

La opinión pública internacional en el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa. Análisis desde la teoría de la complejidad y de la baja racionalidad

SONIA VALLE DE FRUTOS*

RESUMEN

Tradicionalmente la opinión pública internacional ha sido estudiada, desde la disciplina de las Relaciones Internacionales, en relación con los asuntos de seguridad y conflictos internacionales y la diplomacia pública, con una óptica basada fundamentalmente en el estudio de la política exterior de los estados. Conceptualmente se entendía como la suma de las opiniones públicas, desde el paradigma internacional estatocéntrico, y posteriormente desde la convergencia de las opiniones de los públicos internacionales con la influencia de los medios de comunicación tradicionales como agentes globalizadores y mediadores en la formación de los públicos internacionales. Con la llegada de la globalización digital, la opinión pública internacional se ha analizado desde teorías que se centran en la diplomacia pública, en la comunicación política y en teorías que enfatizan la dimensión social y colectiva del conocimiento para dar mayor amplitud al estudio de la integración y uso de las nuevas tecnologías. Sin embargo, hacen falta nuevos análisis en los que se tenga en cuenta el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa y su repercusión en la composición de los nuevos públicos digitales internacionales y que analicen cómo se articulan las opiniones públicas internacionales divergentes, como actor agregado que deriva en movimientos sociales.

El estudio tiene como objetivo describir las características de la opinión pública internacional digital como nuevo actor en la esfera virtual, considerando las contradicciones que la geopolítica de la desinformación puede generar sobre los públicos internacionales. Para su reflexión se toma como punto de partida la teoría de la complejidad de Rosenau (1978) a partir del concepto de actor de naturaleza de agregación accidental no deliberada para la descripción de la opinión pública digital internacional, así como la teoría de la racionalidad de baja información para la comprensión de la composición actual de los públicos digitales internacionales con baja formación e información.

Metodológicamente, se emplean los métodos descriptivo, analítico y comparativo. El primero y segundo, para describir la opinión pública internacional sustentada por los públicos internacionales, y para las analizar las teorías y su aplicación sobre estos. El tercero, para comparar datos cuantitativos de informes internacionales sobre el orden y el control de la información y la desinformación digital en el ciberespacio, a través de las redes sociales y el uso de la inteligencia artificial en una muestra que abarca ochenta y un países.

La primera parte del trabajo aborda las perspectivas sobre las que se ha estudiado la opinión pública internacional desde el paradigma de las Relaciones Internacionales, teniendo en cuenta la dificultad de su medición y la dimensión digital como aspecto clave del desafío. En la segunda parte se estudia el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa, con las estrategias de manipulación de la opinión pública internacional. En la tercera parte se analiza la composición de los públicos internacionales. En cuarto lugar, se describe la opinión pública internacional como actor transcultural desde la teoría de la racionalidad de baja información. En último término se incluyen los resultados y conclusiones, subrayando la aportación teórica del estudio.

PALABRAS CLAVE

Opinión pública internacional; desinformación; cultura común; públicos digitales internacionales; inteligencia artificial; geopolítica de la globalización; redes sociales.

TITLE

International public opinion in the context of the geopolitics of misinformative globalization. Analysis from the theory of complexity and low rationality

EXTENDED ABSTRACT

Traditionally, international public opinion, since International Relations studies exist, has been studied regarding international security and conflicts and public diplomacy through a point of view essentially based in the study of the States' foreign policy. Conceptually, from an estatocentric point of view, international public opinion was considered as a sum of individual public opinions, that will converge in a later stage, mostly influenced by the traditional mass media that act as mediators and globalizing agents.

DOI:

<https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2024.56.004>

Formato de citación recomendado:

VALLE DE FRUTOS, Sonia (2024). "La opinión pública internacional en el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa. Análisis desde la teoría de la complejidad y de la baja racionalidad", *Relaciones Internacionales*, n° 56, pp. 75-93

* Sonia VALLE DE FRUTOS,
Universidad Rey Juan Carlos (España).
Contacto: sonia.valle.defrutos@urjc.es

Recibido:
29/02/2024
Aceptado:
13/05/2024

After the arrival of digital globalization, public opinion has been analyzed through theories that focus on public diplomacy, highlighting the importance of listening and interacting with the foreign public to obtain information and take it into account in the decision making. In this sense, political communication theories classify organizational and political actors' messages, media content and the effects of the political behavior, while other theories that emphasize social dimension and collective knowledge amplify the study about the use and integration of new technologies.

However, new analyses are required that will consider the new geopolitical context of globalization, characterized by two main elements. On the one hand, the power of manipulation and virilization of social networks and artificial intelligence through their capacity to influence the political public sphere (Habermas, 2022; Colomina, 2022). On the other hand, the composition of the new international digital publics considering variables such as disinterest, ignorance and misinformation (Valle-De Frutos, 2023; Stijn van Kessel et al. 2021) and also analyzing how divergent international public opinions are articulated, considered as an aggregate actor that derives in social movements.

With the intention of uncovering the potential contradictions implied in the hyperconnectivity generated by digital globalization, the study's main purpose is to describe the characteristics of international digital public opinion, considered as an actor in the new virtual public sphere. For this, the paper takes its starting point in the theory of complexity of Rosenau (1978) and, notably, his concept of accidental aggregation of nature as a player as well as the rational theory of low information. This will allow us to understand the actual composition of the international digital public.

Concerning the methodology, descriptive, analytical, and comparative methods are employed. The first one, to describe the international public opinion supported by international audiences; the second, to analyze theories and their application to describe the composition of users; finally, the third, to compare indicators from international reports, which provide us with quantitative data on the order and control of information and digital misinformation in cyberspace. These are based on tools, strategies, and techniques for manipulating international information through social networks and the use of artificial intelligence, underpinned in a large sample of eighty-one countries.

The analysis is organized in three parts. Firstly, after analyzing the geopolitical misinformation from 2016 until 2023, it is concluded that the manipulation of the international public opinion through social media continues to be one of the biggest threats and a current trend of the democratic critic. The most used communication strategy consists of creating misinformation or manipulated media through fake news, memes, images or tampered videos, as well as other forms of misleading online content such as deepfake. Second, there is the use of trolling, doxing or online harassment to attack opponent politicians, activists or journalists in social media. Third, there is the strategy based on data to profile and address advertisements to specific segments of society political using ads that aim misinformation and false narratives. Finally, the least used strategy is based in the censure of speech and expression through a mass complaint of content and accounts. Additionally, conventional ways to control international information are used through four additional strategies: blocking sites and social media, connectivity restrictions, VPNs blocking, and forced content removal.

Moreover, the international public opinion can almost be seen as a true agent if we consider the influence that it can have in the digital geopolitical globalization. The cyberspace was considered, in the context of informative globalization, as a space of hyperconnectivity of the global society, with a potential access to information. This has had importance consequences which are, on the one hand, an excess of information or regular reports and, on the other hand, a bigger conscience about the international events, which doesn't necessarily mean a greater knowledge thereof. However, this first contradiction about the potential effects of hyperconnectivity doesn't automatically generate a common interest, knowledge or connection from the international public towards global challenges. In this regard, as the new media includes web 2.0, social media and logs are now characterized by their disconnection, their selflessness and the unknown.

Furthermore, contrary to traditional thesis about the international public being unstable and contracting in international or defense politics matters, other theories have claimed that the public can reach reasonable outcomes and have attitudes towards international relations, despite not having the complete information about global events. Since the release of theories like the rationality of low information, we can assume that the public can generate their own international images and arguments from various factors. Firstly, the structure of values and beliefs, which helps them to judge and guide their evaluations about international issues without any specific knowledge in one of the fundamental factors. In second place, the trust dimension, as a part of the structure of beliefs, is also a cultural factor that can determine the attitude and opinions towards international issues.

To conclude, it is set that international public opinion is a transcultural agent that transcends cultural borders, as if a natural agent of accidental aggregation, articulated and non-intentional, can become deliberate. This process can take place through a transformation of different phases. In the first phase, they spontaneously form groups of individuals with similar opinions about a specific matter coexisting in a determinate time. Meanwhile, this group formed by accidental aggregation can become, in a second phase, a deliberate aggregation when they believe that their opinions, shared with individuals from other countries, generate a conscience about a matter that can be made into a collective action. When this action achieves a continuity and a certain degree of structure and organization, it can assume the identity of a social movement, which usually has a leadership or a main voice. In this regard, the evolution or prediction of public behavior can be described through two transformations. The first one, related to cognitive character, in which the public acts following their idiosyncratic beliefs from the shared norms that could potentiate and produce a common cultural foundation. This determines and configures the transcultural international public opinion. Secondly, the relational character, which means that the international public or crowd is perceived as an expansion of the individual in a group identity, increasing the trust, respect, cooperation, and mutual help behavior, which would generate the creation of groups that could unleash collective actions and possible international movements.

KEYWORDS

International public opinion; disinformation; common culture; international digital publics; artificial intelligence; geopolitics of globalization; social networks..



Introducción

Tradicionalmente la opinión pública internacional ha sido estudiada desde la escuela de las Relaciones Internacionales como la suma de las opiniones públicas dentro del paradigma estatocéntrico del realismo político (Foulke, 1914) y posteriormente ha sido considerada como la convergencia de las opiniones de los públicos internacionales (Truyol y Serra, 1987; Merle, 1987; Calduch, 1991, 2017), teniendo como punto de mira la influencia de los medios de comunicación tradicionales como agentes globalizadores y mediadores en la formación de los públicos internacionales.

Con la llegada de la globalización digital, la opinión pública internacional se sigue analizando en teorías que se centran en la diplomacia pública, destacando la importancia de escuchar e interactuar con el público extranjero para obtener información e incorporarla en la toma de decisiones (Cull, 2019; Moya, 2007); en teorías sobre la comunicación política, clasificando los mensajes de actores políticos y organizaciones, los contenidos de los medios y los efectos en el comportamiento político (Norris, 2001); y en el marco de teorías que enfatizan la dimensión social y colectiva del conocimiento para dar mayor amplitud al estudio de la integración y uso de las nuevas tecnologías (Wertheim, 2019).

Sin embargo, se requieren de nuevos análisis donde se tenga en cuenta el contexto de la nueva geopolítica de la globalización, marcado por el desorden informativo e influenciado por dos elementos. Por un lado, el poder de manipulación y viralización de las redes sociales y de la inteligencia artificial mediante su capacidad de influencia en la esfera pública política (Habermas, 2022; Colomina, 2022). Por otro, la composición de los nuevos públicos digitales internacionales considerando variables como el desinterés, el desconocimiento y la desinformación (Valle-De Frutos, 2024; van Kessel et al., 2021) y donde se estudie cómo la desinformación puede repercutir en la generación de una opinión pública internacional divergente, condicionada por factores como la baja formación e información de los públicos.

Con la intención de descubrir las potenciales contradicciones que implica el proceso de hiperconectividad generada por la globalización digital, el estudio tiene como objetivo describir las características de la opinión pública internacional digital como actor en la nueva esfera pública virtual. Para su reflexión se toman como punto de partida dos teorías. Por un lado, la teoría de la complejidad de Rosenau (1979) a partir del concepto de actor de naturaleza de agregación accidental no deliberada, como herramienta para la descripción de la opinión pública digital internacional. Por otro lado, la teoría de la racionalidad de baja información para la comprensión de la composición actual de los públicos digitales internacionales, actores principales de la opinión pública internacional transcultural.

Metodológicamente, se emplean los métodos descriptivo, analítico y comparativo. El primero, para describir la opinión pública internacional sustentada por los públicos internacionales. El segundo, para analizar las teorías y su aplicación para describir la composición de los usuarios. El tercero, para comparar indicadores de informes internacionales, que, como fuentes científicas, nos facilitan datos cuantitativos sobre el orden y control de la información y desinformación digital en el ciberespacio, basados en herramientas, estrategias y técnicas de manipulación de las informaciones internacionales a través de las redes sociales y el uso de la inteligencia artificial,

todo esto en una muestra que abarca ochenta y un países.

La primera parte del trabajo aborda las perspectivas sobre las que se ha estudiado la opinión pública internacional desde la disciplina de las Relaciones Internacionales, teniendo en cuenta la dificultad de su medición y la dimensión digital como aspecto clave del desafío. Se analiza la opinión pública internacional utilizando como referencia el concepto de naturaleza de agregación accidental no deliberada. En la segunda parte se estudia la geopolítica de la globalización desinformativa, como contexto donde se llevan a cabo estrategias comunicativas mediante la introducción de las redes sociales como fuentes de información, desinformación y manipulación de los públicos internacionales. En la tercera parte, se analiza la composición de los públicos internacionales, incluyendo varios informes que describen a los públicos en relación con los medios de comunicación internacionales. En cuarto lugar, se describe la opinión pública internacional como un actor transcultural desde la teoría de la racionalidad de baja información. En último término, se incluyen los resultados y las conclusiones que se alcanzadas, subrayando la aportación teórica del estudio.

I. Perspectivas de análisis de la opinión pública internacional

Tradicionalmente la opinión pública internacional ha sido abordada, desde la disciplina de las Relaciones Internacionales, con relación a los asuntos de seguridad y conflictos internacionales (Battistelli, 2007; Berinsky, 2015) y a la diplomacia pública (Haefele, 2001; Ross, 2003; Moya, 2007) a través de una óptica basada fundamentalmente en la perspectiva de la política exterior de los estados, considerando a este último como el actor internacional principal de las relaciones internacionales. Desde el punto de vista conceptual, se definía la opinión pública internacional como la suma de las opiniones públicas desde el punto de vista del paradigma estatocéntrico.

Con la influencia de otros actores internacionales, entre ellos el individuo, y la inclusión de otros paradigmas como la sociología histórica para el análisis de las relaciones internacionales, la opinión pública internacional se entiende como la convergencia de las opiniones e intereses de los públicos internacionales sobre un tema determinado (Truyol y Serra, 1987; Merle, 1987; Calduch, 1991, 2017). Tuyol y Serra presenta tres características de la opinión pública internacional: a) fenómeno nuevo que “ningún estado particular puede controlar”; b) constituye la única sanción moral internacional con la que el individuo puede tener influencia en la sociedad internacional; c) “es algo espontáneo, que refleja la conciencia de un grupo mayor o menor de hombres frente a los problemas de la vida colectiva, nacional e internacional” (1987, p. 169). Por otro lado, Calduch (1991, 2017) sostiene que constituyen las opiniones públicas internacionales el conjunto de opiniones sustentadas por los diversos públicos internacionales, basadas en valoraciones comunes sobre los acontecimientos internacionales a partir de la información internacional recibida.

Desde el punto de vista tradicional, la opinión pública internacional se define como el conjunto de valores y legitimidad de las opiniones públicas nacionales hacia las elites políticas internacionales. Por su parte, Merle (1987) entiende la opinión pública internacional como la convergencia de las opiniones públicas nacionales en torno a un tema de carácter internacional, considerando que la convergencia se establece entre los puntos de vista de los representantes



cualificados de las diferentes colectividades nacionales y las diversas opiniones públicas nacionales sobre un mismo tema. Dentro de esta perspectiva, se tiene como punto de mira la influencia de los medios de comunicación tradicionales como agentes globalizadores y mediadores en la formación de los públicos internacionales.

Desde el punto de vista cuantitativo, la opinión pública internacional ha sido medida en pocos estudios. Cabe destacar al respecto el índice de la opinión pública internacional elaborada por Elizabeth Hann Hastings y Philip K. Hastings (1996). Este índice llegó a abarcar hasta setenta y un países en los que se realizaron encuestas sobre una amplia gama de temas políticos, sociales y económicos, haciendo referencia a ciento cinco países y regiones. Los datos recopilados por ciento noventa empresas de investigación dieron como resultado la recopilación más completa de la opinión pública internacional durante el periodo de 1978 hasta 1996. Las preguntas de la encuestas tratan una amplia mezcla de temas sociales, políticos y económicos de interés contemporáneo e histórico: agricultura, negocios, industria, crimen y justicia, asuntos económicos, educación, energía, medio ambiente, gobierno, salud y medicina, relaciones internacionales, trabajo, matrimonio y familia, medios de comunicación, asuntos militares, estados nación, política, recreación y entretenimiento, religión, ciencia y tecnología, asuntos y problemas sociales, estatus y rol y transporte. Entre los aspectos más destacados se encuentran los datos de encuestas sobre las pruebas nucleares en los atolones, el terrorismo en Canadá y los Estados Unidos, los líderes empresariales europeos, las relaciones internacionales en el Lejano Oriente y el bombardeo de Hiroshima y Nagasaki por parte de los Estados Unidos. En el índice quedaba reflejado el concepto de opinión pública internacional como la suma de las opiniones de los distintos estados nación, como parte también del paradigma del realismo político, donde los actores principales de la geopolítica internacional eran los estados y donde el individuo no era considerado como actor fundamental en las relaciones internacionales.

No obstante, actualmente, la medición de la opinión pública internacional sigue siendo un desafío (Moceri, 2017, p. 133) por dos motivos. Por un lado, desde el punto de vista técnico, hacen falta estudios longitudinales a nivel internacional, lo cual limita la validez comparativa de las encuestas efectuadas a cabo a nivel nacional, impidiendo llevar a cabo estudios comparativos debido a las diferentes metodologías empleadas en cada país. Por otro lado, desde el punto de vista conceptual, la opinión pública internacional puede ser cuestionada, en tanto que se pueda poner en duda lo que actualmente se entiende por interés común, interés nacional e interés global y si existe realmente una opinión pública que vaya más allá de las opiniones nacionales. Tampoco es fácil comparar la opinión pública basada en encuestas de opinión y la opinión pública digital expresada en las múltiples formas que el ciberespacio otorga a los públicos internacionales.

En este sentido, hay escasos estudios que aborden encuestas sobre preocupaciones globales y que empleen para ello una perspectiva centrada en el proceso de democratización mundial (Wike y Janell, 2021). Teniendo en cuenta que la opinión pública internacional está condicionada por el interés común, algunos estudios destacan que determinados intereses y preocupaciones coinciden y convergen por áreas geográficas, como resaltan los estudios longitudinales del *Pew Research Center* sobre las preocupaciones y temores globales. Por otra parte, se pueden medir los intereses a través los asuntos que causan un mayor interés internacional mediante la plataforma de *Google trends*. Si bien hay instituciones encargadas de medir la opinión pública a nivel regional

como el Eurobarómetro en la Unión Europea, el Latinobarómetro en América Latina, el Índice de opinión pública árabe elaborado por el Centro Árabe de Washington DC y por el Centro Árabe de Investigación y Estudios Políticos (ACRPS) sobre las preocupaciones de los árabes; escasas instituciones se encargan de realizar estudios longitudinales para medir la opinión pública internacional, lo que impide disponer de análisis sobre el interés común en determinadas temáticas a nivel mundial. Recientemente, se están empezando a realizar investigaciones de la opinión pública internacional por dimensiones, como, por ejemplo, el Barómetro de la desinformación sobre los discursos de odio (2021).

La dificultad de medir la opinión pública internacional no deja de lado la posibilidad de estudiar y reflexionar sobre sus contradicciones en el contexto del proceso de globalización en el que se ve inmersa, o sus amenazas y contradicciones con respecto a la nueva geopolítica desinformativa, así como su formación. Para ello, rescatamos el concepto de agregación accidental (Rosenau, 1979, p. 225) entendida como “una multiplicidad de microunidades que manifiestan un comportamiento idéntico para satisfacer sus fines personales propios. Cada acción está destinada a servir a las necesidades de cada microunidad o hacer progresar sus objetivos individuales”. En este sentido, los públicos internacionales —como actores que participan en la esfera pública política consumiendo y creando mensajes a modo de *prosumers*, aun compuestos de acciones similares con objetivos diferentes— implicarían la suma de acciones individuales simultáneas y especialmente la conciencia y publicidad de estas acciones transmitidas de forma internacional. La naturaleza agregada que constituyen las actividades turísticas, según Rosenau, podría semejarse al comportamiento agregado de los públicos internacionales. Otra característica de la agregación accidental es que las microunidades pueden constituir “parámetros básicos de macroprocesos” en la medida en que son estructuras profundas no articuladas por los líderes. Pero es la brecha entre la agregación accidental y su activación en la agenda política mundial lo que revela estas estructuras. La congruencia entre las preferencias y las políticas públicas es fundamental en las democracias representativas. De especial relevancia al respecto son las perspectivas de investigación sobre la correspondencia entre los insumos de las preferencias públicas y los resultados de las políticas públicas, particularmente cuando no pueden ser evaluadas directamente (Wlezien, 1995, 2017).

La agregación accidental podría equivaler a lo que se ha denominado en otras ciencias sociales como la Sociología o la Psicología social, la multitud, entendida como aquellas situaciones en las que un gran número de personas coexisten en un espacio determinado y en un momento dado (Hopkins et al., 2016, 2019). En la agregación accidental los individuos pueden adoptar una identidad compartida con un marco de referencia común basado en normas y valores colectivos, que permiten adoptar la misma perspectiva basada en las creencias y valores del grupo. En este sentido, el concepto de agregación accidental es útil para definir y entender la articulación de la opinión pública internacional.

Por otra parte, la agregación deliberada es descrita por Rosenau como “la conducta identificada por las microunidades realizadas al mismo tiempo y diseñadas explícitamente para tener consecuencias sobre las macroestructuras” (1979, p. 226). Como ejemplo se indican los esfuerzos de un gobierno para motivar a los ciudadanos en tiempos de guerra o los esfuerzos de los opositores para incitar protestas públicas contra la participación militar. Este concepto sirve como nexo para entender cómo se articula la desinformación como fenómeno organizado.



2. Geopolítica de la globalización desinformativa

Aunque el concepto de geopolítica ha sido atribuido al politólogo Rudolf Kjellén a inicios del siglo XX (Fabián, 2014, pp. 126-127), haciendo referencia a la influencia de la geografía sobre las relaciones de poder a nivel internacional, en la actualidad, el concepto ha derivado en estudios como la geopolítica de la tecnología (Maydeu-Olivares, 2023), la geopolítica de la desinformación (Badillo, 2019; Colomina, 2022) y la geopolítica de la globalización (Calduch, 2023), entre otros. La geopolítica hace referencia a aquellos acontecimientos relacionados con las relaciones internacionales y la articulación del poder político de los diferentes estados y territorios, siendo el espacio cibernético el lugar donde se instaura el poder virtual.

Actualmente la desinformación forma parte tanto de la geopolítica como de la globalización. En el contexto tradicional de la disciplina de las Relaciones Internacionales, este término hace referencia a:

“la difusión deliberada de información falsa o desequilibrada por parte de estados extranjeros (o actores no estatales pertinentes) con el objetivo primordial de confundir e inducir a error, de sembrar el desacuerdo y la discordia entre sectores de la población de otros países. El objetivo del estado desinformativo es beneficiarse estratégicamente de otras decisiones gubernamentales que resultan de estos desacuerdos y, en última instancia, aumentar la propia influencia internacional relativa” (Gerrits, 2018, pp. 4-5).

Por tanto, la desinformación es considerada como un fenómeno organizado, entendido como el “modo de manipulación organizado, estructurado, planificado minuciosamente, que responde a una estrategia concreta y con objetivos políticos muy claros” (Rodríguez Andrés, 2018, p. 240). Este fenómeno es complementario al concepto de control de influencia u operaciones de influencia, definido como “los esfuerzos por influir en el debate público o político y en los procesos de toma de decisiones que se basan, en parte o en su totalidad, en actividades encubiertas” (Nimmo, 2020, p. 10).

En este nuevo orden desinformativo, que convierte a internet en el nuevo territorio geoestratégico, las redes sociales son el nuevo instrumento de poder geopolítico que rompe con las hegemonías de los actores tradicionales internacionales y donde el debate de la salud de la democracia está vinculado al análisis del impacto que la digitalización tiene sobre el contrato social (Wardle y Derakhshan, 2017; Colomina, 2022, p. 6; Badillo, 2019, p. 30; Maydeu-Olivares, 2023):

“En la actualidad las principales capacidades para ejercer el poder virtual son: a) las de innovación y desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, y b) la creación, control y gestión de los flujos de información que circulan por el ciberespacio, y c) la manipulación de la hiperconectividad

individual y social que se produce en la sociedad virtual”
(Calduch, 2023, pp. 12-13).

A pesar de que hay mucha literatura sobre la desinformación y el orden informativo, escasean los modelos que puedan servir para el análisis de la geopolítica de la desinformación y más aún sobre el impacto de esta en los usuarios y, por tanto, en la opinión pública internacional. Cabe destacar al respecto los modelos de Badillo (2019) y de Nimmo (2020). En el de Badillo se incluyen tres niveles de análisis. Un primer nivel, estratégico, de toma de decisiones y elección de medios. Un segundo nivel, operativo, de recolección de información y de producción de contenido para las redes. Y un tercer y último nivel de difusión de los contenidos a partir tanto de recursos propios de los agentes de los niveles anteriores como de la intervención de otros actores sociales, afines o no y conscientes o no de su participación en el ciclo. En el contexto del análisis de este artículo nos referimos al nivel estratégico.

En cuanto a informes que dispongan de datos para describir el control y las estrategias utilizadas para generar desinformación a nivel internacional se han seleccionado los informes titulados *Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation (2020)* y *Freedom on the Net. The Repressive Power of Artificial Intelligence* de Freedom House (2023), fuentes de donde se extrae la muestra por ser similares en cuanto a la unidad de análisis. El primero analiza ochenta y un países durante el periodo 2016 y 2020, y el segundo incluye a setenta y un países entre 2022 y 2023.

En el primer informe, donde se concluye que la manipulación de la opinión pública a través de las redes sociales sigue siendo una amenaza y una tendencia crítica para la democracia, se realiza una monitorización de la organización global de la manipulación en las redes sociales por parte de gobiernos y partidos políticos en una muestra de ochenta y un países, así como las diversas empresas privadas y otras organizaciones con las que trabajaba para difundir desinformación, y se destacan tres tendencias recientes de la propaganda computacional y de la evolución de las herramientas, capacidades, estrategias y recursos utilizados para manipular la opinión pública internacional.

La primera tendencia es el aumento global de la actividad de los actores políticos con el objetivo de manipular la opinión pública online, utilizando las redes sociales para difundir propaganda y desinformación política. De los setenta países identificados con este tipo de actividad en 2019, se ha pasado a ochenta y uno en el 2020. Este tipo de actores políticos o *cibertropas* utilizan diversas estrategias de comunicación que se pueden clasificar en cuatro categorías (Bradshaw et al., 2020, p. 15). El primer tipo de estrategia de comunicación es la creación de desinformación o medios manipulados. Esto incluye la creación de noticias falsas, memes, imágenes o vídeos manipulados, u otras formas de contenido engañoso en línea. Se trata de la categoría más destacada de estrategia de comunicación, utilizada en setenta y seis países de los ochenta y uno, con la difusión de la desinformación y otros medios de manipulación como parte de sus campañas (véase el gráfico 1). Dentro de esta estrategia se incluye el uso de la tecnología *deep fake* para difundir desinformación, aunque en el informe se encontraron pocos ejemplos del uso de esta tecnología para la manipulación política, siendo la manipulación de imágenes y vídeos la estrategia más utilizada. La segunda estrategia de comunicación está basada en datos para perfilar



y dirigirse a segmentos específicos de la población con anuncios políticos a través del uso de la publicidad con fines de desinformación y narrativas falsas. En treinta países de los ochenta y uno, se identificaron casos de estrategias basadas en datos (véase el gráfico 1). El tercer tipo de estrategia adoptada por las *cibertropas* es el uso del *trolling*, *doxing* o acoso en línea. En cincuenta y nueve de los ochenta y un países que cubren la muestra, se encontraron pruebas del uso de *trolls* para atacar a opositores políticos, activistas o periodistas en las redes sociales (véase el gráfico 1). La cuarta estrategia de comunicación se basa en la censura del discurso y de la expresión mediante la denuncia masiva de contenidos o cuentas. Las publicaciones de activistas, disidentes políticos o periodistas pueden ser denunciados por una red coordinada de *ciber cuerpos* para burlar los sistemas automatizados que utilizan las redes sociales para marcar, degradar o retirar contenido inapropiado. En siete de los ochenta y un países cubiertos se detectaron pruebas de la denuncia masiva de contenidos y cuentas.

La segunda tendencia, las empresas de redes sociales han tomado medidas importantes para combatir el uso indebido de sus plataformas por parte de las tropas cibernéticas. Los anuncios públicos de Facebook y X (antes Twitter) entre enero de 2019 y diciembre de 2020 revelaron que más de 317.000 cuentas y páginas habían sido eliminadas por las plataformas. No obstante, se han gastado casi diez millones de dólares en anuncios políticos por parte de las tropas cibernéticas que operan globalmente.

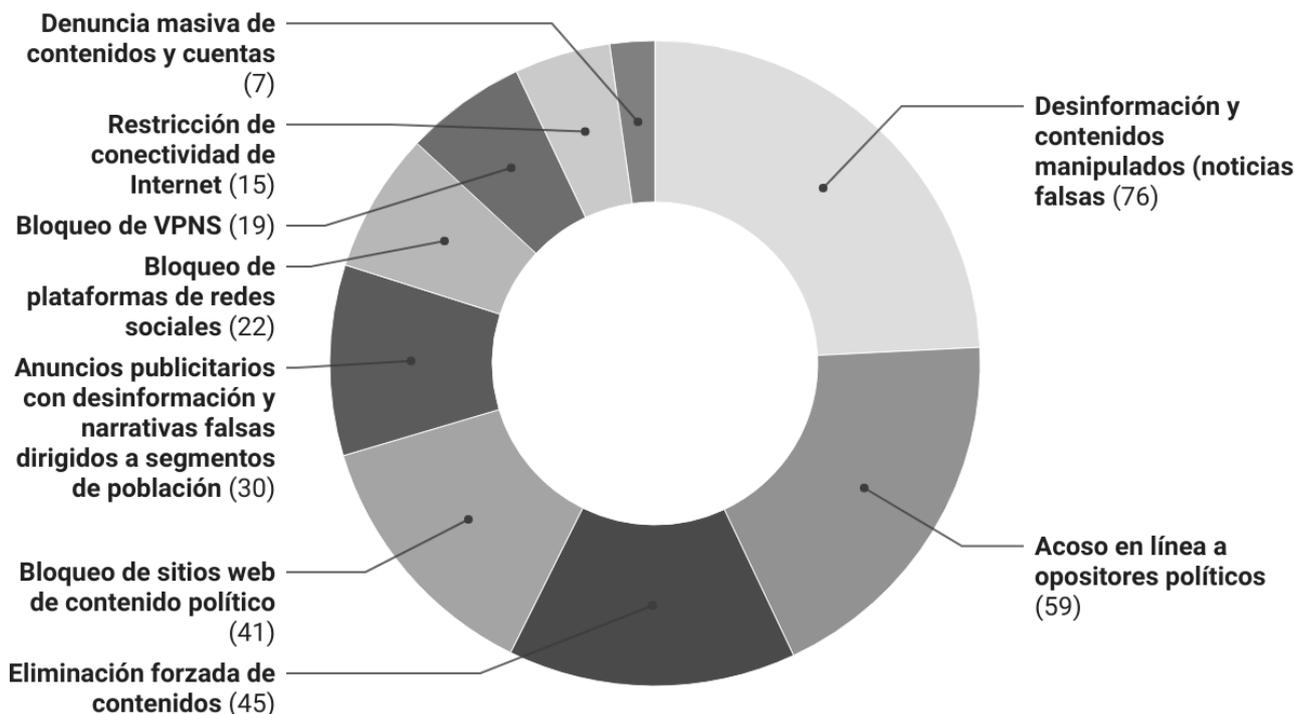
La tercera tendencia es que las empresas privadas realizan cada vez más campañas de manipulación. Durante el año 2019, se encontraron cuarenta y ocho casos de empresas privadas que desplegaron propaganda computacional en nombre de un actor político. Desde 2018 ha habido más de sesenta y cinco empresas que han ofrecido el servicio de propaganda computacional. En total, se indica en el informe que se gastaron casi sesenta millones de dólares en la contratación de estas empresas desde 2009.

En cuanto al Informe de *Freedom House* (2023), que se utiliza para identificar el uso de la desinformación a través de la inteligencia artificial (IA) como herramienta de comunicación por parte de los políticos, destacamos cinco estrategias. En primer lugar, al menos cuarenta y cinco gobiernos de los setenta y un países cubiertos en la muestra (véase el gráfico 1) desplegaron comentaristas para manipular las discusiones en línea a su favor y eliminar contenidos de forma forzada en 2023, lo que viene a ser el doble que hace una década. Las herramientas basadas en IA —que pueden generar texto, audio e imágenes— se han vuelto rápidamente más sofisticadas, accesibles y fáciles de usar, lo que ha provocado una preocupante escalada de estas tácticas de desinformación. En segundo lugar, durante 2022, la IA se utilizó en al menos dieciséis países para sembrar dudas, difamar a los opositores o influir en el debate público. En esta misma línea, en tercer lugar, la IA ha permitido a los gobiernos mejorar y refinar su censura en línea. Los gobiernos autoritarios más avanzados técnicamente han respondido a las innovaciones en la tecnología de *chatbots* desarrollados por la IA, intentando garantizar que las aplicaciones cumplan o fortalezcan sus sistemas de censura. Los marcos legales en al menos veintidós países (véase el gráfico 1) obligan o incentivan a las plataformas digitales a implementar el aprendizaje automático para eliminar el discurso político, social y religioso desfavorecido, mediante el bloqueo de las redes.

Sin embargo, la IA no ha sustituido por completo a los métodos más antiguos de control

de la información. Así, en cuarto lugar, en cuarenta y un gobiernos de los setenta y uno cubiertos en la muestra (véase el gráfico 1) se bloquearon sitios web con contenido que debería estar protegido por las normas de libertad de expresión del derecho internacional. Por último, en diecinueve países, se empleó el bloqueo de VPNs y en quince se restringió la conectividad de Internet. Incluso en entornos más democráticos como Estados Unidos y Europa, los gobiernos consideraron o impusieron restricciones al acceso a sitios web y plataformas de redes sociales destacados, un enfoque improductivo ante las preocupaciones sobre la interferencia extranjera, la desinformación y la seguridad en línea.

Gráfico 1. Estrategias de manipulación de la opinión pública internacional



Creado con Datawrapper

Fuente: elaboración propia a partir de los informes *Freedom House* (2023) e *Industrialized Disinformation: Global Inventory of Organized Social Media Manipulation* (2020)

Por otro lado, la manipulación de la opinión pública internacional también está siendo desafiada por las principales plataformas de redes sociales —Facebook, Instagram, TikTok, X y YouTube— abordando la moderación del contenido manipulado o generado por la IA en sus condiciones de uso, y explorando cómo abordan su riesgo potencial de convertirse en información errónea y desinformación. Sin embargo, las políticas generales sobre la desinformación generada por la IA en las plataformas son divergentes (EUdisinfoLab, 2023). Solamente las redes de Facebook y TikTok mencionan la IA (incluidos los *deepfakes* en el caso de Facebook) directamente en sus políticas destinadas a abordar la desinformación. Las plataformas de TikTok y X abordan explícitamente “medios sintéticos” o manipulados con IA en sus políticas sobre medios manipulados y engañosos,



distinguiendo entre usos permitidos y prohibidos. También existe una tendencia creciente entre las plataformas a incorporar pautas específicas para el contenido alterado o generado por IA, como recientemente ha hecho YouTube o Meta, aunque suelen referirse a imágenes o vídeos y no concretamente al texto generado por la IA.

Una característica importante de la organización de las campañas de manipulación de la opinión pública internacional (Bradshaw et al., 2020, p. 9) es que las tropas cibernéticas suelen trabajar con organizaciones de la sociedad civil, subculturas de internet, grupos de jóvenes, colectivos de hackers, movimientos marginales, personas influyentes en las redes sociales y voluntarios que apoyan ideológicamente una causa. Y la distinción entre estos grupos puede ser a menudo difícil de dibujar, especialmente porque las actividades pueden estar implícita y explícitamente sancionadas por el estado. En este sentido, el concepto de desinformación, que indicábamos al inicio del apartado —donde el estado era el principal actor encargado de crear estrategias de comunicación para controlar la opinión pública internacional— se ve modificado actualmente con el aumento de la participación de la sociedad civil, desfavoreciendo su participación política como ciudadanos en la esfera pública política.

3. Composición de los públicos internacionales ante el nuevo espacio digital

La opinión pública internacional puede llegar a convertirse en un verdadero actor desde el punto de vista de la influencia que puede ejercer en la geopolítica de la globalización digital. El nuevo espacio digital, compuesto de diferentes ciberculturas como actores sin intermediación, genera una ruptura con respecto a la autoridad que tradicionalmente ejercían las élites políticas y los medios de comunicación como mediadores entre los políticos y la ciudadanía. El nuevo espacio digital está formado no solamente por grupos de élites políticas, económicas, culturales y sociales, sino también por grupos de interés y por *influencers*, que llegan a convertirse en élites políticas e incluso en representantes de los estados, como es el caso del nuevo presidente del Estado salvadoreño.

Actualmente, la opinión pública internacional trasciende las fronteras estatales convirtiéndose en un actor condicionado por las fuerzas de la globalización que, incluida una mayor movilidad, urbanización y conectividad, están aumentando la conciencia y la prominencia de una amplia gama de grupos que trascienden las fronteras nacionales y que están facilitando que las personas se organicen en torno a intereses y valores comunes.

El ciberespacio ha supuesto para la globalización informativa un espacio de hiperconectividad de la ciudadanía mundial, con un potencial acceso a la información que ha traído como consecuencias, por un lado, un exceso de información o infodemia (Krause et al., 2022) entendida, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), como “sobrereabundancia de información, alguna rigurosa y otra no, que hace que para las personas sea difícil encontrar recursos fidedignos y una guía de confianza cuando la necesitan”; y, por otro lado, una desinformación amplificada por herramientas digitales como las redes sociales. Por último, esto ha generado una mayor conciencia sobre los acontecimientos internacionales, pero no necesariamente un mayor conocimiento sobre los mismos. De ahí que se derive una primera contradicción sobre los efectos potenciales de la

hiperconectividad en relación a la creación de una opinión pública internacional. “La progresiva universalización del acceso permanente y ubicuo a las redes ha convertido internet en un nuevo territorio geoestratégico” (Badillo, 2019, p. 30) que en un principio se pensaba, por parte de los organismos internacionales, que mejoraría el acceso a la información, teniendo de este modo la posibilidad de

“acceder a un sistema democrático real, con acceso libre a información sobre la toma de decisiones en materia de política interna y externa de los países y, en consecuencia, se construye una ciudadanía participativa e informada de temas de interés público” (Fabian, 2014, p. 132).

Sin embargo, esto conlleva efectos contrarios, tal y como hemos apreciado en el apartado anterior, desfavorecidos por las estrategias de manipulación de la opinión pública.

Por otra parte, la hiperconectividad no genera automáticamente en los públicos internacionales un interés común hacia los desafíos globales, ni tampoco un mayor conocimiento o conexión, factores todos ellos fundamentales para la formación de una opinión pública global. A tenor de los datos que disponemos actualmente sobre la composición de los públicos internacionales, tanto el informe de Reuters Institute (2022), como el informe de la Knight Foundation (2023) y el informe de Hootsuite (2022) coinciden en la radiografía que marca y describe a los nuevos usuarios de los medios tradicionales, así como los de los nuevos medios que incluyen la web 2.0, es decir, las redes sociales y las bitácoras, que podemos denominar las tres D: Desconexión, Desinterés y Desconocimiento (Valle-De Frutos, 2024).

En primer lugar, la desconexión, la aparición de una minoría de ciudadanos activos online, muchos de ellos jóvenes o con menor nivel educativo, que en gran medida se han desconectado de las noticias, tal vez porque sienten que no se trata de algo relevante para sus vidas.

En segundo lugar, el desinterés, un declive generalizado en el interés y en el consumo de noticias, que afecta a un grupo mucho más grande y puede vincularse a los cambios estructurales en el modo en que se distribuyen las noticias, la transición hacia lo digital, la naturaleza misma del ciclo informativo o ambas cuestiones. Según el informe de Reuters (2022, p. 13) los usuarios que evitan selectivamente las noticias esgrimen diversas razones: a) fatiga informativa. En todos los mercados, muchos usuarios afirman desanimarse frente a lo reiterativo de la agenda informativa (especialmente, con asuntos de política y del covid-19) o que suelen sentirse agotados por las noticias (29%); b) fiabilidad. Una proporción significativa dice que evita las noticias porque no las considera fiables (29%); c) efectos afectivos. Alrededor de un tercio de los encuestados (36%), sobre todo menores de treinta y cinco años, sostienen que las noticias les bajan el ánimo, les provocan discusiones que preferirían eludir (17%) o les generan sensación de impotencia (16%).

En tercer lugar, el desconocimiento o falta de comprensión de los contenidos (informe Reuters, 2022, p. 13). Una pequeña porción de encuestados enfatiza que no tiene suficiente tiempo para consumir noticias (14%) o que resultan demasiado difíciles de entender (8%). Por otro lado, se aprecia un desinterés por los contenidos duros o *hard news*. Estos hallazgos suponen un reto



especial para los medios. Los temas que para los periodistas son más importantes —como las crisis políticas, los conflictos internacionales, las pandemias y las catástrofes climáticas— parecen ser precisamente los que alejan de las noticias a algunas personas, sobre todo a los jóvenes y a quienes resulta más difícil llegar y comprender.

4. La opinión pública internacional como actor transcultural

La geopolítica de la desinformación afecta directamente a la dimensión cultural, en general, y a la opinión pública internacional, en particular. Ante la globalización desinformativa, donde los públicos carecen de interés, de conexión con las elites de las instituciones políticas y desconocimiento, es necesario encontrar teorías que aporten rasgos para caracterizar el comportamiento de los públicos internacionales y comprenderlo y predecirlo para poder llevar a cabo propuestas con el fin de mejorar la comunicación y de encontrar buenas formas de conectarse para obtener un mayor apoyo de la ciudadanía mundial.

Frente a las tradicionales tesis que afirman que los públicos internacionales son inestables y contradictorios en cuestiones de política internacional o de defensa, se han confirmado otras teorías que sostienen que los públicos pueden llegar a conclusiones razonables y tener actitudes sobre las relaciones internacionales a pesar de no tener información completa sobre los acontecimientos globales. Actualmente, dada la composición descrita de los públicos internacionales, nos encontraríamos en esta situación. Esta tesis daría respuesta a cómo actúan los públicos internacionales ante la globalización desinformativa. Desde las teorías de la racionalidad de baja información se puede deducir que los públicos pueden generar sus imágenes y argumentos internacionales a partir de varios factores.

Por un lado, desde un nivel más superficial, el papel que juegan los grupos de interés es principalmente importante para la opinión pública internacional a través de los argumentos que transmiten. Estudios recientes (Dür, 2019) confirman que este efecto es particularmente amplio en las personas con poca información sobre una política internacional determinada. Por el contrario, los grupos de interés solo tienen un efecto menor como señales de origen. Ni siquiera para las personas con alta confianza en un grupo de interés cambia este hallazgo. El hecho de que los argumentos afecten independientemente de las fuentes de información es particularmente importante, dada la opinión generalizada de que las personas solamente creen en los marcos de información que provienen de fuentes que perciben como creíbles (Druckman, 2001, p. 1045). Otros análisis basados en las teorías de los modelos de influencia de arriba abajo sobre el estudio de la política exterior confirman que el público internacional está quizás mejor equipado para adoptar juicios en asuntos exteriores de lo que afirman muchos de estos modelos (Kertzer y Zeitsoff, 2017).

Por otro lado, desde un nivel más profundo, la estructura de valores y creencias que les sirven a los públicos internacionales como marco de referencia para emitir juicios y guiar sus evaluaciones sobre cuestiones internacionales, sin tener conocimiento concreto, es uno de los factores fundamentales. La dimensión cultural puede ser el prerrequisito que matiza y mediatiza las opiniones y evaluaciones de la información internacional. Teniendo en cuenta que la variación

intercultural es restringida (Inglehart y Welzel, 2005), el cambio de los valores de supervivencia, vinculados con un creciente sentido de seguridad existencial y autonomía humana a los valores de autoexpresión —relacionados a su vez con la prioridad a la protección del medio ambiente, la creciente tolerancia hacia los extranjeros, los gays y las lesbianas y la igualdad de género— y las crecientes demandas de participación en la toma de decisiones en la vida económica y política, podría conducir a la creación de una cultura humanista de tolerancia y confianza, donde las personas otorguen un valor relativamente alto a la libertad individual y a la autoexpresión, presentando orientaciones activistas políticas.

La confianza, como parte de la estructura de las creencias es también un factor cultural que puede determinar la actitud y las opiniones sobre las cuestiones internacionales. El concepto de confianza internacional (Brewer et al., 2004) ha sido definido como creencias generalizadas estables, internamente consistentes de un estado sobre otros que incluyen, desde el internacionalismo al aislacionismo, la percepción de las determinadas naciones extranjeras como hostiles y amenazantes o por el contrario amigables y cooperativas. El papel de la confianza internacional en la formación de la opinión puede ser coherente con las teorías de la racionalidad de la baja información, pero las interpretaciones que compiten entre sí también pueden tener una interferencia en la creación de la opinión. El público internacional (Connaughton y Moncus, 2020) apoya ampliamente los principios de la cooperación internacional en medio de desafíos comunes como el cambio climático y el brote de coronavirus. Pero el apoyo a la cooperación internacional —así como a las instituciones internacionales clave— puede variar significativamente dependiendo del grado de confianza que los individuos tienden a depositar en los demás.

Sin embargo, contrariamente a la tesis de Inglehart y Welzel según la cual tenderíamos hacia una cultura humanista de tolerancia y confianza, podríamos interpretar, a partir de los datos de los barómetros de confianza (Edelman, 2017, 2018, 2020, 2021) que actualmente nos encontramos en un giro cultural, donde la confianza está en crisis a nivel internacional. La confianza de la población en general hacia cuatro instituciones clave en la sociedad internacional (empresas, gobierno, ONG y medios de comunicación) ha disminuido ampliamente desde 2012. Con la caída de la confianza, la mayoría de los encuestados no creen plenamente que el sistema general está funcionando para ellos y las preocupaciones sociales y económicas de las personas, incluida la globalización, el ritmo de la innovación y la erosión de los valores sociales, se convierten en temores.

Los individuos otorgan su confianza en función de dos atributos distintos (Edelman, 2020): competencia (cumplir promesas) y comportamiento ético (hacer lo correcto y trabajar para mejorar la sociedad) y ninguna de las cuatro instituciones es considerada competente y ética. Las empresas ocupan el primer lugar en competencia, con una enorme ventaja de cincuenta y cuatro puntos sobre el gobierno como una institución que es buena en lo que hace (64% frente a 10%). Las ONG lideran el comportamiento ético por encima del gobierno (con una brecha de treinta y un puntos) y las empresas (con una brecha de veinticinco puntos). El gobierno y los medios de comunicación, precisamente las dos instituciones pilares de la formación de la opinión pública internacional, son percibidos como incompetentes y poco éticos. En el Barómetro de Confianza de Edelman de 2021, realizado durante el contexto de la pandemia, se destaca una infodemia global que lleva la confianza en todas las fuentes de noticias a mínimos históricos, siendo las redes sociales (35%) y los medios propios (41%) los menos confiables. Por su parte, los medios



tradicionales (53%) experimentaron la mayor caída en la confianza en ocho puntos a nivel mundial.

Cabe incluir como condicionante fundamental de la formación de la opinión pública internacional una base común cultural generada por la agregación de valores compartidos, pero no necesariamente de creencias, o al menos los datos lo indican, que alcanza a alguna de las áreas que integran las estructuras de la sociedad internacional. Como ejemplo de movimiento que se ha desarrollado a través de procesos de propagación de luchas culturales o ideológicas, que tomaron como punto de partida la convergencia de ideas a partir del concepto de injusticia simbolizada en el colectivo negro, es el movimiento *Black Lives Matter*. Este movimiento está basado en una identidad creativa generada por la fusión de elementos culturales comunes donde se incluye la identidad social y personal (Valle-De Frutos y Caballero-Roca, 2021) que ha ido más allá de las identidades generadas por el movimiento en defensa del medioambiente o por el movimiento feminista, donde no afectaba a la identidad personal sino solamente a la identidad social en la lucha por los ideales.

Por consiguiente, la opinión pública internacional como actor transcultural, que trasciende las fronteras culturales, se genera a partir de un consenso sobre un determinado tema internacional, como puede ser la supresión de la discriminación racial, la igualdad de las personas o la lucha por la paz. Temas que, aunque no se disponga de la información suficiente, aplicando la teoría de la baja racionalidad, podrían ser interpretados bajo el marco de valores comunes, generando así un consenso producido y propagado por el proceso de globalización artificial y psicológica, en tanto que se requiere de una conciencia sobre un tema global que afecte de forma global, independientemente del espacio en que se encuentren los públicos. Estudios clásicos (Carr, 1936) abogan por la importancia de la opinión pública internacional como actor impulsor para la salvaguardia de la paz internacional, que habría que incluir como elemento transcultural, formando parte de la base común cultural, o bien como un bien común civilizatorio a proteger.

Conclusión

Con la intención de descubrir las potenciales contradicciones que implica el proceso de hiperconectividad generada en el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa, el estudio tiene como objetivo describir las características de la opinión pública internacional como nuevo actor en la nueva esfera virtual.

En primer lugar, tal y como se ha abordado, aunque el análisis de la opinión pública internacional como actor transcultural formado por agregación accidental —en el sentido que le otorga la teoría de la complejidad de Rosenau— sirve para detectar la dinámica de la opinión pública internacional, se requiere de una revisión en tanto que se necesita de una mayor explicación y profundización sobre las diferencias entre agregación accidental articulada y no articulada. Así, podría confundirse la agregación accidental articulada con la agregación deliberada. En su artículo *Le touriste et le terroriste ou les deux extrêmes du continuum transnational*, no queda del todo clara la línea que diferencia un concepto y otro, como ocurre entre la agregación accidental y la agregación deliberada. A la primera se le adjudican como características comunes las consecuencias imprevistas, acumulación latente, acción individual, comportamiento difuso y ausencia de líder que coordine

la agregación creada. En el caso de la agregación deliberada, sin embargo, hace referencia a unas consecuencias organizadas, una acumulación manifiesta, una acción colectiva, un comportamiento movilizad y con un líder o portavoz de la agregación.

Aplicando la teoría de Rosenau podemos concluir que la opinión pública internacional, como convergencia de opiniones comunes de diferentes públicos internacionales, se genera por agregación accidental en una primera fase, en la que se forman agrupaciones de individuos con opiniones similares sobre un asunto de interés común de una forma espontánea y de forma simultánea, coexistiendo en un momento dado. Esta agrupación formada por agregación accidental puede convertirse, en una segunda fase, en una agregación deliberada, cuando a partir de la creencia de que las opiniones de la agrupación de individuos, compartidas por otros individuos en otros países, genera una conciencia sobre un asunto que se quiera modificar, llegando a constituirse una acción colectiva. Cuando la acción colectiva alcanza una permanencia y un grado de estructura y organización puede alcanzar la identidad de un movimiento social, que suele tener un líder o portavoz.

La articulación de la opinión pública internacional bajo los efectos potenciales de la hiperconectividad genera una primera contradicción. La hiperconectividad no contribuye de forma automática a que la ciudadanía global presente una mayor conexión, un interés común hacia los desafíos globales, ni tampoco un mayor conocimiento o cooperación, factores todos ellos fundamentales para la formación de una opinión pública global. Tal y como hemos comprobado en el apartado de la composición de los *prosumers* o usuarios que producen y consumen contenidos mediáticos, es complicada la formación de una opinión pública internacional ante la radiografía actual de los públicos digitales internacionales.

Sin embargo, si consideramos que los *prosumers* internacionales pueden actuar como multitudes, término que —a pesar de haber sido tambaleado por estudiosos de las ciencias sociales— vuelve a ser de interés para la Psicología Social, entonces es preciso rescatar el concepto de multitud psicológica frente al de multitud física (Hopkins et al., 2016, 2019) para comprender cómo actúan los usuarios internacionales que no se encuentran unidos, conectados físicamente, aunque sí lo pueden estar desde un punto de vista psicológico, por intereses y preocupaciones comunes, en ocasiones marcados en parte por la agenda global de los medios de comunicación.

Aplicando el concepto de multitud psicológica, la evolución o predicción del comportamiento de los públicos internacionales digitales puede describirse a partir de tres transformaciones. La primera de carácter cognitivo, según la cual los públicos dejan de actuar en función de sus creencias idiosincráticas para hacerlo desde la base de normas compartidas, lo cual potenciaría y produciría la base cultural común que hemos señalado como característica que determina y configura la opinión pública internacional transcultural. La segunda, de carácter relacional, en la que se percibe el público internacional o la multitud como una expansión de la identidad individual en la identidad grupal, incrementándose la confianza, el respeto, la cooperación y conductas de ayuda mutua, lo cual generaría la creación de agrupaciones que podrían desencadenar en acciones colectivas y posibles movimientos internacionales. La tercera transformación, de carácter emocional, hace que aparezcan sentimientos positivos de alta intensidad vinculados a la primera y segunda transformación, lo que podría generar una mayor cohesión del movimiento.



En segundo lugar, en el contexto de la geopolítica de la desinformación y de la falta de confianza —donde en concreto la IA generativa está creando espacios en los que la autoridad de las élites políticas está siendo erosionada— cabe señalar otra contradicción marcada por la hiperconectividad de las comunicaciones horizontales generadas por las redes sociales. Cabría así suponer que estas generarían un mayor acercamiento entre los usuarios y hacia las instituciones. Sin embargo, a medida que se aproximan más las elites políticas al electorado, a nivel comunicativo, a través de las herramientas de las redes sociales mediante una comunicación directa, se produce un alejamiento a nivel psicológico marcado por la falta de credibilidad y creencias hacia las instituciones. Se destacó en el Barómetro de la confianza de Edelman (2020) cómo el gobierno y los medios de comunicación, precisamente las dos instituciones pilares de la formación de la opinión pública internacional, son percibidos como incompetentes y poco éticos. Según un estudio realizado en diecinueve países (IPSOS-UNESCO, 2023), el 75% sostiene que las organizaciones internacionales como la *United Nations Organization* (ONU) y la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) deben jugar un papel mayor en combatir la desinformación y las noticias falsas.

En tercer lugar, el concepto de desinformación tradicional, atribuido en el marco de las relaciones internacionales a la difusión deliberada de información falsa o desequilibrada por parte de estados para aumentar su influencia sobre otros estados, se ha transformado. Los estados ya no disponen de la hegemonía tradicional en la geopolítica desinformativa, dado que esta ha trasladado su espacio de interacción a la sociedad civil, facilitada por la globalización. El espacio cívico virtual se convierte en el lugar donde se desarrollan las estrategias para manipular a los públicos que sustentan la opinión pública digital, formando estos parte de la organización de las tropas cibernéticas. Tal y como hemos señalado en el análisis del contexto de globalización de la desinformación, de las nueve estrategias de comunicación, la más utilizada es la que se genera por las redes sociales, difundiendo desinformación a través de la creación de noticias falsas, memes, imágenes o vídeos manipulados, u otras formas de contenido engañoso en línea —como *deepfake*—, seguida del acoso en línea a opositores políticos. Completa la terna de estrategias más usadas la eliminación forzada de contenidos —utilizando inteligencia artificial— así como los bloqueos de sitios web de contenido político. Es de destacar que todas ellas impiden y no facilitan la participación y la libertad de expresión de la ciudadanía global en el ciberespacio. La esfera pública política es el espacio donde se comparten, debaten y consumen noticias e información y desinformación. Ante la desinformación que se propaga a través de medios de comunicación, redes sociales y otros canales de la esfera pública, los públicos generan actualmente sus opiniones a partir de creencias y valores, tal y como señalamos al aplicar la teoría de la racionalidad de baja información.

Futuros estudios son necesarios para confirmar si la brecha interna de los públicos internacionales y entre estos y las instituciones políticas —generada por la geopolítica de la desinformación y la desconfianza— está profundizándose hasta llegar a ser una tendencia, e incluso un cambio en las estructuras profundas, o simplemente será cuestión del inicio de una década marcada por turbulencias. ●

Referencias

- Badillo, A. (14.05.2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información. *Real Instituto Elcano*. Recuperado de: <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/10/dt8-2019-badillo-sociedad-de-desinformacion-propaganda-fake-news-y-nueva-geopolitica-de-informacion.pdf> (08.02.2024).
- Battistelli, F. (2007). International public opinion vis-à-vis nuclear non-proliferation and disarmament. *Rivista Di Studi Politici Internazionali*, 74 (2), 212-222.
- Berinsky, A.J. (2015). Public Opinion and International Conflict. En Scott, R.A. y Kosslyn S.M. (Eds.). *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* (pp. 1-15). Editorial John Wiley & Sons.
- Bradshaw, S., Bailey, H. y Howard, P. (13.2.2021). Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *Oxford Internet Institute*. Recuperado de: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf> (08.02.2023).
- Brewer, P.R., Gross, K., Aday, S. y Willnat, L. (2004). International Trust and Public Opinion About World Affairs. *American Journal of Political Science*, 48, 93-109.
- Bobrow, D.B. (2008). International public opinion: Incentives and Options to Comply and Challenge. En Bobrow, D.B. (Ed.). *Hegemony Constrained: Evasion, Modification, and Resistance to American Foreign Policy* (pp. 222-260). Editorial University of Pittsburgh Press.
- Calduch, R. (1991). *Relaciones Internacionales*. Ediciones Ciencias Sociales.
- Calduch, R. (2017). The people as active participants in international life. Trabajo presentado en el *III Congreso Internacional do OBSERVARE. Beyond borders. People, spaces, ideas*, Lisboa.
- Calduch, R. (septiembre, 2023). La geopolítica de la globalización. Reflexiones sobre el poder en el espacio virtual. Conferencia presentada en el *Acto de Clausura del Máster Universitario en Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos*, Madrid.
- Carr, E.H. (1936). Public Opinion as a Safeguard of Peace. *International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1931-1939)*, 15 (6), 846-862.
- Colomina, C. (2022). La palabra como arma: de la desinformación a la batalla global por la narrativa. En Bargañés, P., Bourekba, M. y Colomina, C. (Eds.). *Amenazas híbridas, orden vulnerable* (pp. 17-23). Editorial CIDOB.
- Connaughton, A. y Moncus, J.J. (15.12.20). Around the world, people who trust others are more supportive of international cooperation. *Pew Research Center*. Recuperado de: <https://pewrsc.ch/3mhE0Pr> (18.10.2023).
- Cull, N.J. (2019). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Editorial Polity.
- Druckman, J.N. (2001). On the Limits of Framing Effects: Who Can Frame? *The Journal of Politics*, 63 (4), 1041-1066.
- Dür, A. (2019). How interest groups influence public opinion: Arguments matter more than the sources. *European journal of political research*, 58 (2), 514-535.
- Edelman (21.01.2017). *Edelman Trust Barometer Global Report*. Recuperado de: <https://www.edelman.com/trust/2017-trust-barometer> (08.02.2023).
- Edelman (2018). *Edelman Trust Barometer Global Report*. Recuperado de: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf (08.02.2023).
- Edelman (19.01.2020). *Edelman Trust Barometer Global Report*. Recuperado de: <https://www.edelman.com/trust/2020-trust-barometer> (08.02.2023).
- Edelman (2021). *Edelman Trust Barometer Global Report*. Recuperado de: <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer> (08.02.2023).
- EUDisinfoLab (2023). *Platforms policies on IA manipulated and generated misinformation*. Recuperado de: <https://www.disinfo.eu/publications/platforms-policies-on-ai-manipulated-and-generated-misinformation/> (12.12.2023).
- Fabian, E.A. (2014). La geopolítica y el poder de la información en el siglo XXI: periodismo de investigación, periodismo de filtración y ética hacker. En Orozco, L. (Coord.). *Retos y oportunidades del periodismo digital. Nuevos escenarios y prácticas de la comunicación* (pp. 121-137). Editorial UDGVirtual.
- Foulke, W.D. (1914). The Sanction of International Public Opinion. *The Advocate of Peace (1894-1920)*, 76 (3), 58-61.
- Freedom House (2023). *Freedom on the Net. The Repressive Power of Artificial Intelligence*. Recuperado de: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/2023-11/FOTN2023Final.pdf> (12.12.2023).
- Gerrits, A.W. (2018). Disinformation in International Relations: How Important Is It? *Security and Human Rights*, 29 (1-4), 3-23.
- Habermas, J. (2022). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39 (4), 145-171.
- Haefele, M. (2001). John F. Kennedy, USIA, and World Public Opinion. *Diplomatic History*, 25 (1), 63-84.
- Hann, H.E. y Hastings, P.K. (1996). *Index to International Public Opinion 1978-1996*. Editorial Clio Press.
- Hopkins, N., Reicher, S.D., Khan, S.S., Tewari, S., Srinivasan, N. y Stevenson, C. (2016). Explaining effervescence: Investigating the relationship between shared social identity and positive experience in crowds. *Cognition and Emotion*, 30, 20-32.
- Hopkins, N., Reicher, S., Stevenson, C., Pandey, K., Shankar, S. y Tewari, S. (2019). Social relations in crowds: Recognition, validation and solidarity. *European Journal of Social Psychology*, 49, 1283-1297.
- Hootsuite. We are Social (2022). *Informe global digital*. Recuperado de: <https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/> (15.12.2022).



- Inglehart, R. y Welzel C. (2005). *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. Editorial Cambridge University Press.
- IPSOS–UNESCO (2023). *Survey on the impact of online disinformation during election campaigns*. Recuperado de: https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco_ipsos_survey_1.pdf (12.01.2023).
- Kertzer, J.D. y Zeitzoff, T. (2017), A Bottom-Up Theory of Public Opinion about Foreign Policy. *American Journal of Political Science*, 61 (3), 543-558.
- Knight Foundation Survey (2023). *Trust, media and democracy*. Recuperado en: <https://knightfoundation.org/wp-content/uploads/2023/02/American-Views-2022-Pt-2-Trust-Media-and-Democracy.pdf> (12.01.2023).
- Krause, N.M., Freiling, I., Scheufele, D.A. (2022). The Infodemic: Toward a More Nuanced Understanding of Truth-Claims and the Need for (Not) Combatting Misinformation. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 700 (1), 112-123.
- Maydeu-Olivares, S. (2023) Geopolítica de la tecnología: actores, procesos y dinámicas. *Oxfam Intermón*. Recuperado de: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/426027/Oxfam-Website/oi-informes/Geopolitica-Tecnologia-es.pdf> (12.01.2023).
- Merle, M. (1987). *The sociology of international relations*. Editorial Berg.
- Moceri, A. (2017). ¿Existe una opinión pública internacional? *Política exterior*, 31 (178), 130-136.
- Moya, J. (2007). *La diplomacia pública para el siglo XXI. La gestión de la imagen exterior y la opinión pública internacional*. Ariel.
- Nimmo, B. (2020). The Breakout Scale: Measuring the Impact Of Influence Operations. *Brookings Foreign Policy*. Recuperado de: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/09/Nimmo_influence_operations_PDF.pdf (08.02.2024).
- Norris, P. (2001). ¿Un círculo virtuoso? el impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post-industriales. *Revista española de ciencia política*, 4, 7-33.
- Oxfam Intermón. (2021) *Barómetro de la desinformación sobre los discursos de odio*. Recuperado de: <https://www.oxfamintermon.org/es/publicacion/barometro-desinformacion-odio> (08.01.2024).
- Reuters Institute (2022). *Digital News Report 2022*. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022> (10.01.2023).
- Rodríguez Andrés, R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y Comunicación Social*, 23 (1), 231-244.
- Rosenau, J.N. (1979). Le touriste et le terroriste ou les deux extrêmes du continuum transnacional. *Études Internationales*, 2 (10), 219-252.
- Ross, C. (2003). Pillars of Public Diplomacy: Grappling with International Public Opinion. *Harvard International Review*, 25 (2), 22-27.
- Truyol y Serra, A. (1987). *La sociedad internacional*. Editorial Alianza Universidad.
- Valle-De Frutos, S. y Caballero, G. (2021). The role of social networks in the creative identity framework of social movements in International Relations. Comparative analysis of Black Lives Matter, White Lives Matter and All Lives Matter. En Sierra, J. y Barriantós, A. (Coords.). *Cosmovisión de la Comunicación en redes sociales en la era postdigital* (pp. 699-716). Editorial McGraw Hill.
- Valle-De Frutos, S. (2024). Ciudadanía digital como nuevo actor en 3D ante la globalización artificial. En XXX Jornadas de la Asociación Española de Profesores de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales. *El Derecho Internacional y las Relaciones Internacionales como respuesta a los desafíos de la nueva globalización* (en prensa).
- Van Kessel, S., Sajuria, J. y Van Hauwaert, S.M. (2021) Informed, uninformed or misinformed? A cross-national analysis of populist party supporters across European democracies. *West European Politics*, 44 (3), 585-610.
- Wardle, C., y Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*. Recuperado en: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> (10.1.2023).
- Wertheim, S. (2019). Reading the International Mind: International Public Opinion in Early Twentieth Century Anglo-American Thought. En Bessner, D. y Guilhot N. (Eds.). *The Decisionist Imagination: Sovereignty, Social Science and Democracy in the 20th Century* (pp. 27-63). Editorial Berghahn Books.
- Wike, R. y Janell, F. (07.12.2021). Global Public Opinion in an Era of Democratic Anxiety. *Pew Research Center*. Recuperado en: <https://www.pewresearch.org/global/2021/12/07/global-public-opinion-in-an-era-of-democratic-anxiety/> (10.1.2023).
- Wlezien, C. (1995). The Public as Thermostat: Dynamics of Preferences for Spending. *American Journal of Political Science*, 39 (4), 981-1000.
- Wlezien, C. (2017). Public opinion and policy representation: On conceptualization, measurement, and interpretation. *Policy Studies Journal*, 45 (4), 561-582.

RELACIONES INTERNACIONALES

Revista académica cuatrimestral de publicación electrónica
Grupo de Estudios de Relaciones Internacionales (GERI)
Universidad Autónoma de Madrid, España
<https://revistas.uam.es/relacionesinternacionales>
ISSN 1699 - 3950

 facebook.com/RelacionesInternacionales

 twitter.com/RRInternacional



FECYT388/2023
Fecha de certificación: 12 de julio de 2019 (6ª convocatoria)
Válido hasta: 28 de julio de 2024