

Esta investigación tiene como objetivo analizar la propaganda computacional en elecciones mexicanas durante el último lustro. En un sistema democrático representativo, los ciudadanos se apoyan fuertemente en los partidos y los candidatos para tomar decisiones a la hora de votar. Sin embargo, la manipulación del discurso político mediante automatización y técnicas de desinformación comprometen esta capacidad de decisión al distorsionar la información disponible. De acuerdo con Theocharis (2021), "los métodos computacionales en la comunicación política han permitido estudiar más a fondo cómo los datos digitales afectan la distribución de la participación política" (p. 15).

La propaganda computacional, se define como "manipulación política basada en cuentas automatizadas en redes sociales, creadas y operadas mediante software" (Givi et al, 2024:). La evidencia señala que "la información social que circula en plataformas digitales, como la retroalimentación en tiempo real sobre el comportamiento de los pares, puede estimular o deprimir la participación política" (Hale et al, 2018:15). En México, previamente se ha analizado la creación de "conversaciones mimetizadas" para manipular la opinión pública, utilizando estas plataformas para promover figuras políticas y mejorar su imagen sin enfocarse en los resultados reales de los programas sociales que promueven o dicen promover (Espinoza y Piña-García,2023). Es por ello por lo que esta investigación busca entender los mensajes automatizados, los temas que son enfatizados o minimizados, y cómo se influye en la opinión pública a través de la amplificación de ciertos discursos. Para ello, se recupera información de publicaciones en redes sociales a través de una interfaz que permite acceder a los mensajes y otras interacciones dentro de la plataforma programáticamente.

Los hallazgos se discutirán a la luz de la crisis de confianza en las instituciones democráticas y el concepto de *enfranchisement*, partiendo de la premisa de que la difusión de información sesgada y/o manipulada impide que los votantes ejerzan el derecho al voto de manera informada y libre de influencias externas. Se espera que los resultados de la investigación aporten a una reflexión más amplia sobre la necesidad de salvaguardar el derecho al voto de los ciudadanos frente a estas nuevas técnicas de manipulación.

### Referencias:

Espinoza, Armando y Carlos A. Piña-García. 2023. Propaganda and Manipulation in Mexico: A programmed, Coordinated and Manipulative "Pink" Campaign. *Journalism and Media* 4: 578–598. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4020037>

Givi, G.M., Delabays, R., Jacquemet, M. *et al.* On the robustness of democratic electoral processes to computational propaganda. *Sci Rep* 14, 193 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-50648-6>

Hale, S. A., Margetts, H., & Yasseri, T. (2018). How digital design shapes political participation: A natural experiment with social information. *PLoS ONE*, 13(5), e0196068. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0196068>

Theocharis, Y. (2021). Computational social science and the study of political communication. *Political Communication*, 38(1), 21-45. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1833121>