VISUAL REVIEW | Vol. 18, No. 6, 2026 | ISSN 2695-9631
International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual
https://doi.org/10.62161/revvisual.v18.6289

DESINFORMACIÓN, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MEME-POLÍTICA EN REDES: La 'slopaganda' durante la segunda presidencia de Trump

FÁTIMA MARTÍNEZ-GUTIÉRREZ [1]
fatimamargu@gmail.com
LUIS MANUEL FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ [2]
luismanuel.fernandez.m@udima.es
SHEILA LIBERAL-ORMAECHEA [3]
s.liberal.prof@ufv.es
[1]Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú
[2]Universidad A Distancia de Madrid, España
[3]Universidad Francisco de Vitoria, España

PALABRAS CLAVE

desinformación
inteligencia artifical
redes sociales
memes
Donald Trump
propaganda política
polarización

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar el uso de memes, imágenes y vídeos como herramientas de propaganda política durante la presidencia de Donald Trump en Estados Unidos. La comunicación política reciente ha experimentado un cambio cualitativo impulsado por la desinformación online, los memes en redes sociales y la irrupción de la inteligencia artificial generativa, que facilita la rápida difusión de contenidos manipulados. Mientras que años anteriores se caracterizaron por la viralización de imágenes generadas con IA, las tendencias más recientes incluyen vídeos e imágenes virales creados mediante herramientas de IA. Se analizan catorce imágenes y tres vídeos que ilustran cómo esta comunicación memeificada fomenta polarización, polémica y desinformación digital.

Recibido: 03/ 05 / 2026
Aceptado: 25/ 07 / 2026

1. Introducción

La evolución reciente de la comunicación política ha experimentado un cambio impulsado por tres factores clave: la desinformación online, la circulación de memes en redes sociales y la irrupción de la inteligencia artificial generativa, que facilita la difusión de imágenes y vídeos manipulados. Mientras que 2023 se caracterizó por la viralización de imágenes generadas con inteligencia artificial, 2025 ha estado marcado por vídeos e imágenes virales producidos mediante herramientas de IA generativa. En contexto, esta investigación analiza el uso de memes, imágenes y vídeos generados con IA como herramientas de propaganda política durante la presidencia de Trump en Estados Unidos. Este recurso visual fue analizado por Polak & Zwetsloot (2022) concluyendo que los memes desempeñaron un papel importante en la estrategia de comunicación de Trump, ya que utilizaron narrativas exageradas y absurdas para atraer y movilizar a los seguidores en línea. Además, pusieron de relieve el uso por parte de Trump de la «lógica de los dibujos animados» para influir en la percepción y el comportamiento del público.

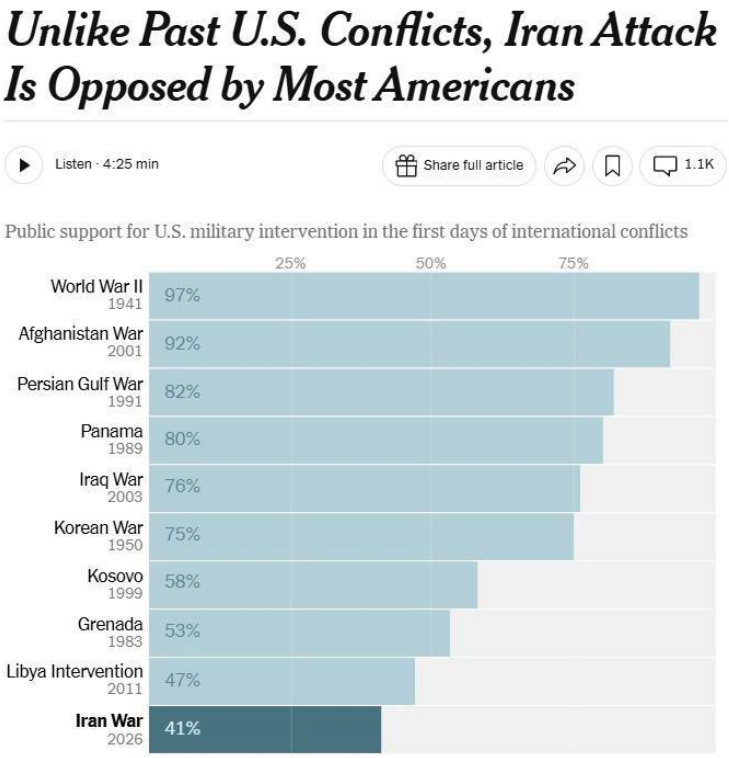
En su obra *¿Qué es la política?*, Hannah Arendt escribe sobre los juicios y los prejuicios en la política. En su opinión, los prejuicios contra la política, la idea de que la política es una sarta fraudulenta y engañosa de intereses e ideologías mezquinas, mientras que la exterior fluctúa entre la propaganda vacía y la cruda violencia son considerablemente más antiguos que la invención de instrumentos con los que poder destruir toda vida orgánica sobre la Tierra. La filósofa señala que los prejuicios tienen un papel tan extraordinariamente grande en la vida cotidiana y, por lo tanto, en la política, es algo de lo que en sí, no cabe lamentarse y que, en ningún caso, se debería intentar cambiar. Sin embargo, Arendt hace referencia a la política que trata de estar juntos, y los unos con los otros, de los diversos. 'Los hombres se organizan, políticamente, según determinadas comunidades esenciales en un caos absoluto, o a partir de un caos absoluto de las diferencias', afirma. Del siglo XX y los medios de comunicación de masas hemos pasado al siglo XXI con la digitalización y la crisis de la democracia (Han, 2021), tras la llegada de las redes sociales digitales a nuestras vidas y la implantación de la inteligencia artificial generativa como fuente de desinformación dentro de ese mismo ecosistema digital.

Ahora bien, en qué se está convirtiendo la comunicación política en los últimos años en las redes sociales. La meme-política convertida en parodia diaria se hace realidad mediante el consumo de las redes sociales, pero la llegada de la inteligencia artificial generativa, estimula especialmente contenidos creados en imágenes, repletos de imaginarios, y vídeos falseados de la realidad. Como explica Han (2022), las *infowars* con fake news y teorías de la conspiración indican el estado de la democracia actual, donde la verdad y la veracidad ya no importan. En *Infocracia*, Han deja claro que los memes desempeñan un papel central en las campañas electorales como armas para la guerra de la información. 'Los memes son dibujos cómicos, montajes fotográficos o vídeos cortos con un eslogan breve y provocador que se difunden en las redes sociales y se hacen virales. Tras la victoria electoral de Donald Trump, el *Chicago Tribune* citó a un usuario de 4chan: 'Realmente hemos elegido un meme como Presidente''. En palabras de Han, en la 'infocracia', la información se utiliza como arma. A continuación, el filósofo señala que la CNN llamó a las elecciones de 2020 'elecciones meme' y la campaña electoral fue denominada como 'la gran guerra de los memes'.

Donald Trump, publica un editorial del *New York Times* (noviembre, 2025), ha ejercido el poder como ningún otro presidente lo había hecho. Sus acciones, dice el diario americano, han suscitado una pregunta escalofriante y así titulan el editorial: '¿Estamos perdiendo nuestra democracia?'. Este editorial señala doce marcadores para reflexionar acerca de los patrones que están erosionando la democracia con el Presidente Donald Trump en los Estados Unidos. Entre esos doce marcadores están los siguientes que ya se han hecho presente a lo largo del año 2025 en Estados Unidos: un autoritario reprime las voces contrarias, un autoritario persigue a sus oponentes políticos, un autoritario rodea la legislatura, un autoritario usa a los militares para el control doméstico, un autoritario reta a las cortes, un autoritario declara emergencias nacionales sobre falsas pretensiones, un autoritario vilipendia a grupos marginalizados, un autoritario controla la información y los nuevos medios, un autoritario trata de tomar el mando de las universidades, un autoritario crea culto a la personalidad, un autoritario usa el poder para su beneficio personal y, por último, un autoritario manipula la ley para estar en el poder.

El *Pew Research Center* (2025) señala que la mayoría de los americanos piensan que Trump está intentando ejercer más poder que el obtenido por presidentes previos; 7 de cada 10 americanos dicen que el Presidente Donald Trump está intentando ejercer más poder que sus predecesores. Respecto al estado global de la democracia 2025, las conclusiones subrayan que el actual panorama mundial es de incertidumbre radical, ejemplificada por los acontecimientos en los Estados Unidos y están sacudiendo valores arraigados sobre la resiliencia democrática y el multilateralismo (Idea Internacional, 2025). Mientras la desaprobación de Donald Trump crece, a medida que su política se vuelve más violenta, editoriales en el New York Times, afirman que aunque Estados Unidos no sea un modelo como el de China y Rusia, una vez que los países se comienzan a alejar de la democracia, no hay marcha atrás, que es lo que se está viviendo con Estados Unidos con la Administración de Trump (New York Times, 2025). A continuación, y con motivo de la guerra de Irán, que inicia el Gobierno de Donald Trump un 28 de febrero, presentamos una gráfica, también del New York Times, sobre la opinión pública de Estados Unidos respecto a las guerras donde han intervenido sus administraciones militarmente en los últimos años.

Figura 1. Oposición mayoritaria de EE. UU. al ataque a Irán comparada con guerras pasadas



Fuente: *New York Times* (2026)

Independientemente de sus políticas, en términos de comunicación política el Presidente Donald Trump ha roto completamente su manera de comunicar y ha usado las redes sociales, la inteligencia artificial y los memes como un arma de propaganda política. La revista Time (octubre, 2025) reflexiona en un artículo titulado *Cómo los usos de Trump de vídeos de Inteligencia Artificial están cambiando su manual político*: 'El Presidente Donald Trump está convirtiendo la inteligencia artificial en una de sus más potentes herramientas políticas, usándola para amplificar su mensaje y su 'persona' online, según los expertos, de manera increíblemente efectiva. El editorial del *New York Times* (noviembre, 2025) especifica que el Presidente Trump publica memes, en forma de vídeos, donde aparece con una corona, incluyendo un vídeo generado por IA que lo muestra pilotando un avión que arroja excrementos sobre los manifestantes, mientras utiliza las reuniones televisadas en el despacho Oval, donde los miembros de su gabinete le prodigan elogios como aduladores. Han (2022) asevera que la guerra de los memes en la comunicación digital favorece cada vez más lo visual sobre lo textual porque las imágenes son más rápidas que los textos, ni el discurso, ni la verdad son virales.

La presidencia de Donald Trump a menudo se asocia con el uso estratégico de la desinformación (Myers, 2022) (Díez-Gracia et al., 2023), la inteligencia artificial y la política de memes, un fenómeno

que a veces se denomina «propaganda clandestina». Este término resume el estilo de comunicación caótico y a menudo engañoso que caracterizó la retórica política y la presencia en Internet de Trump. El enfoque de Trump con respecto a la desinformación es multifacético e incluye la comunicación directa a través de las redes sociales, el uso de memes y el uso de herramientas impulsadas por la inteligencia artificial para amplificar sus mensajes. Esta estrategia no solo influyó en el discurso público, sino que también reconfiguró el panorama político al normalizar la desinformación y fomentar una cultura de escepticismo hacia los medios tradicionales. Las siguientes secciones profundizan en los diversos componentes de la estrategia de «propaganda clandestina» de Trump.

El planteamiento que subrayamos en esta investigación se refiere a estos usos de la inteligencia artificial por parte del Presidente de los Estados Unidos, como ha sido a partir del año 2025 con la segunda Presidencia de Donald Trump, que se acentúa aún más a inicios del año 2026 a partir de la captura de Nicolás Maduro el día 3 de enero de 2026, las amenazas sobre anexionarse Groenlandia y el inicio de la guerra de Irán el 28 de febrero, donde se cae un misil de Estados Unidos en una escuela iraní, matando a 175 personas, en su mayoría menores de edad. Al final del día, el Presidente que decía no querer más guerras, inicia un cambio geopolítico mundial, promoviendo el caos internacional mediante conflictos ya conocidos en América Latina y guerras varios países como es la de Irán en Oriente Medio.

2. Marco teórico

2.1 La desinformación en la era de las redes sociales

La generación de imágenes falsas, realizadas por ordenador, gracias al uso de la inteligencia artificial, han supuesto un auténtico desafío dentro del ecosistema digital de las redes sociales, donde tantas informaciones falsas circulan al no existir información intermediarios a la hora de difundir noticias, más que los intermediarios de las propias plataformas para censurar en determinadas ocasiones (Martínez, 2024). La desinformación ha sido una de las herramientas políticas en Donald Trump desde su primer mandato, llegando a popularizar el concepto de fake news a partir de su llegada al poder en el año 2016. 'Fake news es el enemigo', fue una de las grandes premisas de Donald Trump durante su primer mandato, la palabra del año 2017, según los diccionarios Oxford y Collins (Amorós, 2018).

Diez-Gracia et al. (2023) confirmaron que Donald Trump empleó el término «Fake News» como argumento político utilizado como arma en favor de la desinformación y la desintermediación. Esta estrategia implicaba una agenda personalista centrada en defender sus propuestas y su equipo, al tiempo que deslegitimaba a los opositores y a la prensa, utilizando un tono predominantemente negativo con términos despectivos. También las noticias falsas son, ante todo, información, señala Hans en *Infocracia* (2022) porque antes de que un proceso de verificación se ponga en marcha, ya ha tenido todo su efecto. En sus palabras, el intento de combatir la infodemia con la verdad está, pues, condenado al fracaso. El efecto multiplicador de las redes sociales en este sentido en las sociedades hiperconectadas más las coyunturas políticas polarizadas en contextos convulsos no hacen más que agravar esta situación en torno a la desinformación. Las fake news son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero (Amorós, 2018). Amorós (2018) pone como ejemplo el caso de Hearst que sólo quería periódicos (objetivo financiero) y acabó llevando a su país a la guerra (objetivo político).

Las redes sociales multiplican con algoritmos nuestras ansias de vivir en la posverdad, es decir, en realidades que se confunden con el mundo real, donde todo se fragmenta y termine por confundirse la ficción con lo verdadero. Con este artículo se continúa parte del trabajo elaborado en *La Inteligencia Artificial en el Fotoperiodismo actual como herramienta de imágenes virales en redes sociales* (Martínez, 2024). Pero, en el caso de Donald Trump, aúna el uso de redes sociales con el uso de la inteligencia artificial generativa. Previamente, y después de haber sido expulsado de varias redes sociales como Twitter, Donald Trump se encarga de fundar su propia red social denominada *Truth Social*, que se traduce como 'Verdad Social', paradójicamente con el fin de propagar desinformaciones desde su propia red social, que se reproducen en todas las demás como Instagram y X desde POTUS, teniendo en cuenta plataformas que sirven para viralizar contenidos fácilmente cuando generan polémica, confusión y entretenimiento.

Para comprender mejor estas dinámicas, resulta fundamental apoyarse en el marco conceptual propuesto por Wardle y Derakhshan (2017), quienes clasifican la desinformación en tres categorías principales - misinformation, disinformation y malinformation - y ofrecen un enfoque interdisciplinario para analizar cómo los contenidos falsos o manipulados circulan y se viralizan en entornos digitales." Estas categorías se materializan en técnicas concretas que permiten condicionar la opinión pública o manipular información. Manfredi y Ufarte (2020) señalan cinco estrategias principales: la manipulación activa de contenidos con un propósito predefinido, donde se utilizan datos privados de forma fraudulenta; la manipulación pasiva, que se manifiesta mediante cámaras de eco y burbujas informativas potenciadas por algoritmos; la falta de transparencia en el diseño y gestión de algoritmos, generando 'verdades algorítmicas'; la calidad de las falsificaciones audiovisuales, como el uso de deepfakes para atribuir falsamente discursos o actitudes a figuras públicas; y, finalmente, el uso de la ficción para la creación de comunidades imaginadas, mediante contenidos que refuerzan valores o preferencias específicas de grupos determinados.

Frente a este panorama donde las tecnologías digitales presentan una dualidad: ofrecen grandes oportunidades para la democracia, pero también conllevan serios riesgos debido a la proliferación de discursos autoritarios (Fornasier & Schwede, 2020). Varios expertos en alfabetización audiovisual como Torrecillas y Fernández (2023) subrayan la necesidad de alfabetización digital, preparando a la ciudadanía para evaluar críticamente la información y minimizar la vulnerabilidad ante la desinformación. Desde la perspectiva de Camacho (2024), la propagación de desinformación en redes sociales puede entenderse como un fenómeno autónomo y complejo, donde las interacciones entre cuentas generan contagios de información que escapan al control de cualquier plataforma, y donde incluso con modelos avanzados resulta difícil distinguir patrones naturales de flujos anómalos.

2.2 'Slopaganda' y meme-política: propaganda visual mediante inteligencia artificial generativa

La historia de la 'slopaganda', la historia de la propaganda con la ayuda del uso de la inteligencia artificial. (Diez-Gracia et al., 2023) (Zaman, 2023) ya alertaron como La IA y los bots desempeñaron un papel decisivo en la difusión de la desinformación durante la presidencia de Trump, especialmente en plataformas como Twitter. Como explican Sigman & Bilinkis (2023) en Artificial, la nueva inteligencia y el contorno de lo humano, 'el mundo visual ha sido, como el juego, el terreno de prueba y espacio de exhibición de los mayores avances de inteligencias artificiales, tanto en el reconocimiento como en la generación'. Académicamente, no hay mucho escrito sobre la 'slopaganda', dado que el concepto se acuña recientemente. Klincewicz et al. (2025) escriben un artículo titulado *Slopaganda: la interacción entre la propaganda y la inteligencia artificial generativa* donde afirma que la 'slopaganda' es un término creado en el año 2024, un 'neologismo' que es una nueva estrategia de comunicación digital. Ellos usan el término como la combinación de un fenómeno familiar como es la propaganda y la reciente llegada de la 'slop IA Generativa'. Como apunta el New York Times (2025), 'la era de la Propaganda IA está aquí y el Presidente Trump es un entusiasta participante'. El predominio de la propaganda computarizada en la estrategia de Trump puso de relieve el impacto transformador de las plataformas digitales en la comunicación política (Dojcinovic & Ljajic, 2022).

El término aparece publicado en una información *The Guardian,* donde se recogen 10 ejemplos de 'slopaganda', que hemos decidido investigar en este artículo. La información lleva como titular The slopaganda era: 10 AI images posted by the White House and what they teach us, donde el periodista Steve Rose señala 'el troleo como comunicación oficial del Gobierno'. Parafraseando al filósofo Han (2022), la 'Infocracia' puede prescindir de la verdad y a los investigadores Klincewicz et al. (2025), la representación neutral de información que ha sido mostrada para ser falsa continúa influyendo las creencias y el raciocinio de la gente tras ser corregida. Carlos Guadián, director de Marketing, Comunicación e Innovación español titula un post de blog *Cuando el Gobierno trolea con imágenes falsas* (slopaganda) dedicado a la 'slopaganda', donde explica que la propaganda con imágenes de inteligencia artificial, ya no intenta convencer, sino que de lo que se trata es de llamar la atención. Por tanto, en su opinión, la Casa Blanca mezcla memes, wishcasting y deep-fakes, convirtiendo la comunicación oficial en una especie de troleo institucional, es decir, con un manual simple: 'Si indigna, funciona, si confunde, mejor' (2026). Battista (2024), asegura que con el progreso de la inteligencia artificial, el paisaje de la comunicación, especialmente en el reino de la política, ha de enfrentar una

serie de dilemas complejos relacionados con la información y sus nuevos ecosistemas. 'La rápida evolución de la IA ha abierto varias perspectivas que conciernen con la diseminación y el consumo de la información política'. Por tanto, señala Battista, que dentro de este contexto, nos enfrentamos con desafíos relativos a las fuentes de verificación, a la manipulación de la información, al acceso a las noticias y a la creación de un ambiente de información confiable.

Como apunta el periodista Stuart A. Thompson (New York Times, 2025), algunos posts son para confundir a los lectores o amplificar la división política. Otros posts, sin embargo, fueron bromas con claros marcadores de engaños o trucos de Inteligencia Artificial. Los expertos políticos consideran, apuntala Thompson, que hasta los más anodinos usos de la Inteligencia Artificial por el presidente podrían normalizar las herramientas como una nueva parte potente de la propaganda en la política moderna (New York Times, 2025). Los expertos en Inteligencia Artificial, dice esta información, que Trump se ha convertido en uno de las personas más notables en compartir este contenido, aunque, verdaderamente, se está convirtiendo en un fenómeno del mensaje político internacionalmente. Aunque, a pesar de todo, la media de los ciudadanos americanos considera que Estados Unidos es una democracia (Johnson & Autry, 2022).

3. Metodología

Este estudio analiza cómo la comunicación política digital en Estados Unidos se transforma durante el segundo mandato de Donald Trump, con un enfoque en la difusión de memes y contenidos generados por inteligencia artificial a través de las cuentas oficiales del Gobierno, incluyendo la Casa Blanca, el Departamento de Estado, la Vicepresidencia y otros funcionarios de alto rango, principalmente en Twitter/X, Instagram y Facebook. Se identifican tres hipótesis principales derivadas de la observación de patrones de viralización de contenidos durante 2025 y 2026.

H1. La 'meme-política' representa una transformación de la comunicación política tradicional en Estados Unidos, caracterizada por la difusión de imágenes generadas por IA y memes virales en las cuentas oficiales del Gobierno."

H2. Los memes y contenidos generados por IA en redes sociales oficiales se utilizan como herramientas de propaganda política y manipulación informativa, con efectos de polarización y desinformación durante el periodo 2025-2026.

H3. La utilización de IA para crear memes y contenidos visuales constituye una forma emergente de propaganda política (que se ha deniminado 'slopaganda') que combina humor, exageración y manipulación visual para influir en la percepción pública desde el uso de las redes sociales.

Se emplea un enfoque cualitativo descriptivo, basado en análisis de contenido de 14 imágenes y 4 vídeos seleccionados intencionalmente (muestreo no probabilístico), publicados entre 2025 y 2026 en las cuentas oficiales del Gobierno mencionadas. La selección prioriza contenidos que evidencian estrategias de comunicación política mediante inteligencia artificial generativa. El análisis combina la observación directa de las publicaciones en redes sociales oficiales — para identificar patrones de publicación, formatos y viralización — con referencias a reportajes de medios de comunicación anglosajones que destacan casos particularmente representativos de 'slopaganda'. Esta combinación asegura que la muestra incluya tanto contenidos verificados directamente en las cuentas oficiales como ejemplos emblemáticos señalados por la prensa. El análisis se centra en las siguientes variables clave:

- Formato del contenido (imagen/video): se clasifica cada producción como imagen o vídeo, considerando su duración, composición visual y presencia de elementos animados. Esto permite diferenciar cómo se difunden distintos tipos de mensajes y su potencial de viralización.
- Ejemplo de slopaganda: se evalúa si el contenido es claramente generado por IA, parcialmente manipulado o recrea falsamente la realidad, observando elementos visuales, texturas, coherencia de iluminación, contexto histórico y simbología política. Esta variable permite identificar estrategias de desinformación y exageración visual.
- Contexto político-social: se analiza el momento y la situación política en que se publica cada contenido, considerando eventos relevantes, campañas políticas, controversias, debates públicos o decisiones de Gobierno. Esto permite relacionar la producción de memes y contenidos IA con la agenda política y estrategias de propaganda.

Tabla 1. Ficha de análisis

Número de pieza	Fecha de publicación	Ejemplo slopaganda	Contexto politico y social	Formato (imagen/video)

Fuente: elaboración propia, 2026

Para asegurar la consistencia y la validez del análisis, se aplican criterios claros de inclusión y exclusión de contenidos. En cuanto a la inclusión, se consideran todos los contenidos publicados en cuentas oficiales de la Casa Blanca, del Departamento de Estado, de la Vicepresidencia y de otros funcionarios de alto rango durante el periodo 2025-2026. Se incluyen imágenes y vídeos generados o manipulados mediante inteligencia artificial, incluyendo aquellas representaciones simbólicas o exageradas conocidas como "slopaganda". Asimismo, se incorporan únicamente contenidos directamente relacionados con la comunicación política o con la promoción de la agenda de Trump, asegurando que el material analizado sea relevante para el estudio de la propaganda digital y la meme-política.

Por el contrario, los criterios de exclusión descartan contenidos procedentes de cuentas personales de terceros o de fuentes no oficiales, así como publicaciones que sean puramente informativas, sin manipulación visual o sin conexión directa con estrategias de comunicación política. También se excluyen contenidos generados por IA o memes publicados antes de 2025, salvo casos excepcionales utilizados como referencia histórica, como una producción de 2024 que se incluye específicamente para ejemplificar el concepto de slopaganda. Estos criterios permiten mantener la coherencia en la muestra y garantizar que el análisis se centre en los elementos más representativos de la estrategia de comunicación política digital de Trump durante su segundo mandato.

Se incluyen 18 producciones de IA generativa relevantes, difundidas en redes sociales entre febrero de 2025 y febrero de 2026, excepto una proveniente de la campaña de Trump en 2024, utilizada como ejemplo del concepto 'slopaganda'. Cada caso se evalúa según fecha de publicación, representación mediante IA, contexto político-social y formato, sin centrarse en la recepción por parte de las audiencias. El método combina observación directa en redes sociales con análisis cualitativo de imágenes y vídeos, considerando únicamente al emisor y la construcción del relato digital, más que la interacción o recepción de las audiencias. La distribución de los contenidos analizados comprende 9 publicaciones en 2025 y 7 publicaciones en 2026, incluyendo cuentas de la Casa Blanca, Departamento de Estado, Vicepresidencia, POTUS y otros funcionarios de alto rango. Una vez establecidos los criterios de inclusión y exclusión, la selección final de imágenes se realiza a partir de reportajes de medios anglosajones, incluyendo *The New York Times* ("How Trump is Using Fake Imagery to Attack Enemies and Rouse Supporters", 21 de octubre de 2025) y *The Guardian* ("The slopaganda era: 10 AI images posted by the White House – and what they teach us", 29 de enero de 2026). Estas publicaciones sirven como guía para identificar casos relevantes y representativos, mientras que la codificación y análisis de las variables se realiza de manera sistemática y original a partir de las observaciones directas en las cuentas oficiales.

4. Resultados

La Figura 1 muestra la selección de 14 imágenes y 4 vídeos (o deep-fakes) analizados en este estudio, representativos de la difusión de memes y contenidos generados por inteligencia artificial en las cuentas oficiales del Gobierno de Trump entre 2025 y 2026. Cada miniatura (pieza) permite observar la diversidad de formatos, estilos visuales y estrategias de manipulación o exageración ('slopaganda') presentes en la comunicación política digital oficial. Con lo observado a partir de las imágenes y de los vídeos hechos virales por IA de Donald Trump es que, en primer lugar, sí existe una atracción importante y un gusto, parte del Presidente Donald Trump hacia la experimentación de hacer virales imágenes y vídeos falsos, hechas por inteligencia artificial, y en segundo lugar, que verdaderamente sí hay una evolución en los contenidos con fines propagandísticos que se pueden dividir en tres etapas:

1. La precampaña y las primeras experiencias con inteligencia artificial en 2024: las primeras imágenes que se usan con inteligencia artificial es como si fueran procedentes de los usuarios de redes sociales, en favor de la intención de voto a Donald Trump como Presidente, y por ende, Trump aceptara el desafío de sumarse a la iniciativa generada por sus 'fans' de campaña electoral en redes sociales. Por ejemplo, como sucede con la imagen de la cantante americana

Taylor Swift, apoyando a Trump. El año 2024 es un campo para la experimentación de imágenes falsas en redes sociales, desde Social Truth, el candidato presidencial comienza a compartir fotos y vídeos de dudosa credibilidad. La cantante Taylor Swift no respondió a la imagen falsa que se utilizó para llamar al voto de los republicanos al voto pro Donald Trump.

2. El año 2025 donde se hacen virales desde las cuentas oficiales numerosas imágenes y vídeos que generan repulsa. El año 2025 es el año donde se estrena la segunda Presidencia de Donald Trump y, desde la Presidencia, se experimenta con imágenes y vídeos (deep-fakes), elaborados cuidadosamente con inteligencia artificial, como propaganda política oficial del Gobierno de los Estados Unidos, las imágenes juegan con un Donald Trump, como si fuera portada de la Revista Time o del New Yorker o el protagonista de películas norteamericanas como Superman o La Guerra de las Galaxias. Aprovechando el contexto de la elección del nuevo Papa, desde la Presidencia de Donald Trump se elabora la imagen de un Trump convertido en Papa como fórmula online para provocar desde las redes sociales. Este año se comienzan a realizar deep-fakes en la Presidencia para generar indignación entre la gente; el de Gaza convertido en resort de lujo, donde disfrutan Trump, Netanyahu y Musk, mientras estaba siendo masacrada; y el de Donald Trump, coronado como rey, que en un avión de combate, bombardea excrementos entre los manifestantes del movimiento estadounidense anti-Trump denominado 'No Kings'.
3. Inicios del año 2026 que es cuando se intensifica mucho más el relato y las narrativas con inteligencia artificial, tanto en imágenes como en vídeos. De la muestra elegida son siete imágenes del mes de enero del año 2026, que coincide con la violencia promovida por la Administración de Donald Trump, dentro y fuera de los Estados Unidos. Desde el tres de enero en adelante es el gran cambio de la geopolítica mundial a partir de la intervención en Venezuela, los vídeos de las muertes de dos estadounidenses por el ICE, a mano armada por los agentes de migración, donde vemos explícitamente la violencia en redes sociales, y las amenazas a Europa de anexionarse Groenlandia para que la isla no pueda quedar en manos de Rusia y China. Este contexto va acompañado de imágenes, hechas con IA, donde ya aparecen las primeras imágenes que simulan fotografías reales para confundir aún más el relato como la reunión de Trump con líderes europeos en el despacho oval en la Casa Blanca. El hito procede del deep-fake, publicado el 6 de febrero, sobre convertir en animales a los políticos como si fuera *El Rey de la Selva*, borrado doce horas más tarde por la indignación que originó presentar a Barack y a Michelle Obama como simios sonrientes en la primera escena del vídeo. Este vídeo genera otro deep-fake opuesto, donde se convierte a Donald Trump en simio como mofa, también viral en redes sociales.

Figura 2. Selección de imágenes generadas por IA del Gobierno de Trump (2025-2026)



Fuente: elaboración propia, 2026

La Tabla 2 presenta el análisis detallado de cada contenido seleccionado según las variables definidas en la metodología: formato, grado de manipulación ('slopaganda') y contexto político-social. Este desglose permite identificar patrones de publicación, estrategias de exageración visual y momentos de la agenda política en los que se difundieron los contenidos. Se observa que la mayoría de los memes combinan elementos humorísticos con referencias explícitas a figuras políticas y eventos relevantes, mientras que los contenidos generados por IA muestran un alto grado de manipulación visual destinada a reforzar narrativas específicas.

Tabla 2. Análisis de memes e imágenes generadas por IA en las cuentas oficiales del Gobierno de Trump (2025-2026)

Número de pieza	Fecha	Ejemplo slopaganda	Contexto político y social	Formato (imagen/video)
1	19/08/24	Imagen de Taylor Swift con una bandera y un sombrero de Estados Unidos con el mensaje: 'Taylor quiere que tú votes por Donald Trump'	A partir de la desinformación relacionada con imágenes de mujeres que llevan camisetas con el lema: 'Swifties for Trump' ('Swifties a favor de Trump).	Imagen en forma de ilustración del famoso 'I want you', pero simula a Taylor Swift, que señala con el dedo de frente, mientras la bandera de los Estados Unidos está detrás de ella.
2	19/02/25	Trump como Rey en una portada de Time con la imagen 'Larga Vida al Rey'. Trump sonríe en New York y le acompaña su corona de Rey, por vez primera.	La primera imagen realizada por la Administración de Donal Trump, una vez recién llegado al poder como presidente. Asumir por	Simula una entrada triunfal como la de un rey en una portada de Time. Ilustración: Trump coronado, sonríe en New York con una corbata

			segunda vez la Presidencia.	roja y un titular: 'Larga Vida al Rey'.
3	26/02/25	Vídeo sobre Gaza como resort de lujo, donde están Musk, Trump y Netanyahu de vacaciones.	Gaza estaba siendo bombardeada por Israel y destruida, Trump consigue la provocación que deseaba con la difusión del vídeo.	Vídeo surrealista y de mofa de Gaza de pocos segundos genera indignación porque Gaza era bombardeada.
4	27/03/25	Convertir en meme la imagen de una mujer que está siendo deportada, siguiendo el estilo de estudio Ghibli.	Son miles los arrestos y cientos de deportaciones a inmigrantes en los Estados Unidos generados por los agentes migratorios ICE (*Immigration, Customs and Enformcement*).	Meme de una mujer que llora, que podría ser mestiza o negra, de mediana edad, frente a un agente del ICE y una bandera de los Estados Unidos.
5	03/05/25	Ser capaz de convertir al Presidente Donald Trump en un Papa, con el atuendo de un Papa y el gesto del índice pulgar hacia arriba.	La elección del nuevo Papa en el Vaticano, momento que aprovecha el Presidente Donald Trump para llamar la atención a partir de la imagen como Papa.	Otra imagen viral, en formato meme, del Presidente Trump convertido en Papa, que genera críticas y polémica en redes.
6	04/05/25	La posibilidad de poder convertir al Presidente de Estados Unidos en Jedi, junto a la bandera y el águila de Estados Unidos.	No hay un tema claro. Se construye la narrativa de un súper-héroe que es el actual Presidente de los Estados Unidos.	Meme en forma de ilustración del mismo presidente Donald Trump como si fuera un súper-héroe.
7	10/07/25	Convertirse Donald Trump en un súper héroe como un Súperman en la portada de una película: 'Verdad, Justicia y la manera Americana. Superman Trump'.	No hay un tema claro para el contexto nacional o internacional, sólo se juega con el Presidente como un súper-héroe. La fantasía de Súperman versus la realidad.	Vemos un meme ilustrado de Trump como si fuera la portada de película de Súperman con las siete palabras: 'Verdad, Justicia, la manera Americana. Súperman Trump'.
8	18/10/25	Vídeo de Donald Trump como un rey, pilotando un avión de combate, pero lanzando bombas repletas de excrementos a los manifestantes.	Manifestaciones contra el Presidente Donald Trump que son multitudinarias en Estados Unidos en octubre bajo el lema 'No Kings'.	Vídeo muy breve de 19'' surrealista, provocador, donde el presidente lanza excrementos desde un avión a todos los manifestantes.
9	19/10/25	Vídeo de Donald Trump en blanco y negro, donde el Presidente se corona a sí mismo y eleva una espada, donde aparecen de rodillas políticos como la demócrata Nancy Pelossi.	Este vídeo se difunde el mismo fin de semana de las protestas contra Donald Trump en Estados Unidos bajo el lema 'No Kings' como respuesta.	Un vídeo de 19'' que parece de película de Donald Trump, en blanco y negro, donde se corona a sí mismo y alza una espada, mientras todo se arrodillan delante de él.
10	29/10/25	Imagen de Hakeem Jeffries, demócrata y de Chuck Schumer, senador, son presentados con sombreros y tacos mexicanos- para mofarse de ellos.	Burla de Trump a dos demócratas, un mes más tarde de haber difundido un *deepfake*, que fue condenado como ofensivo y racista.	Imagen de burla e hiper-realista, a modo meme, de dos opositores demócratas, con tacos y sombreros mexicanos.
11	01/01/26	Fiesta de fin de año en Washington con palabras doradas se felicita el año: 'Bienvenido a la era dorada'.	Felicitación oficial de año nuevo desde la Casa Blanca con una imagen falsa.	El mensaje de año nuevo es un 'Bienvenido a la Era Dorada'.

12	14/01/26	Imagen de dos trineos, con la bandera dibujada de Groenladia, donde se debe elegir el camino de Estados Unidos o Rusia y China. ¿Qué camino elegir, hombre de Greenland?	La polémica internacional que Donald Trump provoca a mediados de enero, al querer anexionarse la isla de Groenlandia a Estados Unidos, antes de que Rusia o China se anexionen la isla.	Imagen en forma de ilustración, donde se muestra de manera infantil la elección de dos trineos de dos caminos, mediante el uso de banderas: Estados Unidos o China y Rusia.
13	15/01/26	Propaganda en apoyo al ICE, realizada como si fuera el póster de una película de Estados Unidos dedicada a los agentes de migración del ICE.	Violencia y terror dentro de Estados Unidos, y epicentro en Minneapolis, Minnesota, a causa de las detenciones del ICE a decenas de personas, que incluyen muertes a sangre fía grabadas a nacionales de USA.	Póster-ilustración, como si fuera de una película de acción, en favor del ICE o los agentes de migraciones en los Estados Unidos, tras la violencia generada en todo el país por muertes.
14	22/01/26	El arresto de la abogada Nekima Levy Armstrong en la ciudad de Minnesota, cuya imagen ha sido manipulada por IA.	En el mes de enero, Minnesota se llena de detenciones, con dos muertes por arma de fuego, de dos nacionales por agentes del ICE. La violencia genera un estado de guerra en la ciudad.	Manipulación real de una foto mediante el uso de la Inteligencia Artificial, donde la realidad no coincide con lo que se muestra.
15	23/01/26	Simular la leyenda del 'pingüino nihilista', de la mano de Donald Trump, que incluye vídeo. Trump junto al pingüino, que tiene una bandera de Estados Unidos, caminando juntos hacia las montañas.	El pingüino 'nihilista' es un error de la Administración Trump para hablar de anexionarse de Groenladia, dado que en la isla dicen que no hay pingüinos.	Uso de retórica que enlaza una imagen y vídeo elaborado del Departamento de Estado para ensalzar la figura del pingüino 'nihilista' y la Administración de Donald Trump.
16	20/ 01/26	Simular la imagen de 'la conquista' con la bandera de los Estados Unidos con la llegada a la isla de Groenlandia siendo Trump, Marco Rubio y el Vicepresidente Vance los presentes.	La amenaza de la anexión de Groenlandia, va acompañada con muchas otras amenazas a otros países, como Canadá. El tema dura, al menos, una semana completa en enero de 2026.	Ilustración de la isla de Groenlandia con el Presidente Donald Trump poniendo la bandera de los Estados Unidos en la isla como territorio de los Estados Unidos.
17	20/01/26	Simulación de una fotografía del Presidente Donald Trump reunido con los líderes europeos en el Despacho Oval de la Casablanca.	Los problemas originados tras las declaraciones sobre Trump de querer Groenlandia, generan tensiones con todos los líderes europeos y con Groenlandia.	Cuando el uso de la IA parece una foto real de Donald Trump reunido con los líderes europeos en su oficina de la Casablanca.
18	06/02/26	Vídeo que simula la película del Rey León, donde se representan a Barack Obama y a Michelle Obama como simios, a Biden como hiena y a Trump como es el Rey León.	El vídeo provoca una reacción muy negativa en redes sociales que sirve de presión para llamar la atención sobre el racismo.	Es un vídeo, deep-fake, con música de fondo, *The Lion Sleeps Tonight,* que es retirado de las redes sociales 12 horas después.

Fuente: elaboración propia, 2026

5. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos permiten constatar que la comunicación política digital durante la segunda presidencia de Donald Trump se encuentra profundamente marcada por la convergencia de redes sociales, meme-política e inteligencia artificial generativa. La 'infocracia' contemporánea prioriza lo visual sobre lo textual (Han, 2022), y el análisis de las 14 imágenes y 4 vídeos (deep-fakes) confirman que la viralización de contenidos se centra en representaciones exageradas, humorísticas y altamente manipuladas que buscan condicionar la percepción pública más que informar de manera veraz. La evidencia empírica coincide con las observaciones de Manfredi y Ufarte (2020), quienes destacaban la manipulación activa y la creación de comunidades imaginadas como estrategias predominantes en entornos digitales, potenciadas por la capacidad de la inteligencia artificial para generar imágenes falsas y videos que refuerzan narrativas específicas, en un contexto en el que el desarrollo de tecnologías visuales se ha convertido en uno de los principales campos de experimentación de la inteligencia artificial (Sigman & Bilinkis, 2023).

Asimismo, los hallazgos muestran cómo la desinformación se articula en un ecosistema hiperconectado mediante la difusión de contenidos que combinan los tres términos usados en inglés: misinformation, disinformation y malinformation (Wardle & Derakhshan, 2017). La presencia reiterada de 'slopaganda' en las cuentas oficiales de la Casa Blanca, el Departamento de Estado y otros funcionarios, especialmente en momentos de crisis política o geopolítica, evidencia que los contenidos visuales manipulados se insertan estratégicamente en la agenda política, reforzando la polarización y la narrativa de poder de la Administración Trump (Martínez, 2024; Klincewicz et al., 2025), en línea con los dilemas que el uso creciente de inteligencia artificial plantea para los ecosistemas contemporáneos de información política (Battista, 2024).

1. En relación con la primera hipótesis, los resultados confirman que la 'meme-política' constituye una transformación significativa de la comunicación política tradicional en Estados Unidos. La difusión de memes y contenidos visuales generados por IA ha desplazado gran parte de los formatos discursivos convencionales hacia mensajes más rápidos, visuales y virales, adaptados a una audiencia digital hiperconectada. La selección de 18 publicaciones entre 2025 y 2026 evidencia un modelo comunicativo consolidado que combina información, entretenimiento y propaganda política en redes.
2. Respecto a la segunda hipótesis, los contenidos analizados confirman que los memes y producciones generadas por IA funcionan como herramientas de propaganda política y manipulación informativa. La observación de patrones de publicación, contexto político y composición visual revelan que la desinformación es intencional y estratégica, reforzando la polarización y condicionando la percepción pública de manera deliberada. Cada imagen o vídeo viralizado se inserta en momentos políticos específicos, desde crisis internas hasta conflictos internacionales, evidenciando que la comunicación digital no solo complementa la agenda política, sino que se convierte en un arma instrumental para amplificar narrativas favorables a la Administración Trump.
3. Finalmente, en concordancia con la tercera hipótesis, el estudio confirma que la 'slopaganda' constituye una forma emergente y distintiva de propaganda política visual mediante inteligencia artificial generativa. La combinación de humor, exageración y manipulación visual evidencia que esta estrategia no solo refuerza la imagen pública del Presidente, sino que altera deliberadamente la percepción de los eventos políticos y sociales. La 'slopaganda' emerge así como un fenómeno comunicativo novedoso, alineado con las descripciones teóricas del marco conceptual, que transforma radicalmente la relación que siempre ha existido entre la política, los medios de comunicación de masas y la ciudadanía en la era de la inteligencia artificial generativa.

Este estudio evidencia cómo la segunda presidencia de Donald Trump ha consolidado un modelo de comunicación política digital en el que la viralización de memes y contenidos generados por inteligencia artificial no solo transforman la manera de informar, sino que actúan como instrumento estratégico de guerra, de propaganda y de desinformación. La convergencia de la meme-política, 'slopaganda' y redes sociales demuestran que los formatos visuales se han convertido en el eje central de la construcción de narrativas políticas, redefiniendo las fronteras entre el entretenimiento, la persuasión y la desinformación. Estos hallazgos subrayan la necesidad de seguir investigando los

impactos de la inteligencia artificial en la comunicación política contemporánea, así como la de fortalecer la alfabetización mediática en la verificación online de la ciudadanía para comprender y evaluar críticamente los contenidos digitales en un ecosistema cada vez más visual, inmediato y polarizado.

Aunque la estrategia comunicativa de carácter propagandístico asociada a Donald Trump ha demostrado una notable eficacia para movilizar a su base electoral y para desestabilizar o reconfigurar las narrativas dominantes de los medios de comunicación tradicionales, dicha dinámica suscita relevantes interrogantes en relación con sus efectos estructurales sobre la calidad y la estabilidad de los sistemas democráticos. En particular, la creciente proliferación de contenidos desinformativos y la consecuente erosión de la confianza pública en las instituciones mediáticas constituyen desafíos sustantivos para la sostenibilidad de un espacio público deliberativo basado en información verificada. Asimismo, la progresiva dependencia de la inteligencia artificial y de las plataformas digitales como infraestructuras centrales de la comunicación política pone de manifiesto la necesidad de desarrollar marcos normativos y regulatorios capaces de abordar de manera sistemática las implicaciones éticas, sociales y políticas derivadas del uso de estas tecnologías. En este contexto, el debate contemporáneo en torno a la desinformación exige la articulación de un equilibrio normativo complejo: por un lado, la preservación del principio fundamental de la libertad de expresión y, por otro, la salvaguarda de los valores democráticos, la confianza institucional y la integridad de los ecosistemas informativos que sustentan el funcionamiento de las sociedades abiertas.

6. Referencias

Amorós García, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.

Arendt, H. (2005). *¿Qué es la política?* Paidós.

Battista, D. (2024). Political communication in the age of artificial intelligence: an overview of deepfakes and their implications. *Society Register*, *8*(2), 7-24.

Camacho, D. (2024). *Desinformación y tecnología. El impacto de las redes sociales y la inteligencia artificial en la manipulación de la verdad*. En R. Magallón (Coord.), *Comprometidos con la verdad: Propuestas para combatir la desinformación* (pp. 61–70). Club Abierto de Editores (CLABE).

Cerda, A., & Shepard, S. (2025, October 8). *Most Americans think Trump is trying to exercise more power than previous presidents*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/10/08/most-americans-think-trump-is-trying-to-exercise-more-power-than-previous-presidents/

Conger, K., & Browning, K. (2025, October 21). *Trump's bid to harness AI for Truth Social escalates past limits*. The New York Times. https://www.nytimes.com/interactive/2025/10/21/business/media/trump-ai-truth-social-no-kings.html

Diez-Gracia, A., Sánchez-García, P., & Martín-Román, J. (2023). Disintermediation and disinformation as a political strategy: use of AI to analyse fake news as Trump's rhetorical resource on Twitter. *Profesional De La Informacion*. https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.23

Dojcinovic, N., & Ljajic, S. (2022). *Trump's Rhetoric on Social Networks and the Dominance of Computerized Propaganda*. *7*(1(18)), 131–148. https://doi.org/10.51558/2490-3647.2022.7.1.131

El Mundo. (2024, 19 de agosto). *Trump comparte imágenes trucadas por la IA en las que se atribuye el apoyo de Taylor Swift*. El Mundo. https://www.elmundo.es/internacional/2024/08/19/66c39b20fc6c83eb168b4586.html

Fornasier, M. de O., & Schwede, M. A. (2020). *Populismo e fascismo digitais: o retrocesso democrático nas comunicações políticas no século xxi*. *12*(23), 89–118. http://www.abdconstojs.com.br/index.php/revista/article/view/263

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.

International IDEA. (2025). *El estado global de la democracia 2025: Democracia en movimiento*. International IDEA. https://www.idea.int

Johnson , D., & Autry, C. (2022). Populist nationalism in the age of Trump. *Acta Academica: Critical Views on Society, Culture and Politics*, *54*(3), 49–80. https://doi.org/10.18820/24150479/aa54i3/4

Klincewicz, M, Alfano, M & Fard, A 2025, 'Slopaganda: The interaction between propaganda and generative AI', Filosofiska Notiser, vol. 12, no. 1, pp. 135-162. https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.01560

Maldita.es. (2023, agosto 1). *Qué es Truth Social, la red social creada por Donald Trump que se comparte como una de las alternativas a Twitter*. Maldita Tecnología. https://maldita.es/malditatecnologia/20230801/truth-social-plataforma-microblogging-donald-trump/

Manfredi Sánchez, J. L. y Ufarte Ruiz, M. J. (2020). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 49-72. https:/doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49

Martínez Gutiérrez, F. (2024). La IA en el fotoperiodismo actual como herramienta de difusión de imágenes virales en redes sociales. En R. Echeandía, L. Barrera Jerez y M. Pereira López (Eds.), *Inteligencia artificial y transformación digital: ensayos y experiencias* (pp. 57–76). Tirant Humanidades.

McCulloch, G. (2019). *Because Internet: Understanding the new rules of language*. Riverhead Books.

Myers, R. (2022). *Donald Trump and the Rhetoric of Dis-information* (pp. 156–181). Routledge eBooks. https://doi.org/10.4324/9781003205739-10

Polak, S., & Zwetsloot, A. (2022). "And then I see the disinfectant where it knocks it out in a minute": Donald Trump as patient zero and superspreader of Covid-19 cartoon logic. *European Journal of English Studies*, *26*(3), 377–398. https://doi.org/10.1080/13825577.2022.2148401

Regina Rêgo, A., & Carvalho, C. (2025). Plataformas digitales e inteligencia artificial: vectores de desinformación, odio y adversarial abuse online. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (68), 9–15. Recuperado a partir de https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/29101

Rose, S. (2026, January 29). *The slopaganda era: 10 AI images posted by the White House – and what they teach us*. The Guardian. https://www.theguardian.com/us-news/2026/jan/29/the-slopaganda-era-10-ai-images-posted-by-the-white-house-and-what-they-teach-us

Sigman, M., & Bilinkis, S. (2023). *Artificial: La nueva inteligencia y el contorno de lo humano*. Debate.

Stokel-Walker, C. (2026, January 29). *The slopaganda era: 10 AI images posted by the White House – and what they teach us*. The Guardian. https://www.theguardian.com/us-news/2026/jan/29/the-slopaganda-era-10-ai-images-posted-by-the-white-house-and-what-they-teach-us

Torrecillas Lacave, T.; Fernańdez Martínez, L. M. Inteligencia artificial y periodismo. *Oportunidades para la lucha contra la desinformación en la red.* En Vázquez Barrio, Tamara (ed.): Inteligencia Artificial, Periodismo y Democracia. Madrid, Tirant, 2023

The New York Times Editorial Board. (2025, octubre 31). *In Trump's America, are we losing our democracy?* The New York Times. https://www.nytimes.com/interactive/2025/10/31/opinion/trump-autocracy-democracy-report.html

Verificat. (2026, 21 de enero). *Trump utiliza la IA para reforzar la narrativa de que la anexión de Groenlandia es vital para los Estados Unidos*. Verificat. https://www.verificat.cat/es/trump-utiliza-la-ia-para-reforzar-la-narrativa-de-que-la-anexion-de-groenlandia-es-vital-para-los-estados-unidos/

Vidal Liy, M. (2026, 6 de febrero). *Trump comparte un vídeo en el que Barack y Michelle Obama aparecen como monos y lo borra 12 horas después*. *El País*. https://elpais.com/internacional/2026-02-06/trump-comparte-un-video-en-el-que-barack-y-michelle-obama-aparecen-como-monos-y-lo-borra-12-horas-despues.html

Villacañas, J. L. (2017). La reinvención de la política. Orígenes y fundamentos del populismo contemporáneo. En F. Carrillo (Ed.), *El porqué de los populismos* (pp. 17–46). Deusto.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report DGI, Septiembre 2017. https://rm.coe.int/information-disorderreportnovember-2017/1680764666