

El asalto al Capitolio de Washington, crónica de la violencia anunciada



The assault on the Capitol, chronicle of a violence foretold

Elizalde, Rosa Miriam

 Rosa Miriam Elizalde
laluzarmada@gmail.com
Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), Cuba

Política Internacional
Instituto Superior de Relaciones Internacionales "Raúl Roa García",
Cuba
ISSN: 1810-9330
ISSN-e: 2707-7330
Periodicidad: Trimestral
vol. 3, núm. 2, 2021
politicainternacionaldigital@gmail.com

Recepción: 16 Febrero 2021
Aprobación: 05 Marzo 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/332/3322676005/>



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](#).

Resumen: El artículo examina los eventos acontecidos en la sede legislativa de Estados Unidos el 6 de enero de 2021 dentro del contexto de violencia política existente en ese país. Hace hincapié en el comportamiento de las plataformas sociales y su papel en la escalada de la desinformación. Demuestra que para que se traslade la violencia de los entornos virtuales a los presenciales deben cumplirse tres condiciones: que la violencia sea pensada, que sea factible y que fallen las restricciones.

Palabras clave: Capitolio, Estados Unidos, redes sociales, violencia.

Abstract: The article analyses the events that took place at the Capitol of the United States on January 6, 2021, as part of the political violent context existing in that country. It makes emphasis on the role played by the social media in the disinformation escalation. It shows that in order to transfer the violence existing in social media to a physical environment three conditions must be met: violence must be planned, it must be feasible and restriction must fail.

Keywords: Capitol, United States, social media, violence.

INTRODUCCIÓN

A quienes siguen en Internet la actividad de los grupos ultraderechistas de Estados Unidos, no les sorprendió el ataque al Capitolio de Washington el 6 de enero de 2021. Las señales inquietantes eran evidentes hacía tiempo. Al examinar el comportamiento de las plataformas sociales y el peso que estas tuvieron en la escalada de desinformación, es posible entender el asedio a la sede legislativa como parte de un contexto de violencia política, que se reproduce a gran escala al amparo de empresas cuya principal fuente de ingresos es la publicidad y cuyo objetivo es capitalizar el tiempo que pasan los usuarios utilizando sus servicios. Obviamente, hay otras variables que influyeron en el desenlace de estos hechos, pero como advierten las investigadoras Kathleen Klaus y Aditi Malik (Klaus y Malik, 2021), los eventos violentos a gran escala son más probables en un contexto en que el uso de las plataformas sociales ha sido crucial para fomentar discursos de odio, agrupar a individuos con ideologías extremistas y dinamizar la difusión de imágenes e ideas de estas comunidades en línea con réplicas multitudinarias. Ni Internet ni ninguna otra tecnología origina una causalidad social, pero existe amplio consenso en las Ciencias Sociales de que es el soporte material, el instrumento de acción de los movimientos emergentes en la sociedad contemporánea en la medida en que permite a sus actores “movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir” (Castells, 2012: 19), con la intermediación de los opacos algoritmos

de las plataformas de comunicación más populares del escenario digital, que “imitan el sesgo implícito del sistema al que sirven porque han sido entrenados en sus valores morales” (Peirano, 2019: 154).

En Estados Unidos, narrativas sobre clases medias enfrentadas a élites mundiales y locales, junto con abundantes dosis de racismo y sexismo y desdén por las instituciones “tradicionales”, dan forma a posicionamientos contradictorios entre sí, pero eficaces para construir imaginarios y movilizar al “pueblo blanco” de la nación en un proceso que implica atravesar tres condiciones clave: 1) La violencia tiene que ser pensada en voz alta; 2) La violencia tiene que ser viable; y 3) Las restricciones fallan (Klaus y Malik, 2021). Aunque existen innumerables discusiones por delimitar el concepto de violencia como condiciones materiales, prácticas simbólicas, uso de la fuerza física, entre otros, nos referiremos aquí a la definición de la violencia como una acción productiva en el sentido de generar prácticas y no simplemente restrictiva, como modalidad extrema de ejercicio del poder.

DESARROLLO

La violencia tiene que ser pensada en voz alta La violencia como un medio para lograr un objetivo político estaba en el imaginario y la conversación social mucho antes del asalto al Capitolio de Washington. Diversos autores responsabilizan al presidente Donald Trump y a su administración de animar las narrativas divisivas y la desinformación, como una forma de salvar o defender a los miembros del grupo de un enemigo percibido (Roose, 2021; Klaus y Malik, 2021; Wagner y Macaya, 2021). En octubre de 2017 apareció la teoría QAnon en la publicación 4chan, un sitio web con contenidos notoriamente tóxicos, de un autor que se hacía llamar “Q Clearance Patriot”. Esta plataforma, conocida simplemente como “Q”, afirmó ser de un miembro del gobierno de alto rango con acceso a información clasificada sobre la guerra contra el “estado global”. Trump se convirtió, por obra y gracia de esta conspiración, en la figura heroica de QAnon, que asegura que “un grupo de élites adoradoras de Satanás dirige una red de sexo infantil y trata de controlar nuestra política y los medios de comunicación” (Roose, 2021). Según sus partidarios, Trump fue elegido para salvar a Estados Unidos de esa conspiración global, en la que creía uno de cada tres estadounidenses en diciembre de 2020 (Ipsos, 2020). Como resultado, cientos de miles de seguidores de QAnon se prepararon para desafiar los resultados de las elecciones del 3 de noviembre. Estaban convencidos de que Trump ganaría fácilmente la reelección y en su segundo mandato vencería al “estado profundo”. Cualquier otra salida supondría un enfrentamiento con los “pedófilos satánicos” y el regreso triunfal del republicano. En esa narrativa no hay espacio para la reparación, tratamiento o conciliación; solo el modelo punitivo violento limpia a la sociedad (Roose, 2021). La teoría se retroalimentó con la hiperactividad del Presidente en las redes. Trump es el producto de décadas de estrategias de polarización experimentadas en medios predigitales: la radio y la televisión por cable. “Sin la radio y Fox News, Trump habría sido un demagogo mucho menos eficaz”, asegura Jack Balkin, profesor de Derecho en la Universidad de Yale (Edsall, 2021). Nathaniel Persily, profesor de Derecho de la Universidad de Stanford (Edsall, 2021), considera que “Twitter y Facebook permitieron a Trump sortear a intermediarios heredados y manipularlos estableciendo su agenda. También proporcionaron entornos (como grupos de Facebook) que han demostrado ser propicios para la radicalización y la movilización”.

La sobreexposición mediática de Trump, particularmente en Twitter, no tiene precedentes en la historia política estadounidense. “Sin los tweets, no estaría aquí”, dijo el republicano a The Financial Times en abril de 2017 (Barber et al., 2017). Trump llegó a emitir 17 158 tuits durante su presidencia, con especial intensidad entre el 20 de julio de 2020 y el 8 de enero de 2021 fecha en que fue suspendida su cuenta, cuando promedió 36 mensajes por día (Conger y Isaac, 2021). The New York Times publicó en noviembre de 2019 que, en los tres primeros años de mandato, el republicano “retuiteó 217 cuentas que no han sido verificadas por Twitter, de las cuales al menos 145 han promovido teorías de conspiración o contenido no confiable, incluidas más de dos docenas que desde entonces han sido suspendidas por Twitter” (McIntire et al., 2019). Un estudio de Election Integrity Partnership encontró que un grupo de 20 cuentas pro-Trump ampliamente seguidas,

incluida la del Presidente, representaron el 20% de los retuits con información errónea acerca de las elecciones (García-Camargo, 2020).

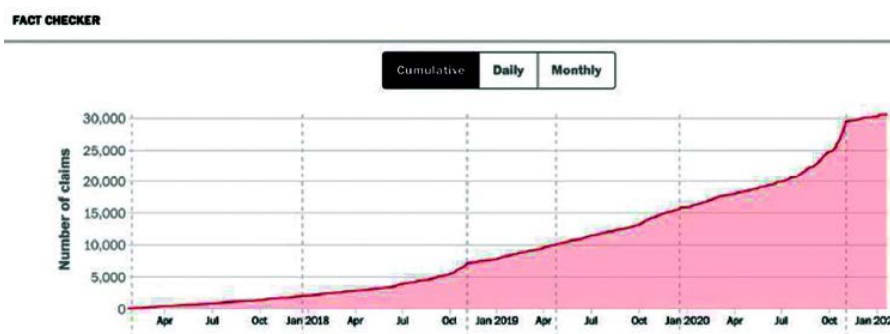


FIG. 1.

Fact Checker (2021, enero 20). “Trump Claims Database” (Gráfico). The Washington Post
<https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/>

En Nature Communications, tres investigadores que analizaron los tuits de Trump en el contexto de la teoría de la agenda settings¹, concluyeron que el Presidente usaba los mensajes en esa plataforma para desviar la atención de los medios y del público de cuestiones y temas que consideraba potencialmente amenazantes o dañinos para él (Lewandowsky et al., 2020). La investigación encontró que la cobertura mediática de la supuesta interferencia rusa en las elecciones de 2016 y la investigación del fiscal especial Robert Mueller sobre este caso, fueron “seguidas por Trump tuiteando cada vez más sobre temas no relacionados”. Esto produjo “una reducción en la cobertura de la investigación de Mueller”, que los expertos relacionaron con una estrategia de distracción. La investigación encontró que semejante patrón estaba “ausente de los análisis relacionados con la cobertura del Brexit y varios otros temas que no presentan un riesgo político para el presidente” y que los hallazgos principales fueron “el uso de numerosas variables de control”, “explicaciones alternativas” y “la desviación exitosa” de temas conflictivos (Lewandowsky et al., 2020).

En paralelo, The Washington Post acusó directamente al Presidente de desencadenar una “campaña basada en la desinformación” y documentó 30 573 afirmaciones falsas o engañosas en cuatro años, un promedio de más de 20,9 por día.

La desinformación y la narrativa polarizante se instalaron en el espacio público digital, y para grupos considerables en Internet les ofreció nichos donde hacer causa común con personas que no encontrarían en su vecindario, en encuentros cara a cara o en los foros abiertos de las plataformas sociales. En otras palabras, proliferaron los llamados “bosques oscuros” de la red grupos privados de Facebook, Subreddits, Parler² o salas de chat en 4chan y 8kun, donde las comunidades conspirativas, como QAnon, podían prosperar y manifestar su adhesión al presidente y a su equipo para salvar al país de “amenazas” continuas a las que Trump se refería a diario. Según los analistas, a pesar de la intensa y prolífera variedad de mentiras de Trump, los principales peligros percibidos en estos entornos fueron el fraude electoral, los “fake news” de los principales medios de comunicación, la “izquierda radical” y la corrupción (Klaus y Malik, 2021). Justo antes del ataque al Capitolio, el discurso de Trump invocó todas estas ideas.

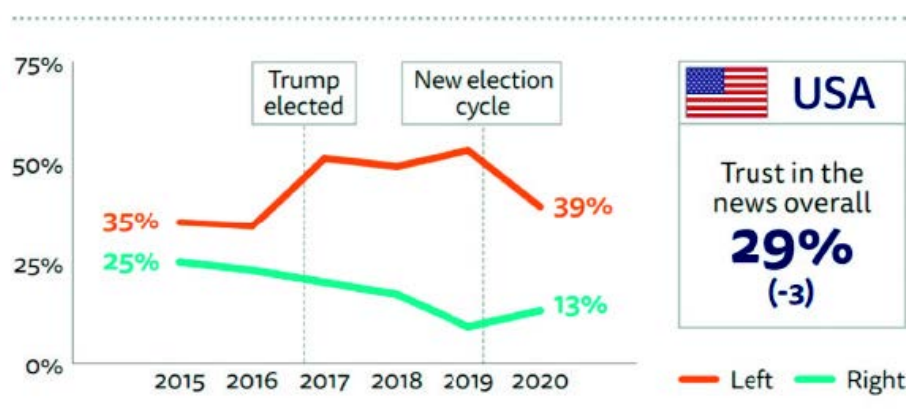


FIG. 2.

Newman et al. (2020). Proportion That Trust Most News Most of the Time by Left-Right Political Leaning (2015–20) – Usa (Gráfico).

Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford University. p.15. Recuperado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

Por supuesto, no es posible instalar tal maquinaria desinformativa sin sacrificar la credibilidad de los medios. Desde antes de llegar a la Casa Blanca, Trump se declaró en guerra contra los medios de comunicación y disparó contra los periodistas ataques e insultos en una batalla campal contra la legitimidad de la prensa, a la que convirtió en un enemigo político fundamental. Una encuesta del Reuters Institute reveló que en 2020 solo el 13% de estadounidenses de derecha confiaba en los medios tradicionales.

La aparición de la violencia en la conversación social también está ligada al papel que tuvo Facebook en el proceso de intoxicación informativa y en la organización de los fanáticos de Trump. A fines de enero de 2021, tras las acusaciones a las plataformas por su actitud pasiva frente a la violencia que se había estado gestando a la luz del día en Internet, la empresa del pulgar azul anunció que tomaría medidas contra el contenido que fomenta el odio y la violencia dentro de su función “Grupos”. Este no es un dato menor. A finales de 2016, los directivos de la red social se enfrentaron al hecho de que los usuarios cada vez pasaban menos tiempo en la plataforma. Instagram (adquirida por Facebook) estaba robándose la audiencia de la casa matriz. Sin embargo, los datos internos reflejaban que los usuarios que pertenecían a un grupo activo pasaban mucho más tiempo que la media en la red, por lo que a principios de 2017 cambiaron los algoritmos y, segmentando los datos de los usuarios, incorporaron la función en que recomendaban grupos afines para aumentar así el tiempo dentro de plataforma. Lograron multiplicar por cuatro las personas que estaban en los grupos activos. Sumaron 400 millones de usuarios más a su función de grupos, con más de 1 800 millones de usuarios activos al mes (Horwitz, 2021).

Lo hicieron a pesar de que sabían desde el principio dos cosas: 1) los algoritmos de Facebook son adictivos por diseño y aprovechan los desencadenantes emocionales negativos; 2) las organizaciones ultraderechistas utilizaban estos grupos privados para fomentar el odio y la violencia, como demostraron informes internos de la plataforma filtrados por The Wall Street Journal (Horwitz, 2021). Facebook también era consciente de que el 64 % de los nuevos miembros de estos grupos entraban gracias al algoritmo de recomendaciones de la plataforma, y que el discurso de odio, las mentiras y las teorías de la conspiración aumentaban de manera confiable la adicción y las ganancias. La plataforma actuó como un gran imán que atrae a los individuos para que encajen como una pieza de tetrís en los espacios virtuales de opinión. El diario británico The Guardian demostró que los grupos conspiracionistas de QAnon alcanzaban en agosto de 2020 los 4.5 millones de miembros en esa red social. Si bien QAnon no nació en Facebook, como resultado de esta estrategia la empresa fue clave en su popularización y no hizo nada para impedirlo, ni siquiera cuando en 2019 el FBI consideró

a QAnon como una amenaza de terrorismo nacional. Muchos de esos fieles creyentes del “estado global” estaban en la manifestación en el Capitolio el 6 de enero y participaron del asalto al edificio (Mangan, 2021).

Documentos internos de Facebook obtenidos por BuzzFeed News y entrevistas con 14 empleados actuales y anteriores muestran cómo el equipo de políticas de la empresa, ejerció una enorme influencia para impedir penalizaciones a figuras de alto perfil político y mediático que promovieron la violencia, incluido Trump, violando lo que establecen las propias políticas de comunidad impuestas por la plataforma al resto de sus usuarios (Mac y Silverman, 2021). Uno de los informes declara que la plataforma “protege regularmente a los distritos electorales poderosos” y enumera varios ejemplos, que incluyen: “eliminar las sanciones por información errónea de las páginas de la derecha, frustrar los intentos de mejorar la calidad del contenido en News Feed y bloquear brevemente la propuesta de dejar de recomendar grupos políticos antes de las elecciones estadounidenses” (Mac y Silverman, 2021). Con políticos propiciando tales narrativas mientras las plataformas de redes sociales se hacían de la vista gorda y rentabilizan toda suerte de conspiraciones, la violencia no tarda en dominar la conversación social de comunidades influenciadas. Klaus y Malik (2021) recuerdan que existen experiencias similares de violencia inducida por los políticos e instalada en el habla común en otras partes del mundo, que desencadenaron graves conflictos, como en Kenia (2007), Bangladesh (2014) e India (2020). En 2018, Facebook admitió su responsabilidad en la difusión de la violencia étnica contra los rohingya en Myanmar, que costó la vida a unas 25 000 personas, mientras otras 700 000 fueron desplazadas (Habib et al., 2018). Ese mismo año, una investigación de The New York Times denunció que esta plataforma había sido clave en los ataques contra musulmanes registrados en varias ciudades de Sri Lanka (Taub y Fisher, 2018). En Filipinas, el país del mundo donde los internautas pasan más tiempo en redes sociales, según la consultora ‘We are social’ (Kemp, 2021), el presidente Rodrigo Duterte utilizó la red social para ganar las elecciones y para mantener su popularidad en medio de una dura campaña contra las drogas que se han cobrado miles de víctimas (Ovide, 2020). La violencia tiene que ser viable. Para que la violencia se intensifique, no solo tiene que aparecer en la conversación social, sino que deben darse las condiciones para que sea factible, es decir, para que los que hablan de ejecutar la violencia también la planifiquen y se coordinen entre sí, recluten a otros y adquieran armas y entrenamiento. Estudios empíricos que correlacionan variables de viabilidad y motivación en mil procesos que condujeron a guerras civiles en el mundo entre 1960 y 2004, han concluido que la ejecución de la violencia tiene que ver menos con la motivación y más con la capacidad financiera y operativa para desencadenarla. “Cuando una rebelión es económica y militarmente factible, ocurrirá”, de acuerdo con una investigación conjunta de las Facultades de Economía de la Universidad de Oxford y de la Universidad de Cambridge (Collier et al., 2006).

Esta capacidad de organización está correlacionada, además, con un gobierno que no puede o no quiere reducir la violencia. Donald Trump y sus hijos llamaron directamente a formar un “ejército” en mayo de 2020 y crearon el sitio web “Army For Trump”, de supuestos observadores electorales que debían inscribirse para ayudar al presidente a ganar la reelección. Este “ejército” fue clave en el asalto al Congreso, como recordó Kate Starbird, experta en desinformación de la coalición Election Integrity Partnership. En Twitter, ella mostró los resultados de una investigación de su equipo, que concluye que no solo las afirmaciones falsas más populares sobre los procedimientos electorales en los grupos de derecha provenían de personas con influencia en el círculo presidencial y en el Partido Republicano, sino que se formó de manera efectiva un “ejército para Trump”. “Cientos de miles respondieron a esta convocatoria”, aseguró la analista (Starbird, 2021).

Durante todo su mandato Trump usó habitualmente un lenguaje con expresiones militares, que arreció durante la campaña de recaudación de fondos para la reelección. Por ejemplo, en junio de 2020 su equipo distribuyó un correo electrónico que usaba un lenguaje perturbador para reclutar simpatizantes. Los invitaba a hacer contribuciones monetarias y a comprar ropa y utensilios para “estar en la primera línea de defensa del presidente a la hora de luchar contra la canalla liberal”. El correo electrónico, inicialmente compartido en Twitter por Aaron Blake, columnista de The Washington Post, aseguraba que el mensaje estaba destinado

“solo para patriotas” y solicitaba apoyo a la campaña utilizando términos de reclutamiento militar (Evon, 2020).

Otras investigaciones refieren el crecimiento significativo de la presencia de partidarios de Trump en las iglesias protestantes, en paralelo con el aumento de la desinformación y la aparición de milicias armadas del trumpismo. En menos de un año, de mayo de 2019 a marzo de 2020, la proporción de protestantes blancos que asistían semanalmente a la iglesia, convencidos de que Donald Trump fue ungido por Dios para ser presidente, aumentó del 29,6 por ciento al 49,5 por ciento. Este hallazgo se basa en respuestas directas a la pregunta: “¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: Donald Trump fue ungido por Dios para convertirse en presidente de los Estados Unidos?”, proveniente de encuestas realizadas por investigadores de las universidades de Denison y Eastern Illinois. El estudio mostró la profundidad de la devoción a Trump entre segmentos clave de la población (Djupe et al., 2019).

La ley federal, las constituciones en todos los estados y los estatutos penales en 29 estados prohíben los grupos que participan en actividades reservadas para las agencias estatales, que incluyen actuar como fuerzas del orden, entrenar y recibir adiestramiento juntos, participar en el control de multitudes y hacer demostraciones de fuerza como grupos armados en reuniones públicas. Amy Cooter, profesora titular de sociología en la Universidad de Vanderbilt, quien ha estudiado durante una década los grupos de derecha y, especialmente, las milicias nacionales de Estados Unidos, recuerda que estas no surgieron con la administración Trump. Aunque históricamente expresaron un sentimiento de hostilidad hacia el gobierno federal, tal animosidad se difuminó con Trump. La violencia política también se ha tornado cada vez más factible a medida que aumentan las tasas de posesión de armas y proliferan los autodenominados grupos de milicias, que en los últimos cuatro años han violado impunemente leyes federales y estatales bajo “la noción común de que la mejor versión de Estados Unidos existió en el pasado (...) y es responsabilidad personal de los miembros del grupo luchar contra más pérdidas o incluso intentar devolver a la sociedad a lo que era antes, un estado ideal” (Cooter, 2021). Y añade la investigadora: “Las milicias están compuestas principalmente por hombres blancos de entre 20 y 30 años que poseen y se entrenan con armas de fuego con el objetivo de poder defenderse de una variedad de amenazas percibidas. Las comparativamente pocas mujeres conectadas a tales grupos tienden a participar por dos razones: algunas se preocupan por los mismos problemas ideológicos, pero en gran medida ven la participación en la milicia como un pasatiempo que disfrutan compartir con sus maridos o novios. Sin embargo, un pequeño subconjunto de mujeres se toma su membresía increíblemente en serio, casi con fervor, y tiene roles de liderazgo visibles” (Cooter, 2021).

Los expertos también han documentado las formas en que las redes sociales, incluidas Parler y Facebook, facilitaron a los participantes del asalto al Capitolio la organización y planificación del asedio. Los partidarios de Trump intercambiaron en foros públicos consejos tácticos detallados sobre qué traer para llegar a la sede del Congreso y cómo proceder para efectuar los “arrestos por ciudadanos” de representantes y senadores. Discutieron cómo sufragar los viajes, compartir alojamiento, restaurantes y qué armas llevar (Kirkpatrick, 2021). Tales comentarios no se limitaron a los rincones oscuros de la web, sino que fueron registrados y catalogados por investigadores que hicieron públicos sus hallazgos semanas antes del 6 de enero.

Uno de estos grupos, el SITE Intelligence Group, compartió con las autoridades “señales de advertencia muy claras y explícitas de los partidarios de Trump que expresaron su intención previa de ‘asaltar y ocupar el Congreso’ y usar ‘esposas y bridas’” (SITE Intelligence Group, 2021). En declaraciones a The Washington Post, Rita Katz, directora ejecutiva de este grupo, reconoció que ellos habían presentado “planes claros en foros públicos (...); es realmente asombroso que la policía no estuviera mejor preparada” (Timberg et al., 2021). “Es casi como si ignoraran deliberadamente la posibilidad de violencia”, dijo Marc Ginsberg, presidente de la Coalition for a Safer Web, quien personalmente compartió sus hallazgos de organización del ataque en Washington con funcionarios del gobierno. Además de SITE Intelligence Group y la Coalition for a Safer Web, otros grupos que monitorean las plataformas sociales dieron la voz de alarma antes del 6 de

enero, sin éxito: Network Contagion Research Institute (NCRI), Advance Democracy, Inc., Alethea, Aspen Digital y la Stanford's Social Media Lab (Ginsberg, 2021).

También se ha podido documentar el papel de algunos funcionarios de Trump en el financiamiento de estos grupos, en particular de los asaltantes del Capitolio. Mensajes de texto y un memorando de planificación de eventos obtenido por ProPublica, indican que Caroline Wren, supervisora de finanzas del Trump Victory, un comité presidencial conjunto de recaudación de fondos durante la campaña de 2020, desempeñó un papel clave en la gestión de las operaciones que terminaron el 6 de enero ante la sede del Congreso. Los registros muestran que Wren estuvo pendiente de la logística, el presupuesto, la financiación y la mensajería para la concentración en el Ellipse, el parque al sur de la Casa Blanca, manifestación que precedió al motín y en la cual habló Trump (Spies y Pearson, 2021). The Wall Street Journal aportó a su vez evidencias de los aportes que hicieron un importante recaudador de fondos de la campaña de Trump —Julie Jenkins Fancelli, heredera de la cadena Publix Super Markets Inc— y el presentador de programas de extrema derecha Alex Jones, fundador de Infowars. Entre los dos, contribuyeron con más de medio millón de dólares (Ramachandran et al., 2021). The New York Times afirmó que, en las ocho semanas posteriores al 3 de noviembre, Trump recaudó de sus partidarios 255,4 millones de dólares destinados expresamente a las acciones para revocar los resultados de las elecciones (Goldmacher y Shorey, 2021).

Las restricciones fallan Hay una tercera condición indispensable para que la violencia se transforme en acción productiva, además de ser pensable y factible. Tienen que fallar las acciones restrictivas de las instituciones de la sociedad, en particular la gestión del gobierno para disuadir la violencia. Como se vio el 6 de enero, la policía tuvo una actitud permisiva frente a los amotinados, a diferencia de la brutalidad con que fueron reprimidos los manifestantes, en gran parte pacíficos, de Black Lives Matter durante el verano de 2020. Un estudio de la Universidad de Princeton encontró que alrededor del 93 % de las protestas por la justicia racial en los EE.UU. han sido pacíficas, pero la policía intervino en nueve de cada diez, mientras lo hizo solo en el 3 % de todas las demás manifestaciones, que incluyen disturbios por la pandemia de COVID-19 (US Crisis Monitor, 2020).

Pero los autores consultados refieren otras fuerzas importantes que debieron ayudar a restringir la violencia en el Capitolio y no lo hicieron. Los simulacros regulatorios y la discrecionalidad con la que suelen actuar las plataformas de redes sociales, contribuyeron a que se produjera la tormenta perfecta del 6 de enero. Temerosos de provocar una reacción violenta de Trump y sus aliados, los ejecutivos de Facebook, Twitter, Google y Apple pronunciaron discursos vaporosos en el Congreso en los últimos cuatro años para defender la libertad de expresión; redactaron políticas especiales para justificar su inacción ante la violencia y la desinformación explícitas de la campaña para la reelección de Trump, y Twitter colocó etiquetas de advertencia débiles en las publicaciones del Presidente (Elizalde, 2021).

Hubo un hecho precedente que debió servir para desatar todas las alarmas, tanto de las autoridades como de las plataformas. En octubre de 2020 se publicaron los detalles de un complot para secuestrar a la gobernadora de Michigan, Gretchen Whitmer. El grupo ultraderechista, que había participado en entrenamientos con armas de fuego, utilizó durante un año los grupos privados de Facebook y aplicaciones de mensajería segura para conectarse y planear el ataque contra la mujer, ocupar la sede del gobierno y llamar al alzamiento nacional. Civiles armados habían asaltado ya el Capitolio de Lansing, capital de Michigan, en abril de ese año. “Cada vez que tienes la capacidad de encontrar a otras personas con ideas afines en un foro donde realmente no están siendo observados, tienes el potencial de que eso se mueva en una dirección extremista”, dijo Josh Pasek, profesor asistente de comunicación y medios en la Universidad de Michigan. La forma en que los actores pueden usar las plataformas de redes sociales usualmente sin restricciones, significa que “hay una nueva forma de resolver el dilema de la acción colectiva para hacer cosas terribles, si eso es lo que se quiere hacer”, añadió Pasek en declaraciones al Detroit Free Press (citado por Hendrickson, 2020).

La llegada de una nueva era de mayor regulación digital bajo la presidencia de Joseph Biden llevó a las grandes plataformas tecnológicas a suspender la cuenta de Trump por “riesgo de incitación a la violencia”

y a perseguir mensajes de odio de sus partidarios, una prueba de que las empresas tuvieron recursos para restringir el ecosistema de desinformación que escaló bajo la órbita de Trump y que fue fundamental para empujar a millones de estadounidenses a vivir una realidad paralela, en la que están todavía atrapados. En la semana posterior a que Trump fue bloqueado por Twitter (y suspendido por Facebook y otras plataformas), la información errónea sobre el fraude electoral en las redes sociales cayó un enorme 73 %, según un estudio de Signal Labs (Dwoskin y Timberg, 2021).

One in five voters - including 45% of Republicans - approve of the storming of the Capitol building

Supporters of President Trump have stormed the US Capitol to protest lawmakers certifying Joe Biden's election victory. Based on what you have read or heard about this, do you support or oppose these actions? (%)

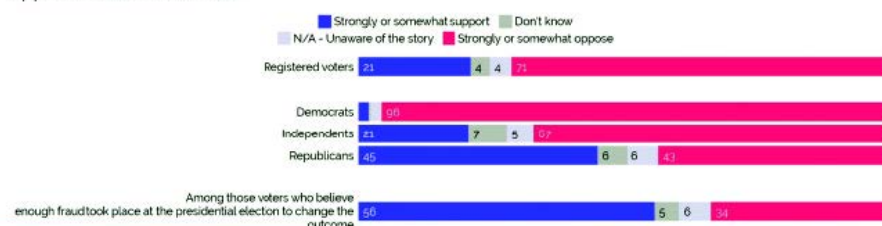


FIG.3.

Smith et al. (2021). "One in five voters including 45% of Republicans approve of the storming of the Capitol building" (Gráfico).

YouGov. Recuperado de <https://today.yougov.com/topics/politics/articles-reports/2021/01/06/US-capitol-trump-poll>

Lo que ocurrió el 6 de enero en Washington ha dejado en muy poco tiempo una gran producción mediática sobre las causas y los efectos nocivos de la violencia, pero todavía es nebulosa la información sobre los elementos menos visibles de esta trama: los millones de hogares estadounidenses que siguen siendo leales a Trump y que hasta el día de hoy simpatizan con la insurrección. Según YouGov, una firma internacional de investigación de mercados y análisis de datos basada en Internet, el 45 por ciento de los votantes republicanos aprueba el asalto al Capitolio de Washington (Smith et al., 2021).

CONCLUSIONES

Que la violencia sea pensada y factible, que fallen las restricciones, ninguna de estas tres variables aisladas logra trasladar la violencia de los entornos virtuales a los presenciales, objetivo de los movimientos de la ultraderecha que han probado músculo no solo en Estados Unidos. Sin embargo, los eventos violentos a gran escala son más probables donde se expresan las tres condiciones. El ataque al Capitolio de Washington revela la importancia que han adquirido las plataformas sociales para configurar las identidades políticas y de las implicaciones que tiene conceptualizar erróneamente la radicalización de la extrema derecha como fuera de línea o en línea. En la era de la información digital, estos dos dominios deben considerarse mutuamente complementarios y reforzantes.

Las personas que participaron directamente en el asalto sufrieron años de radicalización en comunidades digitales ultra derechistas y han desarrollado una cultura particular, con habilidades para extender mensajes de odio, el uso de los memes como arma ofensiva y la cooptación de otros grupos para extender su influencia. Usualmente no tienen otro programa que el desplazamiento por medio de la violencia a los espacios físicos, con clara conciencia de que pueden estar dispersos en la red, pero no están aislados. Son parte de un movimiento ideológico y también de procesos de intercambio social que han entendido internet como lo que es: una plataforma en la que existen pocos límites en términos de vínculo, comunicación y organización, y donde es posible transformar en actos el discurso violento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barber, L., Sevastopulo, D. y Tett, G. (2017, abril 2). Donald Trump: Without Twitter, I would not be here— FT interview. *The Financial Times*. Recuperado 2 abril 2017, de <https://www.ft.com/content/943e322a-178a-11e7-9c35-0dd2cb31823a>
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.
- Conger, K.; Isaac, M. (2021, enero 8). Twitter Permanently Bans Trump, Capping Online Revolt. *The New York Times*. Recuperado 8 enero 2021, de <https://www.nytimes.com/2021/01/08/technology/twitter-trump-suspended.html>
- Collier, P., Hoeffler, A., Rohner, D. (2006). Beyond greed and grievance: feasibility and civil war. *Oxford Economic Papers*, (61) 1, 1-27. Recuperado de <https://www.csae.ox.ac.uk/materials/papers/2006-10text.pdf>
- Cooter, A. (2021, enero 11). Militia Expert Warns Trump's Capitol Insurrectionists Could Try Again. *Scientific American*. Recuperado 11 enero 2021, de <https://www.scientificamerican.com/article/militia-expert-warns-trumps-capitol-insurrectionists-could-try-again/>
- Djupe, P., Burge, R., Jones, R. (2019, julio 24). New Religious Group is Skyrocketing: The Unclassifieds. *Religion in Public*. Recuperado 24 julio 2019, de <https://religioninpublic.blog/2019/07/24/new-religious-group-is-skyrocketing-the-unclassifieds/>
- Dwoskin, E. y Timberg, C. (2021, enero 16). Misinformation dropped dramatically the week after Twitter banned Trump and some allies. *The Washington Post*. Recuperado 16 enero 2021, de <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/01/16/misinformation-trump-twitter/>
- Edsall, T. (2021, febrero 17). Democracy Is Weakening Right in Front of Us. *The New York Times*. Recuperado 17 febrero 2021, de <https://www.nytimes.com/2021/02/17/opinion/digital-revolution-democracy-fake-news.html>
- Elizalde, R. (2021, febrero 15). La insoportable levedad de los monopolios digitales. *La Jiribilla*. Recuperado 15 febrero 2021, de <http://www.lajiribilla.cu/articulo/la-insoportable-levedad-de-los-monopolios-digitales>
- Evon, D. (2020, junio 8). Is This 'Trump Army' Fundraising Email Real? *Snopes*. Recuperado 8 junio 2020, de <https://www.snopes.com/fact-check/trump-army-fundraising-email/>
- Fact Checker (2021, enero 20). In four years, President Trump made 30,573 false or misleading claims. *The Washington Post*. Recuperado 20 enero 2021, de <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/>
- Garcia-Camargo, I. (2020, octubre 29). Repeat Offenders: Voting Misinformation on Twitter in the 2020 United States Election. *Election Integrity Partnership*. Recuperado 29 octubre 2020, de <https://www.eipartnership.net/rapid-response/repeat-offenders>
- Ginsberg, M. (2021, febrero 20). We need a social media early warning center. *The Hill*. Recuperado 20 febrero 2021, de <https://thehill.com/opinion/technology/539728-we-need-a-social-media-early-warning-center?rl=1>
- Goldmacher, S. y Shorey, R. (2021, enero 31). Trump Raised \$255.4 Million in 8 Weeks as He Sought to Overturn Election Result. *The New York Times*. Recuperado 31 enero 2021, de <https://www.nytimes.com/2021/01/31/us/politics/trump-voter-fraud-fundraising.html>
- Habib, M., Jubb, Ch., Ahmad, S., Rahman, M. y Pallard, H. (2018). Forced Migration of Rohingya: The Untold Experience. Ottawa, Canada: Ontario International Development Agency. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/326912213_Forced_Migration_of_Rohingya_The_Untold_Experience
- Hendrickson, C. (2020, octubre 10). How social media played a critical role in Gov. Whitmer kidnap plot. *Detroit Free Press*. Recuperado 10 octubre 2020, de <https://www.freep.com/story/news/local/michigan/2020/10/10/social-media-thwarted-plot-kidnap-whitmer/5943256002/>
- Horwitz, J. (2021, enero 31). Facebook Knew Calls for Violence Plagued Groups, Now Plans Overhaul. *The Wall Street Journal*. Recuperado 31 enero 2021, de <https://www.wsj.com/articles/facebook-knewcalls-for-violence-plagued-groups-now-plans-overhaul-11612131374>

- Ipsos (2020, diciembre 30). *More than 1 in 3 Americans believe a 'deep state' is working to undermine Trump*. Recuperado 30 diciembre 2020, de <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/npr-misinformation-123020>
- Kirkpatrick, D., McIntire, M. y Triebert, Ch. (2021, enero 16). Before the Capitol Riot, Calls for Cash and Talk of Revolution. *The New York Times*. Recuperado 16 enero 2021, de <https://www.nytimes.com/2021/01/16/us/capitol-riot-funding.html>
- Klaus, K, Malik, A. (2021, enero 24). There's a long, troubling history behind the Capitol attack. *The Washington Post*. Recuperado 24 enero 2021, de <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/01/24/theres-long-troubling-history-behind-capitol-attack/>
- Kemp, S. (2021, enero 27). The Latest Insights into the State of Digital. *We Are Social*. Recuperado 27 enero 2021, de <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Lewandowsky, S., Jetter, M. y Ecker, U. (2020, noviembre 10). Using the president's tweets to understand political diversion in the age of social media. *Nature Communications*. Recuperado 10 noviembre 2020, de <https://www.nature.com/articles/s41467-02019644-6>
- Mac, R., Silverman, C. (2021, febrero 22). Mark Changed The Rules: How Facebook Went Easy On Alex Jones And Other Right-Wing Figures. *BuzzFeed News*. Recuperado 22 febrero 2021, de <https://www.buzzfeednews.com/article/ryanmac/mark-zuckerberg-joel-kaplan-facebook-alex-jones?origin=thum>
- Mangan, D. (2021, enero 15). QAnon shaman Jacob Chansley held without bail after storming Senate during Capitol riot by Trump supporters. *CNBC*. Recuperado 15 enero 2021, de <https://www.cnn.com/2021/01/15/trump-rioters-planned-to-kill-congress-members-fed-probe.html>
- McIntire, M., Yourish, K. y Buchanan, L. (2019, noviembre 2). In Trump's Twitter Feed: Conspiracy-Mongers, Racists and Spies. *The New York Times*. Recuperado 2 noviembre 2019, de <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-disinformation.html>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Simge, A. y Nielsen, R. K. (2020). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford University. Recuperado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Ovide, S. (2020, junio 16). Conviction in the Philippines Reveals Facebook's Dangers. *The New York Times*. Recuperado 16 junio 2020, de <https://www.nytimes.com/2020/06/16/technology/facebook-philippines.html?searchResultPosition=12>
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Madrid: Debate.
- Ramachandran, S., Berzon, A. y Ballhaus, R. (2021, febrero 1). Jan. 6 Rally Funded by Top Trump Donor, Helped by Alex Jones, Organizers Say. *The Wall Street Journal*. Recuperado 1 febrero 2021, de <https://www.wsj.com/articles/jan-6-rally-funded-by-top-trump-donor-helped-by-alex-jones-organizers-say-11612012063>
- Roose, K. (2021, febrero 4). What is QAnon? *The New York Times*. Recuperado 4 febrero 2021, de <https://www.nytimes.com/article/what-is-qanon.html>
- SITE Intelligence Group. (2021, enero 9). *How a Trump Tweet Sparked Plots, Strategizing to Storm and Occupy Capitol with Handcuffs and Zip Ties*. Recuperado de <https://ent.siteintelgroup.com/pdf/Far-Right-/Far-Left-Threat/how-a-trump-tweet-sparked-plots-strategizing-to-storm-and-occupy-capitol-with-handcuffs-and-zip-ties>
- Spies, M. y Pearson, J. (2021, enero 30). Text Messages Show Top Trump Campaign Fundraiser's Key Role Planning the Rally That Preceded the Siege. *ProPublica*. Recuperado 30 enero 2021, de <https://www.propublica.org/article/trump-campaign-fundraiser-ellipse-rally>
- Starbird, K. [@KateStarbird]. (2021, enero 7). Going into the election, Trump and his close associates, including his adult sons (who eventually helped spread >20 false narratives)... [Tweet]. Recuperado de <https://twitter.com/katestarbird/status/1347285138284023808?s=20>
- Taub A. y Fisher, M. (2018, abril 21). Where Countries Are Tinderboxes and Facebook Is a Match. *The New York Times*. Recuperado 21 abril 2018, de <https://www.nytimes.com/2018/04/21/world/asia/facebook-srilanka-riots.html>

- Timberg, C., Harwell D. y Lang, M. (2021, enero 9). Capitol siege was planned online. Trump supporters now planning the next one. *The Washington Post*. Recuperado 9 enero 2021, de <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/01/09/trump-twitter-protests/>
- Smith, M., Ballard, J. y Sanders, L. (2021, enero 6). Most voters say the events at the US Capitol are a threat to democracy. *YouGov*. Recuperado 6 enero 2021, de <https://today.yougov.com/topics/politics/articles-reports/2021/01/06/US-capitol-trump-poll>
- US Crisis Monitor (2020, septiembre 3). *Demonstrations & Political Violence In America: New Data For Summer 2020*. Bridging Divides Initiative (BDI). Princeton University. Recuperado de <https://acleddata.com/2020/09/03/demonstrations-political-violence-in-america-new-data-for-summer-2020/>

NOTAS

- 1 La teoría de la agenda setting postula que los medios de comunicación masivos influyen en el público al determinar cuáles temas poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.
- 2 La popular aplicación Parler tenía en noviembre de 2020 el mayor ritmo de descarga en la App Store de Apple y fue aclamada por los usuarios por la capacidad de publicar reclamos infundados y controvertidos sin la molestia de las verificaciones de hechos. Después del ataque al Capitolio, Amazon, Google y Apple prohibieron a Parler con el argumento de que no logró moderar “contenidos atroces”, pero la plataforma logró reaparecer en Internet a fines de febrero de 2021.