

## **Desinformar en la sociedad de la información**

Celso Martínez Musiño

### Resumen

El objetivo de este estudio descriptivo es ofrecer un análisis de la desinformación desde la perspectiva de la ciencia de la información. El método utilizado fue la búsqueda documental en bases de datos especializadas, la recuperación de artículos, análisis de los mismos y presentación de resultados y conclusiones. Los principales resultados son: a) para describir la desinformación hay que partir de la raíz misma del fenómeno, es decir la información; b) desinformar es consecuencia de factores como la falta, ausencia o saturación de información. Las principales conclusiones son: a) desinformar es un proceso en el deben cumplirse la presencia de tres condiciones, emisor(es), la información y receptor(es); b) desinformar es no informar o segar la información que se desea transmitir; c) desinformar es un acto que se confecciona y aplica en todas las actividades humanas, tanto individuales como colectivas.

### Abstract

The objective of this research is to provide an analysis of the misinformation from the perspective of information science. The method used was a documentary search in specialized databases, the recovery of items, and their analysis, and presentation of results and conclusions. The main results are: a) to describe the misinformation must start from the root of the phenomenon, ie information; b) misinformation is a result of factors such as lack, absence or information overload. The main conclusions are: a) misinformation is a process must be satisfied the presence of three conditions, issuer(s), information and receiver(s); b) misinformation is not to inform or to make tendentious information to be transmitted; c) misinformation is an act that makes and applies to all human activities, individually or collectively.

Palabras clave: Informar; desinformar; sociedad de la información.

Key words: information; misinformation; information society.

Área temática para presentación: Infoepistemología.

## **Introducción**

La revolución tecnológica y una nueva oleada en la producción, edición y publicación de productos informativos en formatos electrónicos están causando un problema: el exceso de información, lo cual origina falta de tiempo para su análisis. Las facilidades en el uso de los programas computacionales, el creciente uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de la población y la mayor disponibilidad de ofertantes de servicio de Internet para la publicación de contenidos informativos intensificado los flujos de la información en la red (texto, video, imágenes, voz).

La sociedad actual está siendo sometida a una gran cantidad de información lo cual genera el problema no utilizar las TIC, en su defecto posponer su adopción, con el riesgo de quedar a la zaga en su aprovechamiento. Durante los Siglos XVII, XIX y parte del XX predominó un desarrollo económico basado en la producción mecanizada. Actualmente se está valorando la información como fenómeno cultural y su consideración como un activo y en consecuencia generar conocimiento y sabiduría.

No siempre se han tenido las facilidades para producir y comunicar información de manera rápida como lo hacemos actualmente. En ciertos periodos era muy difícil comunicarnos, – enviar correspondencia, realizar una videoconferencia, obtener artículos científicos, por ejemplo – y casi impensable contar con medios que nos permiten compartir ideas y superar la premisa de estar desinformado. El objetivo de esta investigación, de tipo descriptivo, es ofrecer un análisis de la desinformación, no sin antes hacer una descripción de lo que es información desde la perspectiva de la ciencia de la información.

## **De la información**

Antes de proceder al análisis de la desinformación es necesario entender qué es información. Mucho se ha escrito acerca del concepto información, en este caso, nos circunscribiremos a su análisis desde la perspectiva de la ciencia de la información que en términos concretos es la disciplina que investigaba, en un principio, las propiedades y el comportamiento de la información, su uso y transmisión, así como su procesamiento para un óptimo almacenamiento y recuperación (Borko, 1968, p. 4). Recientemente, el ámbito de acción de la ciencia de la información se ha ampliado, se relaciona con otros términos o fenómenos, es la responsable de estudiar la mediación del fenómeno dato-información-conocimiento-mensaje (Zins, 2007, p. 668) y la manera en que se aplica en un contexto social.

Después de aclarado el dominio en el cual se circunscribe el concepto información se procede a su descripción. La información, “además de contener datos, la información se encuentra constituida por ideas, símbolos o conjunto de símbolos con un significado potencial” (Faibisoff & Donald, 1976). Información es una palabra que ha cambiado en los últimos años, por ejemplo, el término era considerado como “cosa” y era un término atribuible a los documentos (Buckland, 1991, p. 351); posteriormente se entendía como un proceso mental por medio del cual sus elementos constitutivos se unen cuando existe un problema o necesidad a resolver (Wersig, 1993, p. 229). Actualmente su definición amplía su ámbito de acción, por ejemplo A. D. Madden (2000, p. 344) considera a la información como los datos en desarrollo, ó como parte del proceso comunicativo, ó como una representación del conocimiento.

Entonces, si la información es un proceso mental que ayuda a resolver un problema – cuando éste se presenta – y ayuda en la toma de decisiones ¿será ésta la razón por la que a principios del Siglo XX se tomaron medidas para impedir el libre flujo de la información entre países con perfiles o formas económicas o de gobierno diferentes?, o más aún, ¿porqué, sabiendo que impedir, modificar o impedir la transmisión de información al receptor último reeditaría en mejores dividendos para quien deseaba emitirla y mantener el *statuo quo*? ¿Será que la desinformación tiene beneficios, y si es así, para qué o para quién?

### **De la desinformación**

En los años veinte del siglo pasado, al término *dezinformatsia*, se le atribuía a la manera “para referirse a las campañas de intoxicación de los países capitalistas” hacia la extinta Unión de Repúblicas Socialista Soviéticas (Durandin & Meler, 1995, p. 21) con en fin único de desacreditar su sistema de gobierno e ideología. Esta argumentación fue plasmada en fuentes enciclopédicas rusas, francesa e inglesa desde mediados del siglo veinte, Poliakov (1983, p. 8) hace alusión a las fuentes impresas: *Grande Encyclopedie Soviétique*, *Chambers Twentieth century Dictionary* y *Les nouveaux mots dans le vent*. Las primeras definiciones de desinformación tenían connotaciones políticas, por ejemplo: “inducir a error mediante el uso de informaciones falsas” (Durandin & Meler, 1995, p. 22) y su función era calumniar a los países socialistas. Esas insinuaciones han cambiado conforme ha pasado el tiempo, la reconfiguración de las de relaciones entre las naciones (ideológicas, económicas y políticas) y la aparición de nuevos fenómenos sociales (la sociedad de la información) ha dejado la descalificación hacia ciertos países (o bloques) ya sea por la adopción de ciertas ideologías (socialismo-capitalismo, capitalismo-socialismo) y se ha trasladado al ámbito del

ser considerado como terrorista, o como potencialmente peligroso por la sospecha de estar fabricando armas letales, como la bomba nuclear. Estas han sido unas constantes para determinar qué *estado* es de fiar o quien no lo es.

Se ha encontrado evidencia documental en el que el uso del término desinformación se ha adoptado tanto en la política como en la religión y en disciplinas como la economía (Bloomfield, Tayler & Zhou, 2009; Brockman & Chung, 2000; Frino, Kruk, & Lepone, 2007; Groves & Hart, 1982; Swidler & Shaw, 1995; Easley, *et al*, 2008), administración (Graeff, 2002; Graeff, 2003; Muthukrishnan & Kardes, 2001; Norton, 1994; Zhao, 2000), psicología (Beggs, 1984; Fantino, Case & Altus, 1983; Goldsmith, 1986; Grabe, Antes, & Thorson, 1987; Graeff, 2007; Kawahara & Miyatani, 2001; McKee, Christie & Klein 2007; Rini, *et al.*, 2009; Schul & Burnstein, 1983; Svanum & Bigatti, 2006; Pontius, 1993), medicina (*Gallup...*, 1986; Suarez-Almazor, Soucek & Kelly, 2005), educación, ciencia política e incluso en la disciplina militar. Para fines de esta investigación nos proponemos analizar a los significados y aplicaciones del término desinformación de manera general, utilizando algunos ejemplos específicos.

La desacreditación de los países occidentales –llámense del bloque capitalista – hacia los países con ideología social-comunista no fue únicamente en ese sentido. Quien no recuerda, en el decenio de los setentas, que las fuentes noticiosas de radio, televisión y principalmente la prensa escrita, la serie de noticias negativas respecto a los países socialistas, se decía que la población de esos países se alimentaba de bebés, además de hacer patente que la población de esas naciones “no creían en dios”, ni en religión alguna.

Tal vez, por el desconocimiento de los idiomas en caracteres no latinos (ruso, chino, por mencionar algunos) no disponíamos de fuentes documentales traducidas al francés, inglés, italiano o español que nos facilitaran la comprensión de los sucesos de manera inmediata, no tan solo de los países del bloque socialista, sino de los eventos en lugares cercanos físicamente, pero lejanos en la medida de la no disposición de noticias o eventos relevantes; en resumen, la desinformación se daba en distintas direcciones y los contenidos dependían de los intereses del emisor, es decir, de quien disponía o no la socialización de la información.

Cuando revisamos otras definiciones disponibles en la Internet, encontramos que desinformar es “ofrecer una información falsa o intencionadamente manipulada para obtener un fin determinado” (*Woldreference.com*, 2010), o en su defecto la Real Academia de la Lengua indica que es “dar información intencionadamente manipulada al servicio de

ciertos fines, o dar información insuficiente u omitirla” (REA, 2001). En nuestros días, se habla de desinformación en términos distintos a brindar información falsa o premeditadamente manipulada para conseguir un objetivo determinado, como lo fue el mantener un *statu quo* establecido o para desacreditar un sistema de gobierno.

Desinformación, también tiene que ver con las herramientas tales como las tecnologías de información, –las cuales se ha privilegiado su uso en esta *sociedad de la información* – al entenderla como un “conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan [sic] enormemente desarrolladas” (Durandin & Meler, 1995, p. 25). Esto quiere decir que los medios de transmisión de información se han sofisticado para complementar las acciones de manipular y ofrecer información distorsionada. Las definiciones de desinformación actuales no son tan distintas que aquellas que dieron origen al término. Por mucho tiempo las formas de comunicación individual o colectiva eran, comparados con la velocidad de transmisión de datos e información actual, muy primitivas en tanto que había que considerar el factor tiempo y costos (económicos, políticos, sociales).

La sociedad actual se caracteriza por el uso indiscriminado de las tecnologías de la información y la comunicación. Esta manera de apropiarse de éstas ha modificado a las sociedades en distintos aspectos: “tecnológicos, económicos, ocupacionales y culturales, entornos que caracterizan a la sociedad de la información (Kent & Hall, 1968, vol. 58, suppl. 21 p. 76). Pero qué representa la información en términos de poder.

A finales del siglo XX los medios de comunicación, en particular los impresos, como promoción de sus publicaciones incluían como slogan *la información es poder*. Mediante esta argumentación se infiere que quien no estaba informado no tenía poder, entonces en la medida que como medida publicitaria el enunciado era corto, se hacía necesario plantearse interrogantes tales como ¿información para qué?, ¿información para quién o para quienes?, ¿poder para qué o para quiénes? Más adelante, en la medida en que se monopolizaba la información, se decía que *la no información es poder*, es decir no permitir el libre tránsito de los mensajes a posibles destinatarios.

Recientemente, en la medida en que hemos transitado era de la información a la sociedad de la información en la que cada individuo o colectivo de individuos, las instituciones gubernamentales y las organizaciones de distinta índole son potencialmente generadoras de la información, se dice que *el exceso de información es más poder*. ¿Esto qué significa?, que hay una tanta información que aunque esté disponible y sea en extremo accesible, que

es prácticamente imposible estar informado si no contamos con una estrategia o conocimientos para seleccionarla, discriminarla, analizarla o procesarla, y comunicarla.

## **Conclusiones y recomendaciones**

A manera de conclusión, se puede decir que desinformar tiene que ver con tres elementos básicos del proceso de comunicación: el emisor, el mensaje (la información) y el receptor. El emisor como colectivo mantiene un objetivo común o interés para que el emisor reciba la información contenida en el, o los, mensaje(s). A diferencia del emisor individual, el colectivo generalmente espera una respuesta del (o los) receptor(es). La información como mensaje y ofrecerla de manera errónea para confundir a los receptores –llámense audiencia, radioescuchas, televidentes, o ciberlectores– con una intención clara de confundir o crear una opinión, es desinformar. El omitir información, con una intención específica, es desinformar.

Por otra parte, el difundir información de manera indiscriminada, con la finalidad de confundir al lector, es desinformar. Finalmente, cuando el receptor –aún teniendo disponible – se ve imposibilitado en buscar, discriminar, analizar y entender los mensajes –la información – se considera un individuo desinformado, es decir requiere ser alfabetizado informacionalmente. Entonces, desinformar es informar, es saturar de información, es confundir, es omitir información, es proporcionar información sesgada, es no comunicar; desinformar es un acto que se confecciona y aplica en todas las actividades humanas, tanto individuales como colectivas.

El acto de desinformar, ya sea al omitir, sesgar o saturar de información es un evento humano, por lo tanto, es siempre posible que haya un interés de desinformar. Los intereses humanos son responsables de informar o desinformar, aún disponiendo de las mejores herramientas para transmitir información. En este momento, nos enfrentamos al dilema ¿qué de tanta información fluyendo en la Internet? Es difícil encontrar mecanismo para discriminar la verdad de la ficción y ser ciudadanos conscientes para analizarla, discriminarla y sintetizarla, y de esta manera, evitar caer en una situación de desinformación. No toda la fenomenología de la información, desde su producción, organización y uso se encuentra en la frecuencia de disponibilidad para todos, hay intereses personales, colectivos, gremiales, e incluso nacionales que permiten o impiden su compilación y transferencia.

Como sugerencia, se sugiere continuar con el análisis sobre el tema desde otras perspectivas. La disciplina administrativa, la politología, los estudios organizacionales e incluso las ciencias tienen mucho que aportar al fenómeno de la información y la desinformación en un contexto de las sociedades de la información y del conocimiento.

## Referencias

- Beggs, J. J. (1984). Desinformation: Properties of market forecasts of benevolent opinion leaders. *Behavioral Science*, Vol. 29(2), 138-140.
- Bloomfield, R. J., Tayler, W. B., & Zhou, F. (2009). Momentum, reversal, and uninformed traders in laboratory markets. *The Journal of Finance*, Vol. 64(6), 2535-2558.
- Borko, H. (1968). Information science: What is it? *American Documentation*, January, Vol. 19(1), 3-5.
- Brockman, P., & Chung, D. Y. (2000). Informed and uninformed trading in an electronic, order-driven environment. *Financial Review (Buffalo, N.Y.)*, 35(2), 125-146.
- Buckland, M. K. (1991). Information as thing. *Journal of the American Society for Information Science*, Vol. 42(5), 351-360.
- Durandin, G., & Meler Ortí, F. (1995). *La información, la desinformación y la realidad* [L'information, la désinformation et la réalité] (1a ed.). Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Easley, D., Engle, R. F., O'Hara, M., & Wu, L. (2008). Time-varying arrival rates of informed and uninformed trades. *Journal of Financial Econometrics*, 6(2), 171-207.
- Faibisoff, S., & Donald, E. P. (1976), Information and needs. *Information Reports and Bibliographies*, Vol. 5(5), 3-16.
- Fantino, E., Case, D. A., & Altus, D. (1983). Observing reward-informative and -uninformative stimuli by normal children of different ages. *Journal of Experimental Child Psychology*, Vol. 36, 437-452.
- Frino, A., Kruk, J., & Lepone, A. (2007). Transactions in futures markets: Informed or uninformed? *Journal of Futures Markets*, Vol. 27(12), 1159-1174.
- Gallup surveys: Public is uninformed about colorectal cancer.(1986). *Geriatrics*, Vol. 41, 22.
- Goldsmith, R. E. (1986). Personality and uninformed response error. *The Journal of Social Psychology*, Vol. 126, 37-45.
- Grabe, M., Antes, J. R., & Thorson, I. (1987). Eye fixation patterns during informed and uninformed comprehension monitoring. *Journal of Reading Behavior*, Vol. 19(2), 123-140.
- Graeff, T. R. (2002). Uninformed response bias in telephone surveys. *Journal of Business Research*, Vol. 55(3), 251-259.
- Graeff, T. R. (2003). Exploring consumers' answers to survey questions: Are uninformed responses truly uninformed? *Psychology & Marketing*, Vol. 20(7), 643-667.
- Graeff, T. R. (2007). Reducing uninformed responses: The effects of product-class familiarity and measuring brand knowledge on surveys. *Psychology & Marketing*, Vol. 24(8), 681-702.

- Groves, T., & Hart, S. (1982). Efficiency of resource allocation by uninformed demand. *Econometrica*, Vol. 50(6), 1453-1482.
- Kawahara, J., & Miyatani, M. (2001). The effect of informative and uninformative cueing of attention on feature integration. *The Journal of General Psychology*, Vol. 128(1), 57-75.
- Kent A. & Hall, Carolyn M. (1968). *Encyclopedia of library and information science*, New York: Dekker, Vol. 58, suppl. 21.
- Madden, A. D. (2000). A definition of information. *ASLIB Proceedings: New Information* Vol. 52(9),, 343-349.
- McKee, D., Christie, J., & Klein, R. (2007). On the uniqueness of attentional capture by uninformative gaze cues: Facilitation interacts with the Simon effect and is rarely followed by IOR. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, Vol. 61(4), 293-303.
- Muthukrishnan, A. V., & Kardes, F. R. (2001). Persistent preferences for product attributes: The effects of initial choice context and uninformative experience. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 28(1), 89-104.
- Norton, R. (1994). How uninformative advertising tells consumers quite a bit. *Fortune*,
- Poliakov, L. (1983). *De Moscou a Beyrouth essai sur la désinformation*. Paris: Calmann-Lévy.
- Pontius, A. A. (1993). Neuroethics vs neurophysiologically and neuropsychologically uninformed influences in child-rearing, education, emerging hunter-gatherers, and artificial intelligence models of the brain. *Psychological Reports*, Vol. 72(2), 451-458.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*, 22<sup>a</sup> ed. Disponible en [http://buscon.rae.es/drael/SrvltGUIBusUsual?TIPO\\_BUS=3&LEMA=desinformar](http://buscon.rae.es/drael/SrvltGUIBusUsual?TIPO_BUS=3&LEMA=desinformar) Consultado el 28 de febrero de 2011.
- Rini, C., O'Neill, S. C., Valdimarsdottir, H., Goldsmith, R. E., Jandorf, L., Brown, K., et al. (2009). Cognitive and emotional factors predicting decisional conflict among high-risk breast cancer survivors who receive uninformative BRCA1/2 results. *Health Psychology*, Vol. 28(5), 569-578.
- Schul, Y., & Burnstein, E. (1983). The informational basis of social judgments: Memory for informative and uninformative arguments. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 19(5), 422-433.
- Suarez-Almazor, M. E., Soucek, J., & Kelly, A. (2005). Ethnic variation in knee replacement: Patient preferences or uninformed disparity? *Archives of Internal Medicine*, Vol. 165(10), 1117-1124.
- Svanum, S., & Bigatti, S. (2006). Grade expectations: Informed or uninformed optimism, or both? *Teaching of Psychology*, Vol. 33(1), 14-18.
- Swidler, S., & Shaw, R. (1995). Racetrack wagering and the uninformed bettor: A study of market efficiency. *Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol. 35, 305-314.

Wersig, G. (1993). Information science: The study of post-modern knowledge usage. *Information Processing & Management*, Vol. 29(2), 229-239.

Woldreference.com, 2010 Disponible en <

<http://www.wordreference.com/definicion/desinformar>> consultado el 28 de febrero de 2011

Zhao, H. (2000). Raising awareness and signaling quality to uninformed consumers: A price-advertising model. *Marketing Science*, Vol. 19(4), 390-396.

Zins, C. (2007). Classification schemes of information science: Twenty-eight scholars map the field. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 58(5), 645-672.