



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES BIBLIOTECOLÓGICAS Y DE LA
INFORMACIÓN
POSGRADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

EL ECOSISTEMA DE LA DESINFORMACIÓN EN INTERNET: UNA
RADIOGRAFÍA DE SU ESTRUCTURA

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y
ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

PRESENTA:
CHARLY MICHELLE ROSAS HERNÁNDEZ

ASESOR: DR. JONATHAN HERNÁNDEZ PÉREZ

CIUDAD DE MÉXICO, NOVIEMBRE, 2020

Agradecimientos

- ❖ Mi agradecimiento y admiración al Dr. Jonathan Hernández Pérez, por su tutela, por la confianza brindada, por su paciencia, por su indiscutible guía y conocimientos sobre el tema.
- ❖ Mi reconocimiento para el Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información, por abrirme sus puertas y cobijarme durante mi estadía en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- ❖ A la Coordinación del Posgrado por el apoyo y asesoría brinda, en especial al Dr. Juan José Calva, Carlos Capistrán, Daniel Pozos y Sandra Lázaro.
- ❖ Mi gratitud al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el gran apoyo brindado para cumplir con mi meta y sobre todo que siga financiando y apoyando la investigación pública.
- ❖ A mis revisores la Dra. Estela Morales, al Dr. Hugo Figueroa, la Dra. Nayeli Gervacio y la Dra. Patricia Rodríguez, por sus atinados comentarios y recomendaciones, las cuales enriquecieron mi investigación.
- ❖ Agradezco a la Dra. Jennifer Voutssás y a la Mtra. Flor Damas, por su lectura, consejos y guía durante la realización de esta investigación.
- ❖ Agradezco a la Biblioteca Central de la UNAM, al personal del área de consulta, en especial al Mtro. Apolinar Sánchez y la Mtra. Leticia Carrera por el apoyo durante mi investigación.
- ❖ Agradezco también al personal de la biblioteca del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, en especial a Noel Perea, por las facilidades y la buena disposición.
- ❖ A mis profesores y profesoras del posgrado, por compartir sus conocimientos y aprender más de esta disciplina que nos une, en especial al Dr. Egbert Sánchez, a la Dra. Estela Morales, al Dr. Hugo Figueroa, al Mtro. Federico Turnbull, al Dr. Juan Voutssás, al Mtro. Gerardo Zavala Sánchez y a la Dra. Elsa Margarita Ramírez.
- ❖ A la Dra. Graciela Tecuatl Quechol, por creer en mí y apoyarme para seguir con mis estudios de posgrado.

- ❖ A mis excompañeros del Repositorio Nacional, al Lic. Arturo Garduño, a la Mtra. Erika Salas, al Mtro. Iván Espinosa, a la Mtra. Eunice Mercado, la Mtra. Salette Aguilar y al Dr. Miguel Guajardo, por sus palabras de aliento, su confianza y su amistad que me impulsaron a seguir este sueño.
- ❖ A mi familia en especial a mi mamá y mi hermana, por ser mi soporte emocional, a Dios por guiar mi camino a pesar de las adversidades que hemos vivido.
- ❖ Al Comité Académico del Posgrado por los aprendizajes y enseñanzas.
- ❖ A todos mis compañeros y compañeras del posgrado por su confianza y por compartir momentos y conocimiento dentro y fuera del aula.
- ❖ Al Dr. Rodrigo Vega por su invaluable amistad, confianza, sus pláticas y por compartir sus conocimientos.
- ❖ Agradezco el apoyo y amistad de mis compañeras y compañero del posgrado Jazmín Gutiérrez, Lisette Santoyo, Nayeli Castillo, Emma Ordoñez, Stephani Saldaña, Camila Restrepo y Andrés Sosa.
- ❖ Al Colegio de Bibliotecología en especial a la Dra. Brenda Cabral, a la Mtra. Elba Fernández y a la Dra. Sofía Brito por la oportunidad de ser adjunto y a los alumnos que me motivan a mejorar y seguir aprendiendo.

La presente obra está bajo una licencia de:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>



Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

This is a human-readable summary of (and not a substitute for) the [license](#). [Advertencia](#).

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente.

La licenciente no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia



Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciente.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia](#).

Tabla de contenido

Capítulo 1. La Desinformación.....	6
1.1 Información.....	6
1.2 La desinformación.....	18
1.3 Breve Recorrido Histórico sobre la desinformación	27
1.4 Características de la Desinformación	30
Capítulo 2. La Desinformación en Internet.....	34
2.1. Antecedentes.....	35
2.2. Posverdad, hechos alternativos y aspectos complementarios de la desinformación en internet.....	40
2.3 Políticas de información generadas como consecuencia de la desinformación en internet.....	50
Capítulo 3. El ecosistema de la desinformación en internet: Una radiografía de su estructura.	62
3.1 Actores del ecosistema de la desinformación en internet.....	65
3.1.1 Usuarios de Internet.....	67
3.1.2 Las Corporaciones.....	70
3.1.3 Las instituciones y los Gobiernos	74
3.1.4 Los Intermediarios	76
3.2. Tecnologías de la desinformación	83
3.2.1 Bots	86
3.2.2 Doxing	90
3.2.3 Deepfake.....	92
3.2.4 Filtro Burbuja y Cámaras de Eco.....	95
3.3 Manifestaciones.....	98
3.3.1 Páginas Web y Blogs	99
3.3.2 Memes	102
3.3.3 Noticias Falsas.....	106
3.3.4 Redes Sociales.....	109
3.4 El Ecosistema de la desinformación en internet una propuesta para su entendimiento.....	113
Conclusiones.....	117

Referencias.....	122
-------------------------	------------

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Enfoques de la Información.....	13
Cuadro 2. Contenidos semánticos que no suelen relacionarse con la desinformación.....	22
Cuadro 3. Acontecimientos relacionados con la Desinformación antes de la llegada de internet.....	28
Cuadro 4. La Desinformación con la llegada de internet.....	35
Cuadro 5. Características de la Posverdad.....	42
Cuadro 6. Fenómenos complementarios de la desinformación en internet.....	47
Cuadro 7. Políticas, manifiestos o declaraciones relacionadas con la desinformación en internet.....	51
Cuadro 8. Análisis de Políticas contra la desinformación en internet.....	56
Cuadro 9. Estadísticas mundiales de uso y población de internet: estimaciones para el segundo trimestre de 2020.....	67
Cuadro 10. Usuarios de internet.....	68
Cuadro 11. Los actores en el ecosistema de la desinformación.....	80
Cuadro 12. Tipos de Bots.....	88
Cuadro 13. Tipos de Doxing.....	92
Cuadro 14. Páginas y Sitios Web Distribuidores de Desinformación y Noticias Falsas..	100
Cuadro 15. Los siete modos de trasmisión memética.....	104
Cuadro 16. Tipología de Noticias Falsas.....	108
Cuadro 17. La inteligencia Colectiva y La inteligencia social.....	111

Índice de figuras

Figura 1. Modelo de Comunicación de Shannon	7
Figura 2. Jerarquía de Datos, Información, Conocimiento y Sabiduría (DIKW).....	10
Figura 3. Desórdenes de Información	20
Figura 5. Medidas optadas por los gobiernos contra la desinformación en internet	55
Figura 6. El ecosistema de internet.....	64
Figura 7. Lo que sucede en un minuto en internet.....	72
Figura 8. Las capas de internet.....	77
Figura 9. Los filtro burbuja.....	97
Figura 10. El Ecosistema de la Desinformación.....	115

“Tenemos que ser conscientes de nuestros sesgos, leer pararnos a pensar, salir de nuestra zona de confort mediática y debemos reconquistar nuestro derecho a decidir cómo informarnos”.

(Grueso, S. M. 2020)

“No hay información si no hay verdad. La información no verdadera es una corrupción de la información y, en consecuencia, es peor que la falta de información, y en segunda consecuencia, constituye la más grave vulneración del derecho a la información”

(Desantes, 1976, p. 4)

Introducción

Los avances en el desarrollo de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC), y la consecuente facilidad para producir y acceder a la información han influido considerablemente en una percepción de un exceso informativo. Esto es debido a que estamos inmersos en una dinámica social en donde los consumidores de información también se han convertido en creadores de contenido. Lo anterior, ha permitido que la información en espacios como internet, se diversifiquen bajo un mismo ecosistema en donde conviven la información verídica con la falsa.

Las noticias falsas y la desinformación han acompañado al ser humano desde su origen, por lo cual no se les considera un fenómeno nuevo. Además, han existido distintas manifestaciones a lo largo de la historia. El término desinformación ha tenido principalmente una connotación política, en donde un sujeto o un grupo de personas a través del acto de comunicar información, omiten o manipulan información deliberadamente.

El fenómeno de la desinformación y las noticias falsas, han cobrado relevancia en la actualidad, debido en gran medida a las elecciones de los Estados Unidos del año 2016. El Presidente Donald Trump, utilizó varias estrategias de esta índole, en sus discursos y publicaciones expuestas en redes sociales, internet y los medios de comunicación.

La difusión de información falsa, se origina por distintos motivos, tales como, pánico, incertidumbre, desconocimiento y similitud con un sitio legítimo. Su constante producción trae como consecuencia una cadena de desinformación en la sociedad, la cual tiene efectos importantes en momentos de agitación social como desastres naturales, tiempos electorales, movimientos sociales, crisis sanitarias entre otros.

La sociedad contemporánea, se enfrenta a una oleada de fenómenos relacionados con la desinformación, debido a que se manifiesta y distribuyen de forma distinta.

Internet y las redes sociales potencializan estos fenómenos, gracias a la rapidez y el alcance que tiene.

La desinformación en internet no es un problema que afecte a una región en particular, es una problemática de carácter global. En este sentido, varias organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), La Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) acrónimos que se usarán de ahora en adelante. En respuesta a esta problemática dichas instituciones se han pronunciado a través de diversos documentos en los que sostienen la importancia de frenar este fenómeno y la urgencia de establecer estrategias que minimicen su impacto en nuestra sociedad.

Por ello la relevancia de generar dicha investigación, la cual plantea como objetivo general:

Desarrollar una radiografía del ecosistema de la desinformación en internet para identificar una aproximación a los actores y mecanismos que inciden en la propagación de este fenómeno, desde una perspectiva bibliotecológica y de los estudios de la información.

Adicionalmente se proponen tres objetivos específicos:

- Establecer un marco conceptual en torno al ecosistema de la desinformación en internet.
- Identificar los marcos jurídicos internacionales surgidos con el fenómeno de la desinformación en internet.
- Determinar los actores, tecnologías y manifestaciones de la desinformación en internet.

La presente investigación planteó como hipótesis lo siguiente

El avance tecnológico en materia informativa ha permitido que emerjan actores, se establezcan categorías y que se generen tecnologías propias para la desinformación, lo cual origina un ecosistema a través del cual puede analizarse

para comprender su estructura y funcionamiento y generar posibles estrategias para su combate.

Las siguientes preguntas de investigación, buscan dar respuesta a la problemática de la desinformación en internet, desde un enfoque bibliotecológico.

- 1) ¿Qué se entiende por desinformación?
- 2) ¿Qué políticas de información se han desarrollado como consecuencia del fenómeno de la desinformación en internet?
- 3) ¿Qué elementos conforman el ecosistema de la desinformación en internet?

Con base en lo anterior, la investigación se estructuró en tres capítulos. En el primero de ellos, se aborda el concepto de información, para lo que se realizó una exploración a través de distintos autores como Shannon, Ackoff, Machlup, Shera, Morales Campos, Buckland, Braman y Floridi, entre otros.

Es importante mencionar que se comenzó por el análisis del concepto información, ya que existen posturas de autores como Floridi, que afirma que la desinformación, no es información y por ello es importante examinar previamente el concepto de información.

Adicionalmente, se examinaron tres fenómenos relacionados con los desórdenes informativos, entre los que se encuentran, la desinformación, la información errónea y el mal informar. Se logró identificar sus características con el objetivo de delimitar sus diferencias, haciendo un especial énfasis, en el concepto de desinformación, el cual compete específicamente a esta investigación.

Así mismo, en el capítulo uno, se realizó un breve recorrido histórico de la desinformación hasta antes de la llegada de internet, donde se recopilaron aspectos como el libro El arte de la guerra, el surgimiento de formatos como los canards y el libelo, origen del término fake news, las estrategias de desinformación utilizadas durante la primera guerra mundial, los primeros intentos de documentar en las obras de consulta el término desinformación y la creación del Comité para la Seguridad del Estado, mejor conocido por sus siglas en ruso KGB. Por último, se puntualizaron

las características que distinguen a la desinformación frente a otros fenómenos relacionados.

En el segundo capítulo, se profundiza en el contexto de la desinformación a partir de la aparición de internet, además se desarrollan las características de la posverdad y los hechos alternativos, fenómenos que alcanzaron popularidad durante las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2016. De igual modo, se dedicó un apartado para mencionar las leyes de Francia y Alemania en su intento por contrarrestar los efectos de la desinformación en internet.

El tercer capítulo aborda el análisis del ecosistema de la desinformación en internet, sus posibles consecuencias en los individuos y en la sociedad. Se busca abrir una brecha para su estudio y posibles soluciones, desde una visión ecosistémica para lograr un desentramado, que permita identificar los posibles actores, agentes, las tecnologías utilizadas y las manifestaciones de la desinformación en internet y buscar una oportunidad para que la disciplina bibliotecológica pueda incidir desde su campo de acción.

Capítulo I

La Desinformación

Capítulo 1. La Desinformación

*“La cara negativa de la información. Un conjunto organizado de engaños en una era en donde los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados”
(Durandín, 1995)*

Introducción

A lo largo del tiempo el ser humano se ha preocupado por dejar vestigios de su existencia, de su paso por el mundo, de sus actividades y de su progreso, a través de información que ha registrado en distintos formatos y soportes, los cuales surgen como una necesidad de compartir y difundir información, una labor que sigue vigente hasta nuestros días.

La evolución de los medios de comunicación es constante, en los últimos 30 años ha sido más notorio gracias al avance tecnológico, ya que la información se ha masificado, lo cual permite que se desarrolle y difunda a gran velocidad, permitiendo que cualquier persona de cualquier parte del mundo, tenga la facilidad de acceder y de crear información.

La era del internet nos ha enfrentado a problemáticas como el exceso de información y de datos, cuya percepción no es nueva en la sociedad, lo novedoso es el espacio en el que habita este exceso, en este caso el entorno digital y ha permitido que los usuarios no sean meros receptores de información, sino que se han transformado en creadores de contenidos y facilita que cualquiera pueda producir o compartir contenidos en la red, de manera responsable o irresponsable.

La evidente manipulación de la información ha generado una falta de confianza en la información que circula por internet, a través de blogs, páginas web, redes sociales y también la que circula a través de los medios tradicionales de comunicación.

1.1 Información

El siglo XIX y la primera mitad de siglo XX trajeron consigo una oleada de avances tecnológicos relacionados con la comunicación y las telecomunicaciones, dejando huella en la manera en que se registra, crea y difunde la información. Ejemplos de

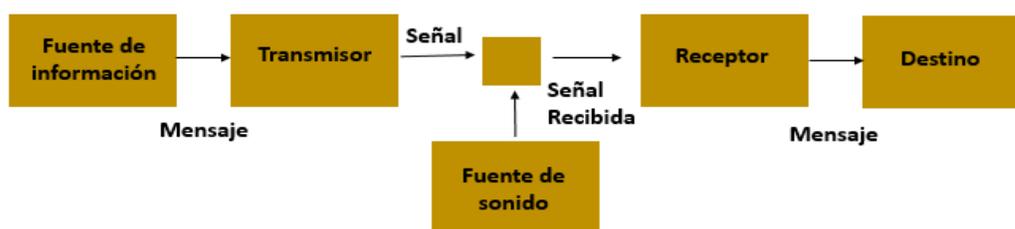
ello los podemos ver a través de elementos como la fotografía, la máquina de escribir, el teléfono, el fonógrafo, telégrafo, el cine, la radio, la televisión, y las redes de comunicación, por mencionar solo algunos.

Dichas invenciones reivindicaron la forma en que disciplinas como la bibliotecología y la archivística trabajaban con la información registrada. En consecuencia, el surgimiento de nuevos formatos y soportes de la información impusieron la ampliación del espectro del universo bibliográfico y con ello la relevancia del concepto información y su campo de estudio a través de la sociedad de la información, la cual ha forjado, un amplio análisis y estudio.

En este sentido, Shannon aborda el concepto de información definiéndola de la siguiente manera: *“son las unidades resultantes que podrían denominarse dígitos binarios o, de una manera abreviada, simplemente bits, como la cantidad más pequeña posible de información”* (Gleick, 2012)

En concordancia con lo anterior, Shannon plantea la sistematización de un conjunto de datos que se organizan de manera lógica, a través del filtrado en un sistema, para obtener como resultado información que es transmitida mediante un mensaje, esto se muestra en la siguiente (Figura 1).

Figura 1. Modelo de Comunicación de Shannon



Fuente: Gleick, J. (2012). *“La teoría de la información: todo lo que busco es un simple cerebro mundano”*. En: La información: historia y realidad. Barcelona: Critica.

El análisis del modelo de comunicación de Shannon contempla una serie de elementos que son necesarios para su adecuada comprensión.

- *Fuentes de Información: es el individuo o la máquina, que genera el mensaje, el cual puede ser simplemente una secuencia de caracteres.*
- *Transmisor: opera en el mensaje en cierta manera, codifica el mensaje.*
- *Canal: es el medio utilizado para transmitir la señal.*
- *Receptor: decodifica el mensaje o lo reconstruye a partir de una señal.*
- *Destino: es la persona o cosa que se encuentra en el otro extremo (Gleick, J. 2012).*

En este mismo contexto, otras contribuciones facilitaron que la ingeniería y las telecomunicaciones, concibieran a través del bit una medida estándar que les permitió cuantificar la información. A su vez, dicho modelo incorporó elementos sintácticos y semánticos que facilitarían las relaciones entre los símbolos dándole paso a la conformación y surgimiento de la cibernética.

La adopción de la tecnología moderna y la consecuente producción de información durante el siglo XX forjó transición de una sociedad industrial a una de la información, la cual fue marcada fuertemente por el surgimiento de fenómenos como la globalización, lo cual forjó una dinámica significativa en la socialización de la información y la creación de conocimiento. Al respecto es importante señalar el aporte de Bell, quien introdujo el término sociedad de la información, donde formula que:

El eje principal de ésta será el conocimiento teórico y advierte que los servicios basados en el conocimiento habrían de convertirse en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información, donde las ideologías resultarían sobrando (Torres, 2005, p. 1).

La sociedad de la información manifiesta una vicisitud, donde se privilegia el trabajo intelectual sobre el trabajo manual y en la cual existe un cambio estructural en la forma en la cual las personas acceden y se vinculan con la información.

Otra visión sobre la sociedad de la información es la abordada por Webster, la cual fue estudiada desde seis distintas perspectivas como: la tecnológica, la del mercado laboral, la económica, la espacial, la cultura y la del conocimiento, las cuales pueden interpretarse de la siguiente manera:

- *La tecnológica: se centra en las innovaciones tecnológicas que marcan el inicio de nuevos tiempos.*
- *El mercado laboral: se relaciona con la reducción del trabajo manual y con el posicionamiento del trabajo intelectual, el cual lleva a la investigación y en donde el acceso a la información es prioritario para la innovación.*
- *La económica: se vincula con la transición de un capitalismo industrial, a un capitalismo que privilegia a los productores de bienes y servicios de información.*
- *La espacial: se enlaza con la dispersión de los nodos, redes de información y telemáticas delimitadas de manera nacional, regional y global que permitan la circulación de los flujos de información.*
- *La cultural: se liga con el posicionamiento de los medios de comunicación y las tecnologías de información, como piezas clave que permiten un acercamiento globalizado a la información.*
- *El conocimiento: apunta a la trascendencia a una sociedad del conocimiento que depende del acceso y el uso de información (Webster, 2002, p. 302).*

Con esta visión se alude a una sociedad que puede conformarse a través de cuatro elementos en dónde.

Los usuarios (acceden a contenidos): infraestructuras que (posibilitan el acceso a contenidos: terminales, redes, servidores); contenidos (información, datos, documentos, productos o servicios a los que se accede); soporte para contenidos (formación, consultoría y diseño) (Tecuatl Quechol, 2018, p. 34).

Al final de la década de los años 80, Ackoff desarrolla una propuesta, la cual ha sido representada mediante una pirámide jerarquizada del dato, la información, el conocimiento y la sabiduría en donde la información forma parte de dicha pirámide. A continuación, se muestra una representación creada con la aportación de Ackoff, tal y como se aprecia en la (Figura 2).

Figura 2. Jerarquía de Datos, Información, Conocimiento y Sabiduría (DIKW)



Fuente: Ackoff, R. L (1989). "From data to wisdom: information crisis".

De esta forma, los elementos señalados por Ackoff, conforman una serie de procesos que permiten gestionar el conocimiento.

- *Datos: los datos son sin procesar, simplemente existen y no tienen importancia, más allá de su existencia, puede existir en cualquier forma utilizable o no, no tienen significado en sí mismo.*
- *Información: son datos a los que se les ha dado significado por medio de una conexión relacional, este significado puede ser útil o no puede serlo.*
- *Conocimiento: es la recopilación apropiada de información, tal que su intención sea ser útil.*
- *Sabiduría: la capacidad de ver las consecuencias a largo plazo de cualquier acto y evaluarlas en relación con el ideal. abarcando la satisfacción de las necesidades del usuario (Ackoff, 1989).*

En relación con la jerarquización, el mismo autor permite concebir una estructura llevada a los sistemas de información, donde los datos toman sentido y son organizados bajo un contexto, para ser representados como información. A continuación, se explorarán otros autores que han trabajado con el concepto de información.

Existen otras posturas, señaladas por (Shera, 1990, p. 167) *Los Fundamentos de la Educación Bibliotecológica*, a la información como "aquello que es transmitido por el acto o proceso de comunicación, sea este un mensaje, una señal o un estímulo.

Supone una respuesta en el organismo, receptor y, por tanto posee una potencial de respuesta.

Shera alude al término información como un elemento o mensaje que se trasmite a través de diversas manifestaciones y que es recibida por un receptor que permite generar una respuesta. Esta visión, se encuentra basada, en la estructura que propone Shannon en su modelo de comunicación, mencionado anteriormente en la (Figura 1).

Morales Campos, define la información como *“un término que se emplea para nombrar un conocimiento registrado en diferentes formas: lenguaje escrito, alfabético, ideográfico o numérico, oral o audiovisual”* (Morales Campos, 2004, p. 66).

Morales Campos aborda una materialización de la información en diversos soportes y una representación a través de elementos como la comunicación oral y escrita, sistemas alfanuméricos, entre otros. Además de mencionar que es conocimiento registrado y no solo datos.

Una visión distinta de información, la proporcionó Buckland, al considerar la información como *“objetos, datos y documentos que se denominan información porque se consideran informativos, por tener la calidad de impartir conocimiento o comunicar información”* (Buckland, 1991, p. 352).

La definición proporcionada por Buckland, materializa la información, ya no solo es la representación de las ideas, coincide con Morales Campos, al considerar que la información se encuentra representada y materializada en un soporte, como por ejemplo los documentos. En esta misma definición de Buckland, se rescata la finalidad que tiene la información que es el informar.

La siguiente definición es la que proporciona el *Online Dictionary for Library and Information Science (ODLIS)*. En el cual el término información es definido como:

Datos presentados en una forma fácilmente comprensible a la que se le ha atribuido significado en el contexto de su uso. En un sentido más dinámico, el mensaje transmitido por el uso de un medio de comunicación o expresión. Si un mensaje

específico es informativo o no depende en parte de la percepción subjetiva de la persona que lo recibe (Reitz, 2014).

La definición del ODLIS, coincide con lo que señala Ackoff, sobre datos que son organizados con el objetivo de contextualizarlos para darle un significado y transformarlo en información que puede ser representada y codificada. También puede asociarse con la analogía de Shannon y Shera al entenderlo como un mensaje transmitido que llega a un destinatario o receptor.

Siguiendo con la revisión, el concepto de información para Hernández se conceptualiza a partir de tres enfoques:

- *La Información como realidad (Lo que es la información): como patrones de señales físicas independientes del significado y de la verdad.*
- *La información sobre la realidad (Sobre el contenido informacional): posee contenido semántico y se puede calificar de tener carácter alético.*
- *La información para (Actuar sobre/en) la realidad: podemos hablar de instrucciones, algoritmos, información genética, para la codificación de aminoácidos (Hernández Anton, 2014, p. 132).*

Es significativo puntualizar que las perspectivas planteadas por Hernández están basadas en lo que establece Floridi.

La información puede verse desde tres perspectivas: la información como realidad (por ejemplo, como patrones de señales físicas, que no son ni verdaderas ni falsas), también conocida como información ambiental. La información sobre la realidad (información semántica, calificable aléticamente); e Información para la realidad (instrucciones, como información genética, algoritmos, pedidos o recetas) (Floridi, 2011, p. 30).

En la definición anterior puede verse a la verdad como un valor, ya que la verdad es un elemento inherente a la información, porque no puede existir información sin verdad, a lo cual puede aludir que:

La Información para ser tal necesita dos elementos imprescindibles: ser verdadera y ser comunicada. La verdad es la esencia de la información, pues tanto la mentira como el silencio solo desinforman y no informan. Es por ello que constituyen un

deber esencial del informador buscarla, y una vez encontrada, comunicarla (Gareis, 2003, p. 204).

Machlup y Mansfield, realizaron un estudio, en el que analizaron el término información y sus percepciones a través de distintas disciplinas.

Las interrelaciones entre las numerosas disciplinas, metadisciplinas, interdisciplinas y subdisciplinas que tratan la información como su preocupación central o periférica. Las principales áreas abordadas incluyen ciencias cognitivas, informática y ciencias de la información, cibernética Ética, teoría de la información, teoría matemática del sistema y teoría general. Incluyen diversos enfoques como la del lingüista Thomas G. Bever, el economista Kenneth Boulding, los científicos informáticos Saul Gorn, Douglas Hofstadter y Allen Newell, los psicólogos George Miller y Zenon Pylyshyn, y el bibliotecario Jesse Shera (Machlup, 1993, p. 98).

Como se puede apreciar, la bibliotecología no es la única disciplina que analiza la información, existen otras disciplinas y áreas del conocimiento que hacen uso de la información en sus diversos campos de acción. El análisis de Machlup y Mansfield, dejan al descubierto, los contrastes y aproximaciones en la conceptualización del término información.

Floridi hace lo propio y desde el punto de vista filosófico, menciona que existen diversos enfoques, a través de los cuales puede ser visto el término información (Cuadro 1).

Cuadro 1. Enfoques de la Información

Enfoque	Definición
<p>El enfoque de la teoría de la información o teoría matemática de la comunicación</p>	<p>Es propuesta por Shannon y Weaver (1949) define la información en términos de distribución de espacio de probabilidad. Desde este enfoque se aborda la información como un fenómeno físico, sintácticamente. No le interesa la utilidad, relevancia, significado, interpretación o acerca de los datos, sino el nivel de detalle y frecuencia en los datos no interpretados (señales o mensajes).</p>

El enfoque algorítmico	También conocido como complejidad de Kolmogorov, Li y Vitanyi (1997) define el contenido de información de x como el tamaño en bits del programa de computadora más pequeño para calcular x . Es igualmente cuantitativo y sólidamente basado en la teoría de probabilidad. Interpreta la información y sus cantidades en términos de los recursos computacionales necesarios para especificarla.
El enfoque probabilístico	Define la información semántica en términos de espacio de probabilidad y la relación inversa entre la información en p y la probabilidad de p .
El enfoque modal de transporte	Define la información en términos de espacio modal y coherencia: la información transmitida por p es el conjunto de mundos posibles excluidos por p . ¹
El Enfoque sistémico	Define la información en términos de espacio de estados y consistencia: la información rastrea posibles transiciones en el espacio de estados de un sistema.
El enfoque inferencial	Define la información en términos de espacio de inferencias: la información depende de una inferencia válida en relación con la teoría o el estado epistémico de una persona.
El enfoque semántico	Define la información en términos de espacio de datos: la información semántica es información bien formada, significativa y veraz.

Fuente: Traducción propia de: Floridi, L. (2011). *"The philosophy of information"*. Inglaterra, Oxford University.

Con los enfoques anteriores Floridi, postula elementos relacionados con la filosofía de la información, la cual permite comprender la naturaleza conceptual y los principios básicos de la información; busca exponer la idea de un entorno informacional en el que los distintos enfoques se encuentran inmersos y donde la información es un elemento clave para la reducción de incertidumbre en distintos

¹ Es importante mencionar que Floridi (2011) hace uso del término en inglés "approaches", que en español puede traducirse como "enfoques", "aproximaciones" o "perspectivas". Autores como Hernández Antón (2014) y Morán Reyes (2013), lo traducen al español como "enfoques", este último autor adicionalmente al "enfoque modal", le incorpora la expresión "transporte", precisando con ello el proceso de transmisión de los datos.

contextos. También son notorios elementos como los flujos de información y su transmisión a través de sistemas para su distribución. Adicionalmente permite señalar aspectos algorítmicos para procesar e indizar información.

Siguiendo con los axiomas explorados sobre información, otra de las posturas a rescatar es la de Braman, quien propone una definición emanada desde la perspectiva de las políticas de información. La cual basa en cuatro enfoques de información

- *Información como recurso: aparecen en varios cuerpos de literatura. De economistas como Jonscher y Madec proporcionan modelos para medir la información y sus flujos. El concepto genérico de información como recurso abarca cualquier contenido de información representado de cualquier forma, incorporado en cualquier formato y manejado por cualquier procesador físico. Este tipo de definición que enfatiza los usos que las personas hacen de la información en lugar de sus efectos sobre las personas y la sociedad.*
- *Información como mercancía: es un producto procesado a través de una cadena de producción informativa que incluyen la creación de información (creación, generación y recopilación), procesamiento (cognitivo y algorítmico), almacenamiento, transporte, distribución, destrucción y búsqueda. La información mercantilizada gana valor económico a medida que pasa por cada etapa de la cadena. En las últimas décadas tanto la información personal como la información sobre los asuntos públicos de una comunidad se han tratado como mercancías.*
- *Información como percepción del patrón: se centra en la capacidad de la información para reducir la incertidumbre, como una medida de previsibilidad para la toma de decisiones de un emisor. O también puede ser definida como flujos de información que pueden ser tomados como puntos para reducir la incertidumbre.*
- *La información como fuerza constructiva de las sociedades: la información es considerada como algo que se encuentra dentro de una estructura social, que crea la misma estructura a través de un input-output. Los flujos de información dan forma a los mecanismos mediante los cuales se adaptan a su entorno e influyen en otros sistemas (Braman, 1989, pp. 235-240).*

La definición de Braman desde el enfoque de políticas de información, parte de visualizar a la información como recurso, el cual puede tener distintas manifestaciones en cuanto a formatos y soportes.

La segunda visión sobre la información como mercancía, se asocia al aspecto capitalista, en donde la información, llega a monetizarse y pertenece a una cadena de producción, a través de la cual, va adquiriendo un valor agregado. Esta perspectiva también pone de ejemplo elementos relevantes como la venta de información y datos personales, lo que actualmente ocurre con las redes sociales y las aplicaciones.

El tercer punto, la información como percepción de patrón, permite asociarse con la idea de información para la toma de decisiones. A través del análisis de información y datos se pueden hacer prospectivas de distintos escenarios y analizar todas las posibilidades, así como reducir el nivel de error.

El cuarto enfoque, la información como fuerza constructiva de las sociedades, sintetiza los tres enfoques anteriores, ya que conviven en un sistema que permite los flujos de información, a través de la estructuración de sistemas que facilitan la transferencia de la información y posibilitan la toma de decisiones, su análisis y el acceso a la información, de igual modo realizan una aproximación a lo que se propone con la sociedad de la información.

Las diversas definiciones sobre información citadas en este apartado se pueden percibir desde los siguientes enfoques.

- Shannon concibe a la información dentro de un sistema de comunicación.
- Ackoff concibe la información en una estructura llevada a los sistemas de información. En donde los datos toman sentido y son organizados bajo un contexto, para ser representados como información.
- Machlup como tal no proporciona una definición, pero genera un aporte importante, que ya que trae a discusión las diversas disciplinas que abordan el término información y los enfoques con los que suelen ser analizados

- Shera rescata la idea del valor social de la información, desde su propuesta teoría denominada la epistemología social.
- Morales Campos concreta una definición basada en el registro y materialización de la información.
- Buckland resalta la finalidad de la información la cual es informar.
- El ODLIS presenta un enfoque tradicional de la información, basado en lo que postula Shannon.
- Hernández propone una definición bajo la visión de Floridi, en donde retoma los enfoques de la información desde la perspectiva de la filosofía de la información.
- Braman postula su visión desde las políticas de información y la aterriza en el aspecto de la sociedad de la información.

Ya que se han revisado diversas posturas y autores, la información queda entendida como toda materialización o manifestación de conocimiento registrado (llámese bits, libros, documentos, fotografías y otros formatos físicos y digitales) el cual, puede ser comunicado o transmitido, a través de un sistema que permite la entrada y salida de flujos de información para su análisis, acceso y recuperación con el claro objetivo de informar.

Sin embargo, la información también puede ser vista como un poder que desde el punto de vista de Braman, se manifiesta de la siguiente manera:

- *Información en el ejercicio directo del poder (como en propaganda o encuestas de opinión pública).*
- *Información tan crítica para las transformaciones de potencial real (como en misiles guía).*
- *Información como recurso entre otros recursos críticos, para la capacidad que determina un agente potencial de poder (como en el uso de información burocrática) información para implementar políticas gubernamentales (Braman, 1994, pp. 358-359).*

La información como poder es un ejercicio que permite el control de los flujos de información y los medios de comunicación tradicionales y digitales. Es importante

destacar que este ejercicio de poder puede ser utilizado con fines negativos, donde la información fácilmente puede someterse a procesos de manipulación, alteración de contextos y de realidad, a través de los propietarios y distribuidores de contenidos, gobierno etc. lo que propicia fenómenos como el de la desinformación.

1.2 La desinformación

Es importante hacer una distinción previa de términos que habitualmente se adoptan como sinónimos cuando se investiga el tema de desinformación, para ello se establecerá la diferencia entre las expresiones *Misinformation*, *Disinformation* y *Mal information*, términos que son usados en la literatura inglesa y que no tenemos formalmente un equivalente en español para categorizar estos tres aspectos.

El informe del Consejo Europeo, *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy marking 2017*, aborda el concepto desórdenes informativos el cual tiene tres componentes: información errónea, desinformación y mal informar.

- *Información errónea (Misinformation): es información falsa filtrada de manera errónea que se difunde sin la intención de hacer algún daño.*
- *Desinformación (Disinformation): información falsa creada y compartida de manera deliberada, para causar daño a una persona, grupo social, organización o país.*
- *Mal informar (Mal information): información que se basa en la realidad, utilizada para causar daño, suele ser información privada que se expone ante la esfera pública (Wardle, & Derakhshan, 2017, p. 5).*

En la definición de Wardle y Derakhshan se hace una distinción precisa entre los tres fenómenos y los rasgos que los caracterizan.

- La información errónea es información falsa que, por un error humano, o técnico se modificó y se filtró sin el objetivo de dañar o perjudicar a alguien de manera intencional.
- La desinformación tiene la particularidad que es información deliberadamente falsa o manipulada que se filtra de manera intencional con el objetivo de causar daño.

- El mal informar es un elemento que resulta del compartir o filtrar información privada o personal en el ámbito público.

Para ejemplificar lo anterior, podemos considerar estas situaciones:

- Daniela editó un artículo de Wikipedia, pero agregó sin darse cuenta una fecha de nacimiento que no era al artículo del personaje que trabajó. Aquí podría ejemplificarse un caso de información errónea (*misinformation*), en donde una persona, sin ninguna intención, filtró un dato o información falsa de manera errónea o inexacta.
- Rodrigo está conteniendo por un puesto público, pero alguien filtró falsas acusaciones en su contra sobre actos de corrupción con la firme intención de que no obtenga ese puesto público. En este ejemplo podemos ver un caso de desinformación (*disinformation*), ya que se expuso información falsa, con una intencionalidad dañina y perjudicial hacia un sujeto.
- Yolanda compartió una conversación privada con información y datos sensibles, en la cual se encuentran involucradas diversas personas. La información compartida se ha hecho viral y ha puesto en la mira del ojo público a los personajes mencionados de la conversación. Este caso apela a lo que se contempla como Mal informar (*Mal information*), porque de acuerdo con la definición Wardle y Derakhshan, la información privada se comparte y se hace pública, en este caso con la intención de dañar a un grupo de personas por sus declaraciones.

El *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making de 2017*, esquematiza los desórdenes de información, para lograr identificar las diferencias que existen entre información errónea, desinformación y mal informar (*Figura 3*).

Figura 3. Desórdenes de Información



Fuente: Traducido por el autor a partir de: Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). *“Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making”*. Council of Europe. En: Council of Europe Report.

El esquema permite ejemplificar cada uno de los elementos que conforman los desórdenes de información.

- Información errónea: información falsa con errores involuntarios, en donde se encuentran inexactitudes o imprecisiones en datos, estadísticas, fechas, nombres, lugares o en traducciones y ediciones.
- Desinformación: es la fabricación deliberada o manipulación de información falsa o contenido descontextualizado con la clara intención de compartirla o filtrarla para dañar.
- Mal informar: es la publicación deliberada o premeditada de información personal, privada o corporativa en entornos públicos, con el objetivo de dañar directamente a un grupo social, institución, gobierno o país.

Ahora que se han establecido las diferencias o rasgos distintivos entre cada uno de los fenómenos categorizados en los desórdenes de información, es posible retomar el elemento central, de la investigación que es la desinformación.

Como tal, el uso del concepto desinformación, fue documentado por los rusos, el siglo pasado y fue utilizado como estrategia política en los conflictos bélicos, como método para deshabilitar un sistema político y afianzar otro.

En los años veinte del siglo pasado, el término dezinformatsia, se le atribuía para referirse a las campañas de intoxicación de los países capitalistas hacia la extinta Unión de Repúblicas Socialista Soviéticas con el fin único de desacreditar su sistema de gobierno e ideología. Esta argumentación fue plasmada en fuentes enciclopédicas rusas (Durandin, y Meler Ortí, 1995 citado por Martínez Musiño).

Con esto se puede dilucidar que la desinformación comienza a documentarse en las obras de consulta hasta la segunda década del siglo XX, como una estrategia que permitía deslegitimizar un sistema de gobierno e imponer un nuevo sistema, a través de la manipulación y el filtrado de información alterada y engañosa. Siguiendo con los rusos y el uso de la desinformación como estrategia desestabilizadora.

A finales de la década de los cincuenta, cuando los servicios de inteligencia soviéticos, de la mano de la KGB, pusieron en marcha departamentos especiales de desinformación. En la URSS, este servicio se inició en 1959. En Alemania, Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Bulgaria, países de la órbita socialista, se crearon entre 1963 y 1964 (Álvarez y Secanella, 1991, p. 368).

Como se puede constatar, el uso de la desinformación es una estrategia eficaz que se ha utilizado como método de control político. Por ejemplo, el bloque socialista fue uno de los principales impulsores de este mecanismo o forma de control político y social, a través de un sistema institucionalizado, el cual permitía mantener su régimen y combatir la disidencia política y mantener al margen a los intelectuales y los medios de comunicación.

Francia, al igual que Rusia documentó en sus obras de consulta, el uso del término desinformación, específicamente en el Larousse francés en 1982, definiéndolo como “acción de suprimir la información, de minimizar su importancia o modificar el sentido” (Jacquard, 1988 citado por Andrés Rodríguez, 2017, p.234). Por otro lado, hoy en el lenguaje francés, la palabra se refiere no sólo a su sentido original, sino

también a la *“información falsa, tergiversación periodística, falsa información, mentiras, interpretación incorrecta, engañosa o falaz, intoxicación y discrepancia política”* (Isralson, 1988).

Respecto a la definición de Isralson, complementa a los autores anteriores al retomar aspectos como información engañosa, e intoxicación o saturación excesiva de información, la cual es utilizada en asuntos políticos. Pero aún con estos elementos, el concepto se encuentra incompleto y le falta enfatizar, el uso de la tecnología como elementos dispersivos.

Por su parte, autores como Floridi suelen asumir que *“la desinformación ocurre si el contenido semántico se altera en algún punto de su ciclo de vida (Creación, almacenamiento, recuperación, actualización). De esta manera es más probable que la gente sea engañada”* (Floridi, 2011, p. 203).

De acuerdo con lo mencionado por Floridi la desinformación puede darse al vulnerarse la información en alguno de los procesos relacionados con el ciclo de la información. La semántica juega un papel importante, ya que la desinformación también es un conjunto de datos, previamente estructurados y dotados de significado, con el propósito de engañar. Es importante mencionar que el ciclo de la información es parte del enfoque semántico de la información, propuesto por el mismo.

De esta forma el autor ha creado una categorización de contenidos semánticos que no suelen relacionarse con la desinformación (*Cuadro 2*).

Cuadro 2. Contenidos semánticos que no suelen relacionarse con la desinformación

Categoría	Definición
Desinformación Visual	Las imágenes se pueden utilizar para transmitir contenido semántico que es falso, así como contenido semántico que sea cierto. Las imágenes en sí mismas pueden ser desinformación. Además, las imágenes engañosas incluso podrían ser más epistémicamente peligrosas que las palabras.

Verdadera Desinformación	<p>La desinformación es un subconjunto de la información errónea, la desinformación debe ser falsa. Sin embargo, puede haber alguna desinformación que es literalmente cierta. Puede haber alguna desinformación que sea información. Además, el contenido semántico verdadero que pretende ser engañoso puede incluso ser más epistémicamente peligroso que el contenido semántico falso</p>
Desinformación de Efectos Secundarios	<p>Los errores honestos no deben contarse como desinformación. Pero aun así son desinformación que no está prevista, La creación de contenido semántico falso con fines de investigación o la educación puede estar moralmente justificada. Pero eso no significa que el contenido semántico no es desinformación. De hecho, la difusión de la desinformación puede justificarse moralmente incluso si tiene la intención de engañar.</p>
Desinformación Evolutiva	<p>Puede haber alguna desinformación que ni siquiera está prevista por como una fuente engañosa, es útil para notar que alguien o algo puede engañar, aunque no tenga intención de engañar. Por ejemplo, hay especies de insectos que han evolucionado para parecer palos u hojas. Los insectos ciertamente no forman ninguna intención no pretenden que los depredadores potenciales creen que son flora más que fauna, por su apariencia. Sin embargo, no es casualidad que se engañe a los depredadores potenciales. El engañoso camuflaje les da a estos insectos una ventaja adaptativa en particular, son menos probabilidades de ser comidos.</p> <p>Un insecto no es de contenido semántico. Por lo tanto, el camuflaje engañoso no es desinformación. Pero el mismo tipo de cosas pueden ocurrir con palabras (o imágenes) engañosas, así como con apariciones.</p>

Fuente: Traducido por el autor a partir de: Floridi, L. (2011). "Floridi on desinformation". En: *Ethics & Politycs*. v. xiii. n. 2. Pp. 201-2014.

Los elementos tratados previamente ponen en evidencia fenómenos relacionados con la desinformación, los cuales muchas de las veces no son consideradas como desinformación, pero indiscutiblemente lo son.

- Desinformación visual, es una forma de aludir a la facilidad de la alteración de los soportes fotográficos, los cuales son susceptibles a manipulaciones y situaciones fuera de contexto.
- Desinformación verdadera, se vincula con la idea de que la desinformación, suele entretenerse con la verdad para pasar de ser percibida, aquí puede vincularse la posverdad.
- Desinformación de efectos secundarios, es una forma de apelar a lo que podrían ser mentiras piadosas, en donde se engaña de manera benevolente, para aminorar sus efectos o posibles daños.
- Desinformación evolutiva, se vincula con la aceptación de un hecho poco probable que puede permanecer en las personas por varias generaciones, aquí el autor menciona lo siguiente:

Las personas tienden a experimentar una "emoción agradable", una sensación de "sorpresa y asombro" cuando escuchan que ha ocurrido un milagro. Como resultado, las personas que les describen el milagro pueden "deleitarse en emocionantes la admiración de los demás". Por lo tanto, es más probable que la historia del nacimiento virginal sea contada de nuevo en el futuro. Este tipo de desinformación posiblemente tiene el propósito (o telos) de engañar a la gente aunque no se engañe a la gente (Floridi, 2011, p. 211).

Otra de las definiciones relevantes es la surgida en el año 2017, por la empresa Facebook, donde reconoce la existencia y el impacto de la desinformación en sus plataformas y queda plasmada en el *Information Operations and Facebook*, en el que se identifica a la desinformación como:

Contenido inexacto o manipulado que se proponga intencionalmente. Esta puede incluir noticias falsas, o puede incluir métodos más sutiles, como citas o historias inexactas para intermediarios inocentes, a través de información sesgada, o

confusa. La desinformación es distinta de la información inexacta, que es la inadvertida o de difusión involuntaria sin intención maliciosa (Weedon, Nuland, and Stamos, 2017, p. 5).

La definición anterior representa la postura de una empresa, a la cual se le ha acusado de permitir la propagación deliberada de desinformación en sus plataformas. Adicionalmente permite distinguir la diferencia entre desinformación e información inexacta, al rescatar que la desinformación tiene la característica de ser totalmente intencionada, mientras que la información inexacta muchas de las veces es información falsa que se filtra sin intenciones maliciosas.

En marzo de 2017, El Relator Especial de las Naciones Unidas (ONU) para la Libertad de Opinión y de Expresión, la Representante para la Libertad de los Medios de Comunicación de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), el Relator Especial de la OEA para la Libertad de Expresión y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP). En la que señala que:

La creciente propagación de la desinformación (a veces referida como noticias "falsas" o "fake news") y la propaganda en los medios tradicionales y sociales, impulsada tanto por Estados como por actores no estatales, y los diversos perjuicios a los cuales contribuyen en parte o de manera directa; a confundir a la población y para injerir en el derecho del público a saber y en el derecho de las personas a buscar y recibir, y también transmitir, información e ideas de toda índole. La desinformación y propaganda podrían dañar la reputación y afectar la privacidad de personas, o incita a la violencia, la discriminación o la hostilidad hacia grupos vulnerables de la sociedad (OEA, 2017).

En la citada declaración, se hace énfasis en la incidencia de actores estatales y no estatales en la propagación de desinformación, con el objetivo de dañar a terceros, además señala que la desinformación violenta o trasgrede el derecho del que gozan los individuos para recibir y difundir información, en donde deben quedar claros los límites que se tienen al ejercer dichos derechos, para no incurrir en actos de desinformación.

En este sentido la desinformación, puede ser definida como *“falsedades intencionales difundidas como noticias o formatos documentales simulados para lograr metas políticas”* (Bennett and Livingston, 2018, p. 124). La definición que proporcionan Bennett y Livingston añade o abona que la desinformación, se filtra a través de noticias y formatos documentales, aspectos relevantes, porque materializa, a la desinformación a través de algunas manifestaciones y concuerda con lo que mencionan Durandín y Meler sobre la influencia y el uso en el ámbito político.

Las diversas posturas revisadas anteriormente, facilitan la identificación de los siguientes elementos:

- Durandín y Meler hacen énfasis en campañas para desacreditar un sistema de gobierno.
- Larousse francés apunta a aspectos de suprimir o minimizar la importancia de la información.
- Isralson destaca los términos información falsa, incorrecta, mentiras, e interpretaciones engañosas, utilizadas en discrepancias políticas.
- Floridi se refiere a alteraciones semántica del ciclo de vida de la información con el objetivo de engañar.
- El Informe de Facebook, contempla la desinformación como contenido inexacto o manipulado de manera intencional en el que se incluyen noticias falsas y otros métodos.
- La Organización de Estados Americanos identifica los actores estatales y no estatales como agentes en la propagación de desinformación, con el objetivo de dañar a terceros, además de evidenciar que la desinformación violenta o trasgrede el derecho para recibir y difundir información.
- Livingston la asocia como falsedades intencionales que se materializan en noticias y formatos documentales.

Tomando en cuenta las aportaciones de los autores y la era Trump como la que puso en la mira mediática la desinformación a través de las redes sociales, se podría

decir que la desinformación es un estado de alteración de la realidad, en donde los sujetos son sometidos a grandes volúmenes de información con la intención de confundirlos, ya que los individuos son incapaces de distinguir lo falso de lo verdadero, y en donde la mentira se encuentra disfrazada de verdad, para posteriormente ser filtrada de manera intencional, a través de las redes sociales y medios de comunicación con diversos fines..

1.3 Breve Recorrido Histórico sobre la desinformación

La desinformación es tan antigua como la humanidad y ha persistido hasta nuestros días, evolucionando a través de distintas manifestaciones como las noticias falsas, el bulo, los rumores, la sátira, la propaganda y la posverdad.

Si bien las noticias falsas son una especie de satélite que han acompañado a la verdad durante siglos, las numerosas formas que han adoptado, los desarrollos tecnológicos para inhibirlas y producirlas, además de las distintas prácticas sociales alrededor de ellas, dan forma a un nuevo ecosistema: el de la desinformación (Hernández Pérez, 2018, p. 206).

De acuerdo con lo que señala Hernández Pérez, la mentira y la verdad han convivido en un mismo espacio desde hace mucho tiempo, sin embargo, las prácticas sociales, las tecnologías y los medios de comunicación permiten que cada uno de estos elementos pueda vincularse, lo que ante la construcción de un ecosistema digital vulnerable permite filtrado y el flujo de la desinformación.

Por otra parte, se destaca que *“chismes, rumores y murmuraciones son algunos sustantivos con los que siglos pasados, se denominaba a los antecedentes de la posverdad y las noticias falsas” (Morales Campos, 2018, p. VIII).*

Este elemento es relevante, porque también contempla la oralidad, un aspecto importante en el proceso de comunicación, en donde un emisor se encarga de enviar un mensaje y un receptor lo recibe, además de recordar que antes de que existiera el alfabeto y la escritura, la oralidad preponderaba como el factor más importante en circuito de la comunicación.

Darnton recopiló algunos datos de manera acotada en donde la desinformación ha sido protagonista durante algunos periodos de la historia. El siguiente cuadro se enriquece también, a través de las aportaciones de otros autores, llegando a un relato cronológico, hasta antes de la llegada de internet (*Cuadro 3*).

Cuadro 3. Acontecimientos relacionados con la Desinformación antes de la llegada de internet

Siglo	Acontecimiento	Descripción
VI y IV a.C.	Libro el Arte de la Guerra	Rivas Trointiño menciona que: <i>Entre los siglos VI y IV a.C. dio el escritor chino Sun-Tzu en el Arte de la guerra: Todo el arte de la guerra se funda en el engaño, y el arte supremo de la guerra es someter al enemigo sin combates (Rivas Trointiño, 1995, p. 76).</i>
VI d.C	Libro Historia Secreta de Procopio de Cesaria	Los primeros usos de las Noticias falsas se le adjudican a este historiado Bizantino del siglo VI d.C. a través de la historia secreta del emperador Justiniano con el fin de dañar su imagen.
XV	La invención de la imprenta	En el documento "Internet y la libertad de expresión" de la UNESCO. Menciona que <i>el paso decisivo para la libertad de expresión sobrevino con la imprenta, inventada por Johannes Gutenberg. La imprenta abrió la puerta a la producción masiva de información y de opiniones, y su circulación a una escala nunca antes imaginada (Puddephatt, 2016, p. 17).</i>
XVI	Canards	Los <i>canards</i> eran revistas vendidas por voceros de forma ambulante en las calles de París, en el siglo XVI y describían sucesos imaginarios.
XIX	Libelo	Los <i>'libelos'</i> del Antiguo Régimen en Francia del siglo XIX como una forma antigua de noticias falsas, estos textos satíricos estaban escritos por autores que criticaban al Antiguo Régimen y querían desestabilizarlo.

XIX	Periódico New York The Sun	En 1835, arrasa con una serie de artículos sobre el descubrimiento de extrañas formas de vida en la Luna, atribuido al astrónomo John Herschel, famoso en aquella época. Gracias a este "Great moon hoax", el diario consiguió aumentar sus ventas.
XIX	Noticias Falsas o Fake News	McDonnell menciona que el término fake news, se acuñó por primera vez en Estados Unidos a finales del siglo XIX. (<i>McDonnell, 2018, p. 6</i>)
XX	La Primera Guerra Mundial	La propaganda jugó un papel importante en el reclutamiento, apelando al nacionalismo y al patriotismo con frase como ¡Tú país te necesita! "Papi ¿Qué hiciste en la Gran Guerra? (<i>Johnson Riddle, and Company, 1915</i>)
XX	La radio y la televisión	Con el siglo XX llegaron la radio y la televisión analógica que permitieron que la información llegara directamente a cada hogar, con noticias e información rápidamente transmitida a millones de personas. (<i>Puddephatt, A., 2016</i>)
XX	Enciclopedia Soviética	Durandin menciona que el término Desinformatisia se documentó por primera vez en la enciclopedia Soviética en la década de los años 20 del siglo pasado.
XX	Creación de la KGB	La creación del Komitet Gosudárstvennoy Bezopásnosti, a finales de la década de 1950, agencia de inteligencia de la extinta unión soviética, la cual se encargaba del filtrado y propagación de desinformación como estrategia de control político.

Fuente: elaborada por el autor, basado en DARNTON R. (2017). "La verdadera historia de las noticias falsas". Y otras fuentes que se encuentran previamente señaladas en los párrafos.

Como se percibe en el cuadro anterior, la desinformación ha tenido un sinuoso camino en notoriedad, incidencia y repercusiones. Sin embargo, también es

evidente la evolución en las manifestaciones, en las que se ha materializado en determinados periodos de la historia de la humanidad.

La imprenta es uno de los elementos clave de la modernidad y de la producción en masa de la información, pero también es claro ejemplo de la sobrecarga informativa que ha existido desde antes de la llegada de internet. Se logran identificar los modelos de comunicación, los cuales eran unidireccionales y no existía una retroalimentación. Es notorio cómo las fuentes de información comienzan a registrar los términos fake news y desinformación.

Dentro de este recorrido se pueden identificar la influencia de los regímenes populistas y las ideologías políticas como ambientes idóneos para afianzar la desinformación por medio de propaganda en los medios de comunicación.

1.4 Características de la Desinformación

Con respecto a las características y a los elementos que permiten identificar el fenómeno de la desinformación, esto resulta complejo, ya que las tecnologías de información y el desarrollo de los medios de comunicación han generado que dichas características evolucionen, permitiendo identificar las siguientes:

- *En primer lugar, se trata de un fenómeno intencional y manipulador. No puede hablarse de desinformación si la fuente no tiene intención de engañar a sus receptores. Pero esa intención, como en cualquier otro tipo de manipulación, permanece oculta, sin que los receptores lleguen a ser conscientes de que están siendo influidos. Y es por eso que resulta propio de la desinformación el ser una comunicación no atribuida o atribuida a fuentes falsas.*
- *Su esencia comunicativa radica en la difusión de informaciones engañosas y por lo tanto en el empleo de la mentira. Si bien hoy día se utiliza este término cuando se recurre a cualquier tipo de mentira (bien sea por comisión o por omisión), la esencia del fenómeno está vinculada no tanto al silencio u ocultación de datos como a las mentiras por comisión, es decir, a la difusión intencionada de información falsa.*
- *En tercer lugar, el desinformador busca que sus engaños sean difundidos por los medios de comunicación, que se convierten, casi siempre involuntaria, en el vehículo o soporte para propagar su mensaje. La desinformación, por tanto, está*

Íntimamente ligada a los medios y al periodismo, puesto que es a ellos a quienes debe engañar en primer lugar para conseguir que difundan sus mensajes y alcanzar a la opinión pública.

- *Por último, el desinformador utiliza la mentira como arma de guerra para desprestigiar y atacar a su adversario, que es el objetivo final que guía todas sus actuaciones. Ello implica la necesidad de cierta planificación en esta tarea, que responde a una estrategia trazada de antemano e incluso a la creación de organismos específicos destinados a diseñar y ejecutar este ataque (Rodríguez, Andrés, 2017, pp. 241-241).*

Analizando los componentes que nos proporciona el autor, se asocian de manera directa con algunos rasgos y puntos que se encuentran en las definiciones presentadas en el punto 1.1, por lo cual es importante rescatar y agruparlos en tres bloques.

- 1) El primer bloque se enfoca a lo que se menciona en *el Informe 2017 de Facebook*, en cuanto a que la desinformación tiene una intencionalidad maliciosa y esto la hace diferente a la información errónea o inexacta.
- 2) El segundo bloque es asociado a la falsedad, al uso de información engañosa y al ocultar información u omitirla, con el fin de mal informar.
- 3) El tercer bloque se enfoca en una presentación formal con apariencia real que le permita filtrarse en los medios de comunicación y en el entorno digital.

Las características anteriormente mencionadas permiten establecer las bases con las cuales opera la desinformación, los objetivos que hay detrás. Pero también permite reconocer la influencia que tienen los medios de comunicación, los periodistas, las redes sociales y los propios usuarios. En consecuencia, es notoria la intencionalidad con la que se impulsa este fenómeno.

La narrativa de la desinformación y sus diversas manifestaciones responden al poco análisis de la información que consumimos, a la nula revisión de las fuentes de información de las cuales se derivan, la desconfianza y la poca credibilidad que se tienen actualmente de los medios de comunicación.

El posicionamiento de los medios digitales y la evolución de los medios tradicionales de comunicación han potencializado el uso malicioso tanto de la prensa escrita como de la digital al tener un mayor alcance gracias al Internet. Los cuales desarrollaron un punto estratégico en la llegada de Donald Trump a la presidencia de los EUA. Este hecho ha marcado un antes y un después en la circulación potencial de desinformación en el ecosistema digital y la opinión pública.

Capítulo 2

La desinformación en internet

Capítulo 2. La Desinformación en Internet

“Nuestros inherentes sesgos cognitivos nos disponen a ser manipulados y explotados por aquellos que tienen la intención de promover sus ideas, especialmente si pueden desacreditar todas las fuentes de información” (Mcintyre, L. 2018)

Introducción

Distintos medios de comunicación han evidenciado la severa crisis de veracidad de los flujos de información que hoy en día transitan y se filtran por la red, espejismos que desvirtúan la realidad y alteran los contextos. *“En 2018, una investigación del Massachusetts Institute of Technology (MIT) publicada en la revista Science, presentó conclusiones inquietantes, en Twitter las noticias y los rumores de contenido engañoso tienen un 70% más de posibilidades de ser retuiteadas que las imparciales” (Borreguero, 2018).*

Cabe notar que Twitter no es la única red social por la cual circula desinformación, a través de manifestaciones como noticias falsas, rumores, especulaciones y chismes, otras redes como Whatsapp o Facebook son igualmente detonadoras y difusoras de caminos que llevan al engaño y la mentira.

Es importante considerar que la desinformación en internet, no solo induce al engaño, sino que también profundiza en aspectos de manipulación y suele favorecer la generación de discursos de odio contra sectores vulnerables de la sociedad, por cuestiones como ideologías, religión, origen étnico o racial, preferencias sexuales entre otras.

Una de las investigaciones realizadas por el diario The Washington Post, hace referencia al número de mentiras o declaraciones engañosas hechas por el presidente Trump al día, reportando los siguientes datos. *“Dice en promedio catorce mentiras diarias. Según hasta el 19 de enero de 2020, el presidente estadounidense ha dicho 16, 241 mentiras, exageraciones o declaraciones engañosas” (López,*

2020). Lo anterior evidencia las mentiras y otros fenómenos se encuentran latentes como estrategia en los discursos políticos.

La llegada de la Era Trump al frente del gobierno estadounidense detonó fenómenos como la posverdad y los hechos alternativos, este último acuñado por la consejera del Gobierno de Trump, Kellyanne Conway, en una entrevista realizada por el canal de televisión NBC, que al cuestionarla sobre la poca afluencia de simpatizantes en la toma de posesión de Donald Trump, mencionó dicho término para negar la aseveración hecha por la cadena televisiva.

En este capítulo se realizará una revisión de aspectos complementarios surgidos con el fenómeno de la desinformación en internet, entre los que se encuentran la infoxicación, la infobesidad, la antibiblioteca y el tema de la infodemia, declarada en febrero de 2020, por la Organización Mundial de la Salud, a partir de la pandemia de la COVID-19.

Otro de los puntos angulares de este capítulo es la revisión de determinadas políticas que los gobiernos y las organizaciones internacionales han generado para contrarrestar los efectos de la desinformación en internet.

2.1. Antecedentes

El surgimiento de la web trajo consigo grandes cambios en el ecosistema informativo, poco a poco los medios tradicionales de comunicación, los editores, los periodistas y otros actores y distribuidores de la información, fueron rebasados. Los flujos de información comenzaron a ser multidireccionales, lo cual favoreció el surgimiento de diversas prácticas maliciosas, tal y como se percibe en el siguiente recorrido histórico (*Cuadro 4*).

Cuadro 4. La Desinformación con la llegada de internet

Año	Acontecimiento	Descripción
		El origen de internet para la transmisión de datos e información (ARPANET 1). El surgimiento en 1970 de MILNET, con fines militares. La aparición de CSNET, con fines científicos. Por último, BITNET, con objetivos no

1969	Origen de Internet	científicos. Todas las anteriores interconectadas por un nódulo de transparencia a través de (ARPANET). Con el surgimiento de internet se marca un nuevo modelo en los flujos y la comunicación de la información.
1972	Los Malware o Virus Informáticos	Los malware son parte de la desinformación, debido que utilizan mensajes y publicidad engañosa mayoritariamente vía correo electrónico para que el internauta descargue la información, creando un daño en el equipo y la información del usuario. Según. (Mata Villalpando B. I. y Guevara Juárez. O. A. 2010). Los orígenes del Malware datan de 1972, por Robert Thomas Morris, virus capaz de infectar computadoras IBM 360, difundido a través de Arpanet. dicho virus fue cocido como Creeper el cual mostraba el siguiente mensaje "I'm a Creeper ... catch me if you can!".
1980	Cátedra sobre desinformación	Richter Morales menciona que en la década de 1980, se impartía la cátedra sobre desinformación en la Universidad de Boston a cargo de Ladislav Bittman, un experto en inteligencia cuya peculiaridad fue presentar los trucos y sistemas de falsificación de noticias (Richter Morares, 2018, p. 25).
1990	La web 1.0 o primitiva	La web 1.0 la utilizan personas conectadas a la web utilizando Internet y es de solo lectura y el usuario es, básicamente, un sujeto pasivo que recibe la información o la pública, sin que existan posibilidades para que se genere la interacción con el contenido de la página; está totalmente limitada (<i>Latorre, 2018, p. 2</i>)
1998	Movimiento Antivacunas	Movimiento surgido en 1998, por Andrew Wakefield, publicado en The Lancet, donde promueve la idea de que la vacuna triple vírica, propicio autismo en los niños. El movimiento antivacunas se vincula con internet, gracias a lo que menciona López Santamaría, M. Los movimientos antivacunación, son asociaciones de personas que se oponen a la vacunación por diversos motivos. Estos grupos emplean internet como medio de difusión de sus ideas (<i>López Santamaría, 2015, p. 58</i>).
		El origen del término Clickbait es incierto y no existe un registro exacto de su origen, pero el portal Merriam Webster, asocia su origen al año

1999	Clickbait o Ciberanzuelo	de 1999, al ligar su uso en las soft news, noticias de entretenimiento e información inútil o engañosa, con encabezados sensacionalistas que ayudan con el tráfico de usuarios a sitios y páginas web.
2004	La web 2.0	fue acuñado por O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, los chat, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc., que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social.
2003	Second Life	Desde que en 2003 irrumpiera Second life, el espacio virtual más famoso de la red que permite al usuario invitarse una segunda vida en internet, se empezó a experimentar cómo la tecnología nos permite vivir en dos mundos paralelo. que son reales y ficticios a la vez. Lo real y lo virtual se entremezclan, Las mentiras pueden resultar semiverdades en mundos imaginarios o paralelos (<i>Trías De Bes, F. 2017</i>).
2016	Granjas de Bots y Trolls	Durante las elecciones de 2016, en Estados Unidos, medios internacionales reportaron la existencia de granjas de troll y bots, manejadas por adolescentes en la ex república de Yugoslavia, en el que se descubrió más de 100 sitios web pro-Trump.
2016	Wikileaks	El 22 de julio de 2016, el mundo despertó con la noticia de que Wikileaks, había publicado documentos confidenciales de los diversos gobiernos, liberando 19, 252, correos electrónicos internos del partido demócrata de los E.U.A. Filtrando nombres, direcciones electrónicas etc. (Illades, 2018, p. 27).
2016	Era Trump	La victoria de Trump en 2016 de las elecciones presidenciales en Estados Unidos y el uso de la desinformación en las redes sociales y la venta de información proveniente de los perfiles de redes sociales a través de Cambridge Analítica.

2016	Posverdad	La palabra posverdad, fue nombrada como palabra del año en 2016, por el diccionario Oxford la cual hace referencia al fenómeno que se produce cuando los hechos objetivos tienen menos influencia en definir la opinión pública que los que apelan a la emoción y a las creencias personales.
2016	Facebook y noticias falsas	En 2016, Facebook anuncia que creará mecanismos para detectar "noticias falsas", después de que Facebook fue acusado de facilitar la difusión de la desinformación en las elecciones en Estados Unidos, proponiendo colaborar con los verificadores.
2017	Brexit	La manipulación de información del electorado en 2017, la cual influyó drásticamente en la decisión tomada sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea.
2017	Deepfakes	Algoritmos Deepfake, normalmente requieren una gran cantidad de datos de imagen y video para crear imágenes fotorrealistas. Las deepfake, se usaron para intercambiar caras de celebridades o políticos a cuerpos en imágenes y videos. El primer video de deepfake, surgió en 2017, donde la cara de una celebridad fue cambiada a la de un actor porno. Los métodos deepfake, son una amenaza para la seguridad mundial cuando son empleados para crear videos de líderes mundiales con discursos falsos con fines de falsificación (Nguyen, et.al., 2019, p. 1).
2018	Cambridge Analytica	En marzo de 2018 se destapa el escándalo de la empresa especializada en perfiles psicológicos, y mensajes políticos focalizados, compañía que utilizó datos de los perfiles de Facebook, para crear mensajes, propaganda y desinformación para dirigirlos a las audiencias específicas y manipular la decisión.
2020	COVID-19 (Infodemia)	El 22 de febrero del 2020, La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su informe número 13, hace público el surgimiento de un fenómeno relacionado con los flujos de información. Denominándolo INFODEMIA, el cual define de la siguiente manera: Masiva y excesiva abundancia de información precisa y otra no, que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables

		cuando la necesitan. (World Health Organization, 2020).
--	--	---

Fuente: Elaborada por el autor con fuentes previamente citadas.

La desinformación y las noticias falsas en internet tienen un largo recorrido que ha quedado demostrado en el cuadro anterior. Una de sus primeras manifestaciones fueron los virus cibernéticos, que a través de mecanismos como mensajes engañosos, inducen a los internautas incautos a la infección de sus equipos de cómputo y archivos.

Durante la década de los años 80, la Universidad de Boston, inició la impartición de cátedras relacionadas con los sistemas de falsificación de noticias falsas, los cuales pretendían evidenciar los mecanismos utilizados para la elaboración de noticias falsas.

Para la década de los años 90, con el origen de la web comercial se desarrollaron estrategias de marketing para generar un mayor tráfico en las páginas y sitios web. Los clickbaits o ciberanzuelos, son el resultado de dichas estrategias, los cuales hasta la fecha, se siguen utilizando como ganchos publicitarios con encabezados sensacionalistas y engañosos que incitan al clic.

Durante el recorrido de acontecimientos, se identificó el uso de bots o algoritmos, como los principales detonadores de desinformación y contenidos falsos en la red durante el período de elecciones presidenciales de 2016, en los Estados Unidos.

Asimismo se pueden señalar acontecimientos como Wikileaks, en el cual se filtró información clasificada como confidencial y en donde se exponen datos y conversaciones personales, violentando los límites, de la privacidad y la libertad de expresión. Es importante aclarar, que este elemento también pertenece al fenómeno de la desinformación.

Una campaña de sobreinformación con noticias veraces sobre un asunto puntual, puede desestabilizar el ecosistema de la opinión pública. Un ejemplo sería la proliferación de webs ocultas bajo el anonimato. Las cuales están basadas en sucesos reales. Sin embargo, la descontextualización y la sobreexposición de estas

noticias persigue un objetivo político: trasladar a la opinión pública a campañas maliciosas de desinformación basada en noticias reales (Lesaca, 2019).

Concordando con la idea de Lesaca, también esto se asocia, con otro de los fenómenos que se encuentra dentro de la recopilación de acontecimientos presentados en el cuadro 3, la posverdad la cual se refiere a la poca relevancia que tienen los hechos objetivos y en donde sobresale el uso de discursos que aluden a las creencias y las emociones.

2.2. Posverdad, hechos alternativos y aspectos complementarios de la desinformación en internet

El ecosistema digital, está compuesto por una gran variedad de usuarios, con distintos ideales, opiniones y pensamientos. Lo cual propicia un ejercicio plural dentro del espacio público, en donde se pueden verter opiniones basadas en información y otras con base en poco conocimiento sobre los temas y los hechos. *“Las redes sociales y la mentira juegan con ventaja frente a las afirmaciones verdaderas porque a menudo reafirman aquello que creemos o deseamos creer” (Borreguero, 2018).* Es decir, nuestras creencias tienen un peso importante al momento de enfrentarnos a una mentira y también en el momento en que decidimos compartir algún contenido en la red.

Lo anterior se encuentra en relación con la posverdad, un fenómeno que ha debilitado el proceso democrático en la escena política de los Estados Unidos. Diversos medios de comunicación publicaron notas sobre el impacto de la posverdad como un fenómeno surgido en 2016, que ha escalado la escena política y que poco a poco ha logrado posicionarse en otros ámbitos a tal grado que el diccionario Oxford decidió nombrarla como la palabra del año. La posverdad no es un término de reciente creación, se tiene registro de que:

En su versión inglesa (post-truth) el término se utilizó por primera vez en 1992, en el contexto de unas reflexiones críticas sobre célebres escándalos de las presidenciales de Nixon y Reagan, y alcanzó su cenit en 2016, cuando coincidiendo con el Brexit y la victoria de Trump, el Diccionario de Oxford lo consagró como palabra del año (McIntyre, 2018).

El término posverdad, poco a poco ha circulado por diversas, publicaciones, discursos, conferencias etc. lo cual ha permitido que este término se normalice cada vez más en el vocabulario que utilizamos día a día.

No fue hasta 2016 cuando el Oxford, en la búsqueda de su “palabra del año”, detectó un incremento del 2.000% en el uso del término posverdad vinculado a la candidatura de Donald Trump y el referéndum del Brexit. Según Casper Grathwohl, director de Oxford Dictionaries (una división de Oxford University Press), “posverdad” se ha convertido en “una de las palabras que definen nuestro tiempo” (Capilla, 2019, p. 2).

Para abordar las definiciones de posverdad, se dará inicio con la que provee el propio Diccionario Oxford, el cual la asocia “a lo relativo a circunstancias en las que personas responden más a los sentimientos y creencias que a los hechos” (Oxford Learner’s Dictionaries, 2020).

La definición del Diccionario Oxford, alude a las creencias y los sentimientos como factores que los sujetos priorizan al momento de sumir un hecho como auténtico o real. Por lo tanto, los sentimientos y las creencias se encuentran por encima de la propia razón y la verdad, afectando gravemente la toma de decisiones, si estas son tomadas con base en información falsa o engañosa. Siguiendo con las definiciones la posverdad es concebida como:

Una forma de dominación política que busca convertir los datos, los hechos y las evidencias en algo irrelevante. Y una forma muy efectiva de hacerlo es despojar de legitimidad a quien produce esos datos, hechos, opiniones técnicas y evidencia, porque sin ellos el ciudadano queda a expensas de lo que el gobernante le diga en que creer y en que no creer (Espino, 2019).

En la aportación que hace Espino con respecto a la posverdad, se mencionan piezas importantes como la dominación política, la cual es un factor presente en los sistemas sociales. Esta definición también destaca la desacreditación de datos, hechos, evidencias e instituciones que los producen, lo cual propicia un ambiente subjetivo en donde se pone en duda la verdad y se ponderan las creencias y las emociones.

La posverdad de acuerdo a las definiciones revisadas, tiene elementos distintivos que la diferencia de otros fenómenos relacionados con la desinformación, para ello es importante conocer las condiciones que desencadenan cada una de las características presentadas a continuación (*Cuadro 5*).

Cuadro 5. Características de la Posverdad

Condiciones	Características
Sentimientos y Emociones	La primera se basa en que las emociones y las creencias personales (Podríamos denominarlo fe en un sentido amplio). Que predominan sobre los hechos objetivos, en la configuración de la opinión pública.
Manipulación interesada del objeto	La segunda la posverdad, no se trata solo de la manipulación interesada del objeto (El canal y los contenidos comunicativos). Sino que se persigue anidar en las convicciones irracionales (La fe, la emoción y las creencias). De los sujetos destinatarios (Corpus social).
Contexto Tecnológico	La tercera, el fenómeno prospera con indudable éxito, al contexto tecnológico actual de la comunicación, en el que el todos nos hemos convertido, simultáneamente en emisor y el receptor, constituido en redes y comunidades en el que los mensajes son replicados, hasta la extenuación en intervalos de tiempo muy breves, en los que los contenidos se consumen de manera inmediata, de igual modo como pierde su vigencia caduca casi todo de forma instantánea.

<p>Inmediatez de los Mensajes</p>	<p>En cuarto lugar, la misma simultaneidad y la inmediatez del replicado de mensajes, impide contrarrestar la veracidad del mismo, lo que contribuye a mezclar informaciones veraces, con otras que no lo son para terminar diseñando, lo que la nueva extrema derecha denomina verdad alternativa, alter ego de la posverdad.</p>

Fuentes: MOLES PLAZA, R. J. (2017). *"Doblepensar lo negro blanco: propuesta metodológica para el análisis de la posverdad"*. Barcelona. En: *Tiempo devorado: revista de historia actual*. v.4, n.1. pp. 116-145.

La caracterización realizada por Moles, destaca varios puntos relevantes que permiten profundizar en características específicas de la posverdad y de las cuales se destacan las siguientes:

- En primer lugar, el aspecto personal que apela a elementos arraigados al sujeto, como lo puede ser el sistema de creencias y valores, los cuales pueden manipularse y condicionar la manera en que este asimila un hecho o acontecimiento, para influir directamente en su toma de decisiones.
- En segundo lugar, se encuentra el aspecto tecnológico, el cual se asocia a la inmediatez con la que puede replicarse un elemento en la red y como este a su vez, se convierte en una cámara de eco que replica el mensaje para tener un mayor alcance. Adicionalmente el aspecto tecnológico, también facilita de alguna manera que los contenidos se vuelvan obsoletos rápidamente, gracias a la exponente circulación de información por la web, lo cual afecta el proceso de cotejo de fuentes de información, sobre un asunto o hecho determinado.

Tomando como referentes las aportaciones de los autores anteriores, se puede asumir que la posverdad, es un fenómeno que se manifiesta a través de la distorsión de la información, de los datos, de los hechos y los discursos, facilitando la manipulación de emociones y creencias personales con el objetivo de minimizar y oscurecer la verdad.

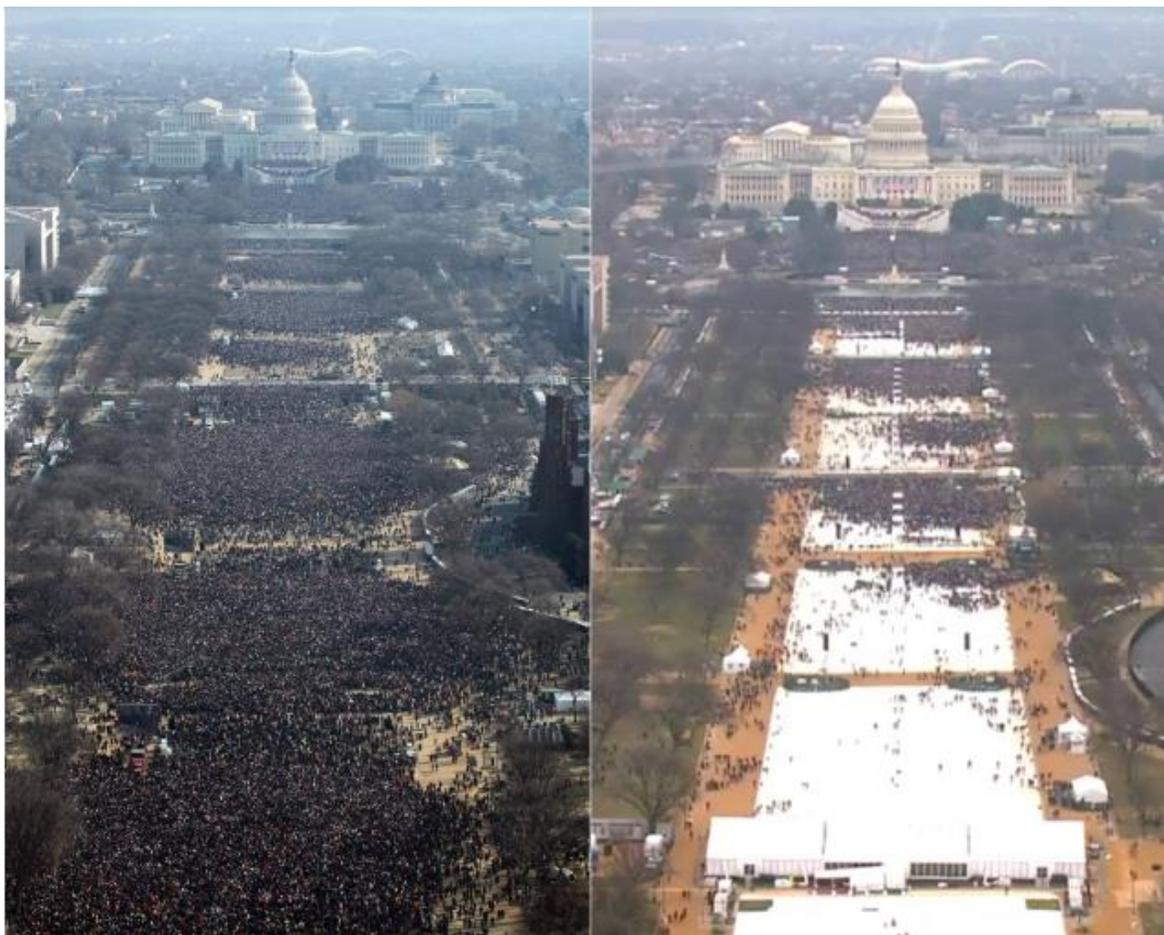
Otro de los fenómenos que han coronado el gobierno de Donald Trump, además de la posverdad fueron los denominados hechos alternativos, los cuales han marcado una lucha deliberada en contra de los medios de comunicación, ya que como bien lo menciona Moles Plaza, los hechos alternativos, son el alter ego de la posverdad.

La toma de protesta de Donald Trump como presidente de los EUA, sucedió un 20 de enero de 2017, en medio de hechos violentos, protestas y una gran cobertura de los medios de comunicación, los cuales evidenciaron la poca afluencia de simpatizantes en el evento, haciendo comparaciones con la toma de posesión de su antecesor Barack Obama, a lo cual la Casa Blanca a través de Kellyanne Conway, decidieron repudiar las declaraciones hechas por los medios a través de lo que denominaron como hechos alternativos.

Una frase controversial acuñada por la asistente de la Casa Blanca, Conway utilizó la frase para defender al entonces secretario de prensa de Trump. Sean Spicer, acusado de tergiversar el tamaño de la audiencia que presenció la ceremonia de inauguración de Trump. Spicer afirmó notoriamente que la toma de posesión de Trump atrajo a la audiencia más grande que jamás haya presenciado una toma de posesión presidencial, contradiciendo los informes de noticias que parecían mostrar una gran multitud en la toma de posesión del presidente Barack Obama en 2009. Después de que la prensa acusó a Spicer de hacer declaraciones deliberadamente falsas. Conway dijo que Spicer simplemente estaba dando hechos alternativos (Greene, 2018).

Para ejemplificar lo anterior, se muestra la fotografía que evidenció la versión presentada por los medios de comunicación. La imagen del lado izquierdo pertenece a la toma de protesta de Barack Obama en 2009, y la fotografía de lado derecho, pertenece a la toma de protesta de Donald Trump en 2017 (Figura 4).

Figura 4. Toma de protesta Barack Obama 2009 y Donald Trump 2017.



Fuente. El País. (2017). *“Mucho menos público en la toma de posesión de Donald Trump que en la de Obama”.* (Fotografía).

La fotografía confirma la versión declarada por los medios de comunicación, en la cual se desmiente lo que afirmaban Spicer y Conway, con respecto a la toma de posesión del presidente Donald Trump y que alude a los denominados hechos alternativos, los cuales pueden ser entendidos como *“declaraciones sobre cuestiones políticas clave que contradicen directa o indirectamente hechos reales”* (Barrera, 2020, p. 1).

La idea destaca que los hechos alternativos son un elemento utilizado en el ámbito político, específicamente por los ideales populistas, para contrariar y negar la cruda realidad.

Por otra parte, los hechos alternativos, también pueden ser concebidos como *“la opinión que no va más allá de los hechos, pero que se podrían ofrecer hechos alternativos y la cuestión de que hechos se eligen es arbitraria, porque los hechos también son una cuestión de opinión”* (Palonen, 2018, p. 124).

De acuerdo a lo anterior los hechos alternativos se pueden asumir como una postura o respuesta ante una situación, en donde los sujetos tienen la libertad de aceptar un hecho o no. Existen otras visiones que cuestionan la existencia de los hechos alternativos.

No hay hechos alternativos sino voluntad de imponer ciertas percepciones de hechos, a costa de los hechos objetivos. En la práctica suponen bien, una vuelta a una comprensión precientífica del mundo, o bien, la voluntad política de extender los desórdenes informativos como cinismo ideológico (Del Fresno García, 2019, p. 8).

La idea apunta a que los hechos alternativos no existen y que son una manera de sometimiento y dominación de los sujetos a apreciaciones particulares, en donde se aprovechan los sesgos cognitivos, para inducir de manera intencionada el procesamiento de desinformación.

De acuerdo con los autores anteriores, los hechos alternativos pueden entenderse como un arma política utilizada para desviar la atención de los hechos verídicos, en donde se da paso a la alteración y descontextualización de un hecho real, a través de afirmaciones falsas que tratan de legitimarse ante la opinión pública.

La verdad y la falsedad fueron elementos presentes en las definiciones anteriores, lo cual permite identificar que hay unanimidad en las percepciones de los autores. Adicionalmente sobresale el aspecto político de dominación y poder como una forma de control de las masas, a través de la imposición de puntos de vista particulares sobre algún hecho. Retomando a Del Fresno García, los fenómenos presentados, se encuentran agrupados dentro de los desórdenes informativos en donde:

Han tenido como factores de aceleración el conocimiento y uso intencional de los sesgos cognitivos, tanto de forma individual como colectiva, ya que son parte de nuestra herencia como especie. Uno de los sesgos más asociados a los desórdenes informativos es el sesgo de confirmación debido al cual los sujetos eligen alternativas contra las evidencias a causa de la presión social, la necesidad de conformidad social y pertenencia a un grupo de referencia ejerce también una poderosa fuerza a la hora de percibir, explicar y comportarse en la vida cotidiana donde, de nuevo, la tecnología post Internet ha facilitado la creación de burbujas informativas, cámaras de eco y silos de información (Del Fresno García, 2019, p. 6).

La posverdad y los hechos alternativos pueden ser vistos desde una perspectiva de eclosión, la cual da paso al surgimiento de otros fenómenos encaminados a distorsionar la realidad e inducir al engaño. Los fenómenos complementarios de la desinformación, hacen referencia a todas aquellas manifestaciones que surgen a partir de la desinformación en internet, las cuales se han diversificado gracias a situaciones y contextos específicos (Cuadro 6).

Cuadro 6. Fenómenos complementarios de la desinformación en internet

FENÓMENO	DESCRIPCIÓN
<p style="text-align: center;">Infoxicación</p>	<p>En 1996, Alfons Cornella, físico y especialista en gestión de recursos de información fue quien acuñó el término infoxicación para identificar las sobrecargas de información localizadas en la red de internet y transmitidas a un usuario, este término se formó de la relación entre las palabras información e infoxicación, dando como resultado el término Infoxicación (Ramos Alejandro, 2017, p. 5).</p>
<p style="text-align: center;">Infobesidad</p>	<p>El término infobesidad fue acuñado por James Morris, decano de la Facultad de Ciencias de la Computación, de la Universidad de Carnegie Mellon, es un término que combina las palabras información con obesidad. Dicho término se refiere a la sobrecarga de información</p>

	<p>causada por una abundancia excesiva de información. Esta analogía se utiliza para comparar el consumo de información abundante y de poca calidad (Awuor, Kawanya, y Nyambok, p. 278).</p>
<p>Antibiblioteca</p>	<p>La IFLA ha incluido una expresión denominada la antibiblioteca, término que queda registrado en el IFLA Trend Report 2017 Update, como: Enormes, bancos virtuales que aparentemente autuan como autoridades de Información que puede desaparecer y aparecer con facilidad en el entorno digital, No contiene nada más que falsedades, callejones sin salida y desaliento; su propósito no es educar, sino engañar (Schroeder, 2017, p. 7).</p>
<p>Infodemia</p>	<p>La infodemia tal es su nombre oficial del inglés Infodemic, es un término que se utiliza para referirse a la sobreabundancia informativa falsa y a su rápida propagación entre las personas y los medios. El término fue utilizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) (Universidad Nacional de Cuyo, 2020). El término Infodemia también es utilizado para describir los peligros de los fenómenos de desinformación durante brotes de virus, ya que podría acelerar el proceso epidémico a través de la difusión de información errónea, o falsa en las redes sociales (Cinelli, et. al. 2020, p. 2).</p>

Fuente: elaborada por el autor con fuentes previamente citadas en cada sección

Se debe contemplar que en el caso de la infoxicación e Infobesidad, hay un concepto general que las agrupa llamado sobrecarga informativa, un término nada nuevo, ya que se tiene registro de lo siguiente:

Desde la década de 1970, el término sobrecarga de información, ha capturado la ansiedad de sociedad sobre el crecimiento en la producción de información que tiene consecuencias potencialmente malas para las personas mientras luchan para

hacer frente a flujos aparentemente constantes de mensajes e imágenes (Horrigan, J. B. 2016, p. 2).

La definición anterior denota que la sobrecarga informativa, es un fenómeno que deja en evidencia la excesiva producción de información en distintos formatos que pueden ir desde las imágenes, memes, los blogs, las redes sociales, los chats, los correos electrónicos, etc. Dentro de esta sobrecarga informativa surgen dos términos los cuales suelen asociarse como términos sinónimos.

- La infoxicación se vincula con la sobrecarga de información en internet, que son compartidas a los usuarios como bombardeos de información.
- La infobesidad es entendida como una sobrecarga de información donde se combina información de calidad y poco relevante.

Los fenómenos previamente abordados, pueden ser un canal que lleva a la desinformación puesto que la saturación de información, supone una mayor labor para distinguir entre la información verídica y la información falsa.

Por otra parte la antibiblioteca, supone una visión distópica que refleja la facilidad con que se puede suplantar y contaminar el ecosistema digital con contenidos falsos, a través de su rápida proliferación y acceso. Dejando en evidencia la importancia de las bibliotecas y el uso de las tecnologías para reivindicar el acceso a contenidos digitales y sobre todo a información verídica y de calidad.

Siguiendo la línea de los términos complementarios de la desinformación en internet, el más reciente es la denominada Infodemia, la cual nace a raíz de la pandemia de la COVID-19, ya que dicha pandemia ha desatado un sinnúmero de mitos y realidades que desencadenan en desinformación. Prueba de ello se sucinta desde el brote en Wuhan China.

El 30 de diciembre de 2019, Li envió un mensaje a sus colegas en un chat, en el que les advirtió del brote y les recomendó usar ropa protectora para evitar contagiarse. Li no sabía en aquel entonces que lo que acababa de identificar era un coronavirus completamente nuevo. Cuatro días más tarde recibió la visita de funcionarios de la Oficina de Seguridad Pública, quienes le dijeron que firmara una

carta. En ella lo acusaban de hacer comentarios falsos, que había perturbado el orden social (Hegarty, S. 2020).

Como se puede observar, el gobierno Chino tiene un duro proceder ante hechos que involucren la alteración del orden público a través de la difusión de rumores y noticias falsas. Es importante considerar que la legislación y las políticas Chinas son severas porque se aproximan a la censura y atentan contra la libertad de expresión. Otro de los elementos que se detectan en lo que menciona Hegarty, es que desde el origen de la COVID-19 en Wuhan, los rumores y la desinformación en torno a su contagio y su existencia ha persistido.

La OMS, reconoce la existencia de un problema relacionado con los flujos de información generados en internet y las redes sociales, el cual denomina como Infodemia, y que puede ser comprendida como una combinación de información verídica, información errónea e información falsa, difundidas en el ecosistema digital, en el que fácilmente pueden filtrarse sin ser percibidas, por la inmediatez con la que circulan en las redes, creando confusión y pánico colectivo entre los receptores.

Como se puede visualizar, la desinformación suele disfrazarse a través de diversas manifestaciones como las ya expuestas con anterioridad, las cuales cada vez son más sofisticadas y difíciles de identificar. El problema real es cuando son identificados, pero no existen los mecanismos legales suficientes que permitan sancionar este tipo de acciones. Por ello es importante analizar algunas políticas gestadas para contribuir en el combate de la desinformación en los espacios digitales.

2.3 Políticas de información generadas como consecuencia de la desinformación en internet

La desinformación ha tenido repercusiones en la escena política, como uno de sus principales elementos detonadores como ya lo hemos visto anteriormente, pero por otro lado la política y la legislación, son una alternativa que ha facilitado la

generación de mecanismos legales que permiten regular el fenómeno de la desinformación en el ecosistema digital.

Con el pasar del tiempo, han surgido esfuerzos provenientes desde distintos frentes, a través de diversos manifiestos, legislaciones, y acciones desde organizaciones gubernamentales, empresas, colectivos y asociaciones, para exhortar y exponer ante la opinión pública la gravedad de la desinformación en internet y sus diversas manifestaciones (*Cuadro 7*).

Cuadro 7. Políticas, manifiestos o declaraciones relacionadas con la desinformación en internet

Año	Organismo que proclama	Política, manifiesto o declaración	Acciones
2016	Facebook. Inc.	Facebook y noticias falsas	En 2016, Facebook anuncia la creación de mecanismos para detectar "noticias falsas", después de que Facebook fue acusado de facilitar la difusión de la desinformación en las elecciones en Estados Unidos. Proponiendo colaborar con los verificadores.
2017	Organización de las Naciones Unidas (ONU) Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE)	Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Noticias Falsas (Fake News) Desinformación y Propaganda).	A principios de 2017, la ONU y otras organizaciones, realizan una declaración para manifestar su preocupación por la propagación de desinformación y la violación al derecho a la información, así mismo es señalada como una amenaza para los procesos democráticos.
2017	El Bundestag (Órgano Federal Supremo)	Ley de mejora de la aplicación de la legislación en las redes sociales en Alemania	Ley aprobada en 2017, la cual obliga a las plataformas digitales a eliminar el contenido ilegal, ofensivo, delictivo, fake news en 24 horas y las somete a un duro régimen sancionador.

	Legislativo de Alemania)		
2018	Consejo Superior del Sector Audiovisual	Ley contra las fake news en los periodos electorales	Francia, a través de la ley ordena el cierre de señales distribuidas por las redes y “controladas por Estados extranjeros o bajo la influencia de esos Estados” si se entiende que “difunden de manera deliberada informaciones falsas destinadas a alterar la confianza en el escrutinio.
2018	Servicio de Comunicación Gubernamental del Reino Unido	Unidad de Respuesta Rápida (RRU) del Gobierno del Reino Unido.	El Gobierno del Reino Unido, creó en 2018 una Unidad de Respuesta Rápida (Rapid Response Unit) para atajar las acciones de desinformación (Government Communication Service, 2018) en colaboración con la Media Monitoring Unit de Downing Street.
2018	Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)	Declaración de la IFLA sobre Noticias las Falsas	En agosto de 2018, La Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA). Propone una serie de recomendaciones para contrarrestar las noticias falsas, recomendaciones hechas para el sector bibliotecario y los gobiernos.
2019	Senado de los Estados Unidos de América	Propuesta de Ley sobre la Responsabilidad Algorítmica	La ley, busca lo siguiente: Intenta obligar a que los grandes monopolios tecnológicos controlen sus productos de inteligencia artificial, para evitar la discriminación y la desinformación. El mayor problema sigue siendo que solo unos pocos políticos entienden de verdad la tecnología y sus posibles consecuencias negativas (Hao, K. 2019).

2020	Senador Pedro Santa Cruz	Propuesta de Ley en contra de la propagación de noticias falsas	El 18 de marzo de 2020, se presentó ante al congreso uruguayo, la propuesta de ley contra las noticias falsa. El que difundiere dolosa o culposamente, por cualquier medio, información falsa que genere pánico en la población, vinculada a la alerta epidemiológica o declaratoria de emergencia sanitaria será castigado con multa (Sequera, Buzarquis, M. 2020).
2020	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Perú	Reforma al código penal	El 13 de abril de 2020, se aprueba una reforma al Código Penal Peruano, específicamente a los artículos 315, en el que tipifica como delito grave la perturbación de la tranquilidad pública y también hace una modificación al artículo 438, sobre falsedad genérica y penas privativas de 3 a 6 años por alteración del orden público.
2020	Organización de las Naciones Unidas (ONU) Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) Organización de Estados Americanos (OEA)	Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Elecciones en la Era Digital	A finales del mes de abril de 2020, la ONU y otras organizaciones, estipularon la Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Elecciones en la Era Digital. En el marco de la celebración del Día Mundial de la Libertad de Prensa. Manifiesta que los estados deben proveer el establecimiento de marcos regulatorios que promuevan la libertad en los medios de comunicación tradicionales como digitales. Con el objetivo de ofrecer información amplia, plural, precisa y confiable sobre partidos políticos, candidatos y el proceso electoral en su totalidad.

Fuente: *Elaborada por el autor*

Son evidentes los esfuerzos relacionados con políticas, manifiestos, declaraciones y algunas otras acciones, encaminadas a combatir la desinformación en internet. Dentro de los esfuerzos señalados, se ha incluido una propuesta proveniente desde el ámbito bibliotecario, el cual es un indicador de que las bibliotecas son un agente importante para prevenir la desinformación entre la sociedad.

En el cuadro 5, se puede identificar que, la Unión Europea es quien ha tomado la delantera en el establecimiento de mecanismos legales contra la desinformación, a través de un esfuerzo regional, que ha congregado grupos de trabajo entre expertos, sobre el tema de desinformación y fake news logrando lo siguiente:

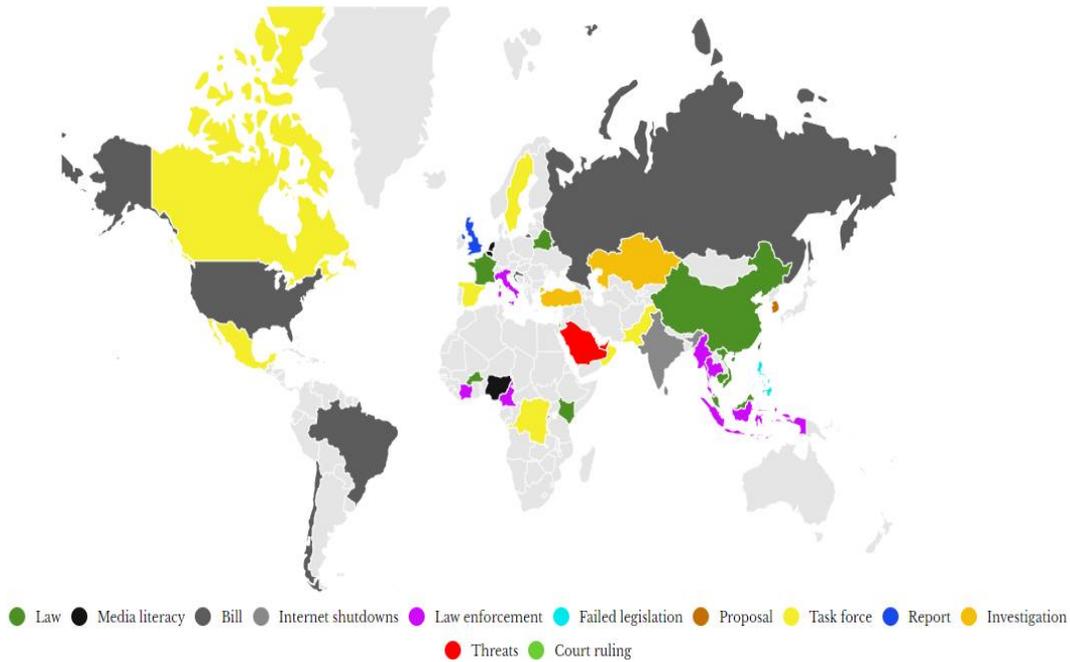
Diseñar un informe para revisar las mejores prácticas a la luz de los principios fundamentales y las respuestas adecuadas derivadas de dichos principios. El informe parte de una comprensión compartida de la desinformación como un fenómeno que va mucho más allá del término noticias falsas. La desinformación como se define en este informe, incluye todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa, diseñada, presentada y promovida para causar daño público intencionalmente con fines de lucro. En donde señalan el evitar claramente cualquier forma de censura, ya sea pública o privada (European Union, 2018, p. 5).

Es importante rescatar del informe, la recopilación que presenta de diversas acciones tomadas por los gobiernos con respecto a la desinformación y sus manifestaciones. Otro de los puntos relevantes tocado en dicho informe, es reconocer que el término noticias falsas limita el fenómeno, por lo cual acuñen como un término general o global el uso de desinformación. Adicionalmente hacen hincapié que algo importante dentro de la generación de estrategias o mecanismos legales, se debe contemplar el no caer en la censura, el respetar la libertad de expresión, la libertad de opinión, la libertad de los medios de comunicación y el propio derecho a la información.

Como se puede observar en el punto 2.1 específicamente en el apartado de antecedentes, la mayoría de los países de la Unión Europea, han legislado y decretado políticas, para combatir la desinformación en los entornos digitales, pero no son los únicos alrededor del mundo.

El siguiente mapa permite conocer las estrategias que se están creando al rededor del mundo, para frenar la desinformación en internet, en donde se hará énfasis solo en el aspecto de la legislación (Figura 5).

Figura 5. Medidas optadas por los gobiernos contra la desinformación en internet



Fuente: Funke, D. (2020). "A guide to anti-misinformation actions around the world". Mapa.

Como se puede observar en el mapa, la variedad de estrategias y medidas gestadas desde el gobierno, no se limitan solo a las leyes y las políticas, sino que estas van de la mano con otras medidas y se pueden observar distintos frentes que se relacionan con: campañas de alfabetización mediática, desconectado de internet, trabajo gubernamental, arrestos, proyectos, propuestas de ley, plataformas de verificación, grupos de trabajo entre expertos, informes parlamentarios, amenazas gubernamentales, grupos de ciberseguridad, creación de bases de datos públicas con los portales de noticias falsas, portales de información en línea entre otros.

Pero en este punto nos enfocaremos a realizar un análisis comparativo entre dos legislaciones, la cual puede ser entendida como: Conjunto o cuerpo de leyes por las cuales se gobierna un estado, o una materia determinada (Real Academia Española, 2014). Las legislaciones analizadas, pertenecen a Alemania, Francia dos

de los países de la Unión Europea que han creado legislaciones, los cuales serán comparadas mediante el diseño de una matriz de evaluación que se presenta en el (Cuadro 8).

Cuadro 8. Análisis de Políticas contra la desinformación en internet

Elementos	Legislación 1	Legislación 2
País	Alemania	Francia
Título de ley	Ley de mejora de la aplicación de la ley en las redes sociales Además de realizar una reforma a la Ley de Telemedia.	Ley n. 2018-1202 del 22 de diciembre de 2018 relativa a la lucha contra la manipulación de información. Modificación de la Ley del 30 de septiembre de 1986 relacionada con la libertad de comunicación.
Año de decreto	Primero de octubre 2017	Veintiuno de marzo 2018
Enlace	https://www.bmiv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf	https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=75D7115591474F771E1CB432BEC03B23.tplqfr44s_?cidTexte=JORFTEXT000037847559&categorieLien=id#JORFARTI000037847565
Autoridad de aplicación	El Bundestaq (Órgano Federal Supremo Legislativo de Alemania)	Consejo Superior del Sector Audiovisual
Objetivo de la ley	Esta Ley se aplicará a los proveedores de servicios de telecomunicaciones que, con fines de lucro, operen plataformas de Internet que están diseñadas para permitir a los usuarios compartir cualquier problema con otros usuarios o poner dicho contenido a disposición del público (redes sociales). Plataformas que ofrecen contenido periodístico o editorial, cuya responsabilidad recae en el proveedor de servicios en sí, no constituirá redes sociales en el sentido de esta Ley. Lo mismo se aplicará a las plataformas que están diseñadas para permitir la comunicación individual. o la difusión de contenido específico.	Para poder frustrar cualquier operación de desestabilización que pueda ocurrir durante los próximos plazos electorales, se prevén tres ejes de reforma: - Por un lado, las nuevas herramientas permitirán combatir mejor la difusión de información falsa durante el período electoral. Estos son, durante los períodos preelectorales y electorales (es decir, desde la fecha de publicación del decreto que convoca a los votantes): - Aguas arriba, imponer mayores obligaciones de transparencia en las plataformas para permitir, por un lado, a las autoridades públicas detectar posibles campañas de desestabilización de las instituciones mediante la difusión de información falsa y, por otro, Usuarios de Internet para conocer en particular al anunciante de contenido patrocinado. - Aguas abajo, para permitir que se tome una decisión judicial con prontitud para detener su difusión

Conceptos fundamentales	No establece	No establece
Ambito de aplicación	<p>1) Esta Ley se aplicará a los proveedores de servicios de telecomunicaciones que, con fines de lucro plantea, operen plataformas de Internet que estén diseñadas para permitir a los usuarios compartir cualquier problema tienda con otros usuarios o poner dicho contenido a disposición del público (redes sociales). Plataformas que ofrecen contenido periodístico o editorial, cuya responsabilidad recae en el proveedor de servicios en sí, no constituirá redes sociales en el sentido de esta Ley. Lo mismo se aplicará a las plataformas que están diseñadas para permitir la comunicación individual o la difusión de contenido específico.</p> <p>2) El proveedor de una red social estará exento de las obligaciones estipuladas en secciones 2 y 3 si la red social tiene menos de dos millones de usuarios registrados en el República Federal de Alemania.</p> <p>3) El contenido ilegal será contenido en el sentido del inciso (1) que cumple llena los requisitos de los delitos descritos en las secciones 86, 86a, 89a, 91, 100a, 111, 126, 129 a 129b, 130, 131, 140, 166, 184b en relación con 184d, 185 a 187, 241 o 269 del Código Penal y que no está justificado</p>	<p>En vista del interés asociado a la lucha contra la difusión de información falsa, se impondrán obligaciones de transparencia relativamente amplias en las plataformas (redes sociales, motores de búsqueda, plataformas de intercambio de contenido, portales de información), etc.), cuyos servicios son utilizados de manera masiva y sofisticada por aquellos que desean propagar información falsa, sin socavar desproporcionadamente la libertad de comercio e industria.</p>

Tipo de política obligatoria o voluntaria	Política obligatoria	Política obligatoria
Sanciones	Sí establece una sección denominada disposiciones sobre multas regulatorias	Sí establece sanciones

Fuente: elaborada por el autor.

En el cuadro anterior se hace un comparativo entre las dos únicas leyes generadas por países pertenecientes a la Unión Europea. Más adelante se justificará por qué no se analizaron otras legislaciones. Pero siguiendo con el caso de las leyes promulgadas por Alemania y Francia.

Alemania “Ley de mejora de la aplicación de la ley en las redes sociales”, el país Germánico tomó la delantera, con la promulgación de esta ley, luego de los acontecimientos de las elecciones presidenciales en Estados Unidos. La ley básicamente tiene un alcance en su aplicación a los proveedores de servicios de internet, los proveedores de plataformas y redes sociales. Con más de 2 millones de usuarios, cabe mencionar que dentro de la tipología anterior, no entran páginas web, medios de noticias digitales, ni redes personales como Whatsapp, Correo Electrónico y LinkedIn etc.

El enfoque de la ley es combatir las noticias falsas y los discursos de odio en las plataformas. Uno de los puntos relevantes a considerar en la ley, es que estipula que se puede proceder, al bloqueo de contenidos, que son retirados y posteriormente almacenados como pruebas. Los contenidos bloqueados se dividen en 2 grupos, El grupo 1, se tipifica como “Usurpación del orden público y estatal” en el que destacan los siguientes elementos 1) Contenido propagandístico de organizaciones anticonstitucionales. 2) Notas que propaguen actos de violencia, como homicidios, secuestros etc. 3) Publicaciones que insinúen llamados a ataques discriminatorios contra grupos específicos, así como la distribución de pornografía infantil: el grupo dos, se tipifica como “Violación de los derechos de un individuo”, y los contenidos bloqueados tienen que ver con crímenes contra las personas, como difamaciones, injurias, violación de la privacidad etc.

Las plataformas que reciban más de 100 reclamaciones por contenidos indebidos están obligadas a enviar un informe detallado al gobierno, el cual será publicado en el periódico oficial y en las páginas de redes sociales oficiales del gobierno, como una medida de transparencia en el actuar y proceder de los proveedores de contenidos de la red.

La Ley también establece mecanismos de sanciones o multas que van desde el bloqueo o eliminación de contenidos, si no se entregan los informes. Adicionalmente se integran sanciones económicas. Es relevante mencionar que la ley alemana ha servido como modelo para la elaboración de propuestas de ley en *“países como Rusia, Singapur o Filipinas quienes han tomado la ley alemana como un ejemplo positivo para proponer el desarrollo de una legislación para eliminar el contenido ilegal en línea”* (Magallón Rosa, 2019, p. 335).

En el caso de Francia y la “Ley relativa a la lucha contra la manipulación de información”, promulgada el 23 de diciembre de 2018. El alcance de esta ley hace referencia a combatir la desinformación y la manipulación de información que circula por las plataformas digitales, específicamente durante los periodos de campañas electorales.

La Ley aplica tres meses antes de la elección. Los jueces tienen la facultad de analizar si la información, se está propagando de forma artificial o automatizada. Otra de las facultades que tienen los jueces, es detener la difusión de información, siempre y cuando sea inexacta o de naturaleza engañosa.

La plataforma de redes sociales como Facebook y Twitter, se someten a procesos de transparencia, específicamente en los casos de distribución de contenidos como promocionales, anuncios y campañas publicitarias. Para hacer transparente este proceso, se requiere de un representante legal establecido en Francia y de revelar los algoritmos utilizados, mostrando así el uso de bots en las campañas. Las sanciones o multas establecidas en la Ley francesa son de carácter económico.

Como se puede percibir las leyes tanto en Alemania como en Francia, tienen enfoques distintos. Por su parte Alemania promulga una ley más genérica, con

alcances más amplios, para combatir la desinformación y los discursos de odio en las plataformas. Por su lado Francia es más específica en el período de aplicación, ya que se acota a períodos de elecciones, además de que busca erradicar las campañas de desinformación, por medio de transparentar el financiamiento de las campañas, adicionalmente pretende detectar el espionaje y propiciar elecciones libres, democráticas y justas.

La preocupación genérica en la promulgación de leyes y políticas, sobre el control y combate a la desinformación en internet, es el no violentar la libertad de expresión y el derecho a la información. Porque existen ejemplos en países que generan regímenes, basados en la censura y el control extremo de los flujos de información en la red, casos específicos se encuentran China y Malasia, esta última a través de *“la cámara baja del parlamento, aprobó la ley que prohíbe las noticias falsas la primera medida de este tipo en el mundo. Se espera que la propuesta permita hasta 6 años de prisión por publicar o distribuir información engaños” (Beech, 2018).*

Las políticas generadas para combatir la desinformación en internet, pueden ser un arma de doble filo, por una parte pretenden generar mecanismos que frenen la propagación de rumores y desinformación, tratando de convertirse en una especie de árbitros de la verdad, pero por otro lado pueden ser usadas como armas de control y censura.

El fenómeno de la desinformación tiene un amplio campo, por lo que es necesario realizar una radiografía sobre dicho fenómeno, la cual permita identificar los actores involucrados, las tecnologías de la información utilizada, y las manifestaciones que adquieren en los medios digitales, elementos que serán analizados en el siguiente capítulo.

Capítulo 3

El ecosistema de la desinformación en internet: Una radiografía de su estructura

Capítulo 3. El ecosistema de la desinformación en internet: Una radiografía de su estructura.

“La libertad de opinión es una farsa, si no se garantiza la información objetiva y no se aceptan los hechos mismos”
(Arendt, H.)

Introducción

Internet en la actualidad es el espacio en el cual confluye la mayor cantidad de información y datos producidos a nivel global. Internet ha permitido una evolución en la forma de comunicación a través de la interconectividad, dando origen a un nuevo espacio de interacción entre los usuarios, en el que se trasladan las estructuras sociales a un ambiente tecnológico.

El campo de estudio de internet y su configuración es de carácter interdisciplinario, lo cual facilita su análisis desde distintas ópticas, pero para fines de este apartado internet se analizará desde un enfoque sociotécnico.

En este nuevo contexto la relación cultura y tecnología adquiere una nueva dimensión. No sólo se abre la puerta al análisis del influjo que ciertos factores culturales pueden ejercer en la dirección y las características del desarrollo tecnológico, sino que la realidad social puede analizarse desde el punto de vista de la cultura tecnológica, entendida como el conjunto de entramados sociotécnicos en que vivimos (Aibar, 2008, p. 12).

Partiendo de lo dicho por Aibar Eduard, es notoria la ponderación de los aspectos culturales y tecnológicos, permiten referir a internet como un área en la que se da una interacción entre las personas y las tecnologías, bajo un mismo espacio digital. La vertiente sociotécnica, facilita las relaciones entre los diversos agentes y actores, por medio de la tecnología y el lenguaje artificial con el objetivo de hacer efectivos los flujos de información. Por lo tanto, internet puede ser entendido como un gran ecosistema que implica la generación de estructuras colaborativas para su gestión, desarrollo y evolución.

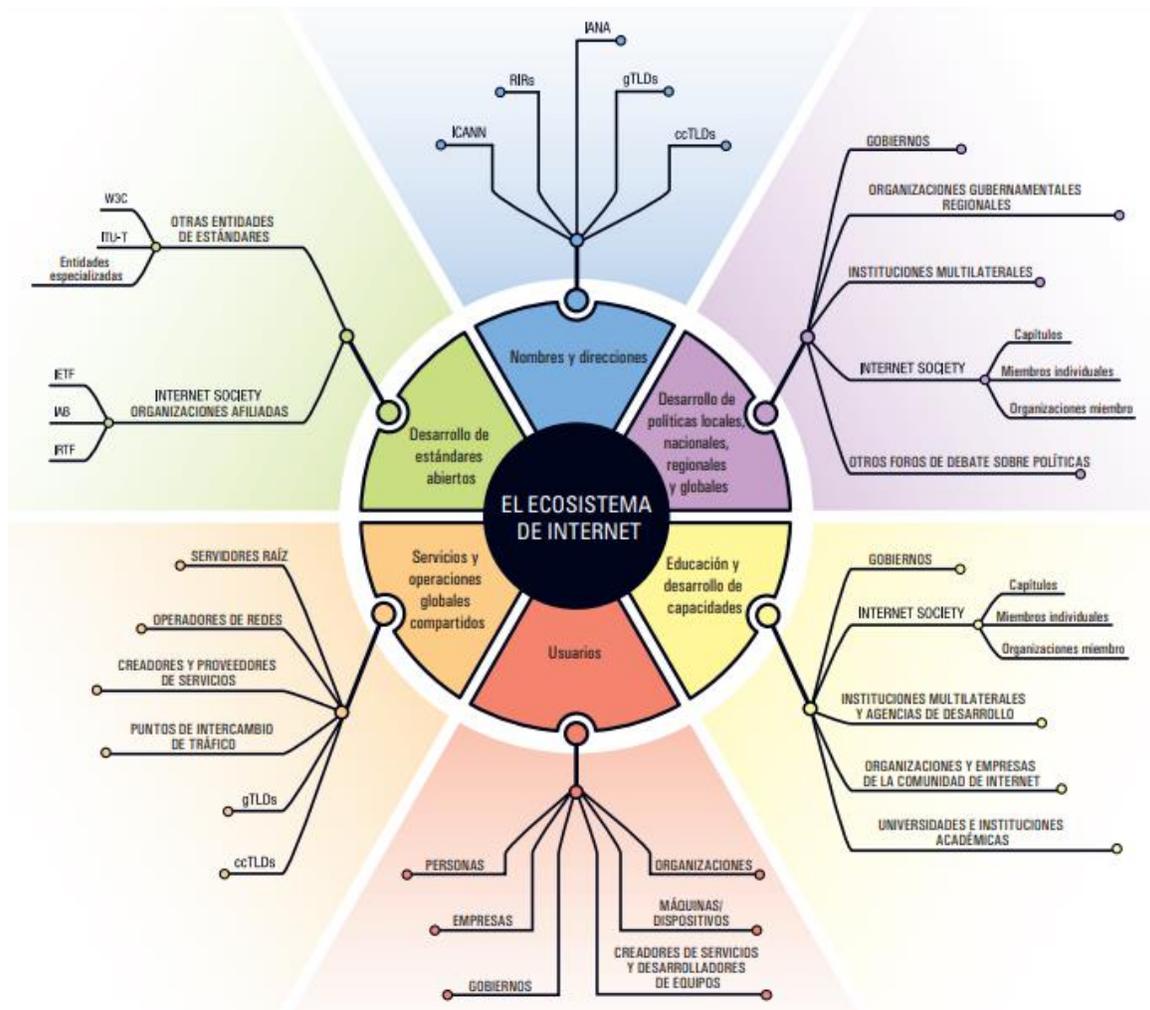
Desde una concepción general el término ecosistema fue acuñado por “Tansley en 1935 como el complejo de organismos junto con factores físico de su medio ambiente en un lugar determinado, y propuesto además como una de las unidades básicas de la naturaleza” (Armenteras, et al. 2016, p. 83).

Partiendo del enfoque de ecosistema, se ha podido adaptar esta estructura a internet, con el fin de representar e identificar los factores físicos y digitales que intervienen en el, así como también los actores y agentes presentes en el espacio digital, tal y como se describe a continuación:

Ecosistema de internet es el término utilizado para describir las organizaciones y comunidades que han evolucionado orgánicamente para guiar el funcionamiento y desarrollo de las tecnologías e infraestructura que comprende el internet global. Estas organizaciones comparten valores comunes y un compromiso compartido con el desarrollo abierto de internet. El término ecosistema de internet implica una evolución darwiniana centrada en la rápida y desarrollo continuo y adopción de tecnología de internet y que se caracteriza por la participación de una amplia gama de actores; procesos abiertos, transparentes y colaborativos: y el uso de productos e infraestructura con propiedad y control dispersos (Internet Society, 2014, p. 6).

En concordancia con lo anterior, internet no solo involucra la tecnología, la infraestructura o el tráfico de datos y los flujos de información. Internet también es un espacio que se materializa por medio de las relaciones sociales y la cooperación, entre actores, agentes e intermediarios, como se visualiza en la (Figura 6).

Figura 6. El ecosistema de internet



Fuente: Internet Society. (2016). "El ecosistema de internet".

Haciendo referencia a la figura 6, internet es un espacio que integra distintos actores que coaccionan entre sí, gracias a valores que permiten crear una identidad que guían el proceder de cada una de las comunidades y organizaciones que lo componen. Con el fin de proteger los intereses de cada una de las partes interesadas que se congregan en dicho ecosistema.

Es importante entender que dentro del ecosistema de internet, se han ido desarrollando a la par otro ecosistema, uno vinculado con la desinformación, en el cual:

El desarrollo tecnológico resulta un importante factor en este ecosistema: el perfeccionamiento de los algoritmos, la innovación en las estrategias de clickbait o mecanismos de fact checking constituyen aspectos que dan forma a este ecosistema (Hernández Pérez, 2018, p. 207).

Bajo una visión ecosistémica, como la que describe Hernández Pérez, se puede construir un instrumento metodológico que facilite el análisis del fenómeno de la desinformación en la red, a través de la identificación y descripción de los actores y su relación con el uso y manipulación de los flujos de información, por medio del uso malintencionado de las tecnologías de información y comunicación.

3.1 Actores del ecosistema de la desinformación en internet

El culto alrededor de internet, ha permitido que poco a poco una tecnología, concebida en primer plano, para la transmisión de información, desarrollará una vertiente que ha potencializado, las prácticas sociales tanto individuales como colectivas.

El ecosistema de la desinformación en internet, ha atraído a diversos grupos de interés, los cuales pueden ser identificados como actores dentro de las estructuras sociales, por lo tanto desde la teoría de actores sociales, estos pueden ser definidos como:

Un individuo, una red de sociabilidad, un grupo, un colectivo o una sociedad, todos estos tipos se imbrican: un individuo puede actuar en función de su especificidad idiosincrática, pero también como representante de diversos grupos o de su sociedad (Giménez, 2006, p.146).

La expresión anterior permite mencionar que los actores suelen ser identificados o caracterizados como un individuo, un grupo o colectivo que representan y que responde a intereses y valores particulares, destacando su posición dentro de las estructuras sociales. Siguiendo con el tema de los actores sociales, también pueden definirse como:

Un ser humano es un agente intencional, cuyas acciones y actividades obedecen a razones y que, por lo tanto, los actores controlan reflexivamente su conducta, que

igualmente se acompaña de una racionalización inmanente. Así pues, los actores registran no sólo su acción, sino la de otros inmersos en un contexto, es decir, a los aspectos sociales y físicos en los que se mueven (Giddens, 2003).

La definición de Giddens, hace uso indistinto de los términos agente y actor, los cuales son seres humanos que actúan y ejercen acciones que por ende tienen consecuencias y responden a estructuras y contextos que pueden limitar o no dichas acciones. Por otro lado, los actores pueden definirse desde una visión enfocada, a los colectivos y para ello se hace referencia a la siguiente definición:

Un actor (colectivo) es aquella entidad cuyos miembros están integrados en torno a similares o al menos convergentes intereses, percepciones y creencias con respecto a un problema que cuenta con cierto grado de organización y recursos y con mecanismos para la resolución de conflictos internos que tienen los medios y la capacidad de decidir o actuar intencionadamente y estratégicamente para la consecución de un objetivo común (García Sánchez, 2006, p. 206).

Desde la óptica de García Sánchez, el actor es un colectivo en el que se comparte un contexto y una cosmovisión similar, lo que permite establecer un marco de acción para la resolución de conflictos entre los actores, permitiendo el establecimiento de acuerdos para lograr un objetivo en común.

Por lo tanto se puede decir que los actores son individuos o colectivos que representan intereses y adquieren poderes, para perseguir un objetivo en común, lo cual permite que se organicen y traten de cambiar su entorno, una situación o una circunstancia, respondiendo a intereses sociales, económicos y políticos que se alinean a estructuras y que les permiten ejercer poder en un contexto específico.

En el ecosistema de la desinformación los actores son elementos que se encuentran en constante evolución y no son estáticos, sus funciones o intereses cambian, debido a la propia naturaleza de internet, lo cual hace que estos puedan tener diferentes roles y funciones.

3.1.1 Usuarios de Internet

Internet se ha convertido en una importante herramienta de acceso a información, pero también en un importante eslabón para la comunicación e interacción social. Ha dado paso a nuevos modelos de relaciones individuales y colectivas en los espacios y plataformas digitales. “Sin embargo, Internet es una tecnología, la cual no es libre ni gratuita en su totalidad” (Hernández Pérez, 2015, p.80).

Para entender el impacto de internet en los usuarios, basta con revisar y conocer el uso de internet a nivel mundial y para ello, se hace revisión de los datos que proporciona el *Internet World Stats* (Cuadro 9).

Cuadro 9. Estadísticas mundiales de uso y población de internet: estimaciones para el segundo trimestre de 2020

ESTADÍSTICAS MUNDIALES DE USO Y POBLACIÓN DE INTERNET Estimaciones para el segundo trimestre de 2020						
Regiones del mundo	Población (2020 Est.)	Población % del mundo	Usuarios de Internet 30 de junio de 2020	Tasa de penetración (% Pop.)	Crecimiento 2000-2020	Internet World%
África	1.340.598.447	17,2%	566,138,772	42,2%	12,441%	11,7%
Asia	4,294,516,659	55,1%	2,525,033,874	58,8%	2,109%	52,2%
Europa	834,995,197	10,7%	727,848,547	87,2%	592%	15,1%
América Latina / Caribe	654,287,232	8,4%	467,817,332	71,5%	2,489%	9,7%
medio este	260,991,690	3,3%	184,856,813	70,8%	5,527%	3,8%
Norteamérica	368,869,647	4,7%	332,908,868	90,3%	208%	6,9%
Oceanía / Australia	42,690,838	0,5%	28,917,600	67,7%	279%	0,6%
TOTAL MUNDIAL	7.796.949.710	100,0%	4.833.521.806	62,0%	1,239%	100,0%

Fuente: Internet World Stats. (2020). “Estadísticas mundiales de uso y población de internet: Estimaciones para el segundo trimestre de 2020”.

En los datos auspiciados por el Internet World Stats, se logra identificar, el porcentaje de usuarios de internet en la región de Asia que es la que tiene mayor número de usuarios conectados a internet. Es importante mencionar que en Asia, aunque en la tabla no se desglosa de manera específica, hay un apartado que permite señalar que el país asiático con mayor representación en el uso de internet, es China, ya que el número de usuarios registrados en aquel país, hasta el 31 de mayo de 2020, asciende a 854, 000,000 usuarios, lo cual representa un porcentaje de 37,1% del total de usuarios del continente asiático. También es importante rescatar el número total de usuarios de internet a nivel mundial, hasta el 30 de junio

de 2020, asciende a un total de 4, 833, 521,806 de internautas interconectados bajo el cobijo de la web.

Los datos anteriormente presentados pueden demostrar el nivel de penetración de internet en el mundo y en la vida de los seres humanos. La conformación individual y colectiva de usuarios al margen del desarrollo de internet es relevante, ya que facilitan la creación y edición entre otras acciones que procuran el libre acceso a la información.

Es importante indicar que hay una gran variedad de usuarios de internet y por ende es complejo realizar una categorización específica que pueda albergar a todos, pero si se pueden identificar algunos, como los que a continuación se describen en el (Cuadro 10) los cuales se relacionan con el enfoque de la investigación.

Cuadro 10. Usuarios de internet

Concepto	Definición
Ciberciudadano o ciudadano digital.	Grupo de personas o comunidades de ciudadanos, que participan de algunas formas de apropiación social de las tecnologías de la información y comunicación, con fines políticos.
Cibernauta	Personas que participan del llamado ciberespacio mediante entornos que inducen a la acción o que pueden dar lugar a acciones simultáneas.
Cracker	Modificar un programa para obtener beneficios. Normalmente se basa en quitar pantallas introductorias, protecciones o, como en unas modificaciones de cierto programa de comunicaciones, conseguir nuevas contraseñas de acceso a sistemas, registrar un shareware o programa, etc.
Hacker	Son expertos en programas, ordenadores y sistemas de redes, siendo personajes benignos en la red, a diferencia del <i>Cracker</i> . En ocasiones son personas autodidactas a las que les apasiona la informática y hacen todo lo posible para aprender. A menudo, cuando consiguen acceder a un sistema, avisan a la

	empresa responsable y les explica como lo hizo, los hackers actúan de manera ética y responsable en busca de la mejora de los sistemas informáticos.
Influencer	Se utiliza para denominar a quienes han ganado popularidad gracias a los entornos digitales, que se dedican a transmitir sus conocimientos en las redes sociales desde su visión particular. Como herramientas de marketing, son capaces de marcar tendencia e influir en las decisiones de consumo de sus seguidores, y ser un apoyo en la promoción de una determinada marca.
Internauta	Palabra compuesta por el término internet y la voz grecolatina nauta, con el fin de denominar al de navegante por Internet. Se refiere a los usuarios que desde sus computadores operan y navegan por las redes del ciberespacio.
Lurker	En inglés conocido como mirón o fisgón. Persona que lee mensajes publicados en foros o grupos de noticias, pero no responde, ni participa en ningún grupo.
Pirata de Internet	Los piratas llamados " <i>cracker</i> " pretenden ser "revienta sistemas" que se dedican a destruir o aprovecharse de lo que otros han construido. "cracker", en inglés, significa intruso. Su delito es equivalente al allanamiento de morada.

Fuente: FERRADA CUBILLOS, M. (2013). "Términos de uso frecuente de en la web social glosario". En: Serie Bibliotecología y gestión de información. n.81.

Al referirse como actores o usuarios dentro de este apartado, se hace énfasis a los términos generales para abordarlos. La evolución de los términos anteriormente resumidos en el (cuadro 10) se debe a la propia dinámica y evolución de la web. Ya que ha tenido cambios constantes que permiten identificar características específicas que se vinculan con los roles que asumen los usuarios o actores de internet. A continuación, se mencionan las formas en que interactuaban los usuarios en cada una de las etapas de la web.

- *Web 1.0, se afirma que en la primera etapa de la red, la publicación en sus páginas y sitios era "pasiva", significando esto que su contenido era estático en el tiempo,*

con esporádicas o ninguna actualización, y con usuarios que eran lectores básicamente sujetos pasivos que o leían la información o la publicaban, sin que existieran demasiadas posibilidades para que se generara interacción.

- *Web 2.0, los wikis introdujo una cierta interactividad en el uso de los sitios web que fue creciendo cada vez más, hasta marcar una diferencia notoria con la etapa anterior, de ahí la afirmación de que una de las principales características y diferencias con ésta es la “interactividad” de la web 2.0 y, por tanto, la gran cantidad de contenidos generados por los propios usuarios. Por lo mismo, se dice también que la web 2.0 tiene como distintivo ser colaborativa, participativa o colectiva (Voutssás Márquez, 2015, p. 75).*
- *Web 3.0, o también denominada web semántica, W3C está ayudando a construir una pila de tecnología para soportar una "Web de datos", el objetivo final de la Web de datos es permitir que las computadoras realicen un trabajo más útil y desarrollar sistemas que admitan interacciones confiables a través de la red. El término "Web Semántica" se refiere a la visión del W3C de la Web de datos vinculados. Las tecnologías web semánticas permiten a las personas crear almacenes de datos en la Web, crear vocabularios y escribir reglas para manejar datos. Los datos vinculados están potenciados por tecnologías como RDF, SPARQL, OWL y SKOS (W3C, 2015).*

La evolución en la web permite reconocer, el indiscutible aporte de los usuarios en su evolución. Pasar de una web estática con poca o nula interacción y dar pasó a una web totalmente dinámica, colaborativa y multidireccional en donde además de hacer aportes relacionados con el acceso a la información, se da cabida a una variante negativa, relacionada con la manipulación de los flujos de información y la desinformación.

3.1.2 Las Corporaciones

Hoy en día cuando se aborda el tema de las corporaciones en internet², las primeras que salen a relucir son *Google, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Apple, Amazon, Netflix* entre otras corporaciones trasnacionales.

² Con corporaciones de internet, se hace referencia a las empresas y organizaciones que han montados sus servicios, productos, innovaciones y tecnologías en la web.

Varias de las corporaciones anteriormente mencionadas, se encuentran establecidas en *Silicon Valley*, un espacio geográfico estratégico a nivel mundial, gracias a que en ese punto surge, la mayoría de la producción e innovación tecnológica mundial. Adicionalmente se puede decir que las corporaciones ya mencionadas, tiene gran influencia en el ecosistema de internet.

En toda la historia, la innovación tecnológica ha permitido a las sociedades humanas mejorar sus condiciones de vida. Pero cuando el control de estas tecnologías se concentra en pocas manos, ellas se suelen convertir en herramientas para controlar a la sociedad misma, consolidando el dominio de determinados grupos de poder. Es particularmente el caso cuando se trata de tecnologías aptas para la organización social a gran escala, como sucede con las tecnologías digitales. En manos de la ciudadanía o de sistemas públicos bajo control democrático, podrían traer grandes beneficios; pero la tendencia dominante es a la privatización (Burch, 2016).

Burch hace énfasis en el progreso y en la mejora de la calidad de vida gracias a la innovación y las tecnologías producidas por las corporaciones, organizaciones y empresas. Pero a su vez alertan de la dualidad que pueden generar las innovaciones tecnológicas, si estas son utilizadas con intenciones gestadas por los grupos de poder que suelen privatizarlas. Esto se da gracias a que muchas de las creaciones tecnológicas y de innovación, alcanzan un dominio o enajenación considerable en la sociedad.

El impacto que tiene las creaciones tecnológicas en la sociedad y en diversos aspectos, se ha adjudicado a que la tecnología tiene una importante influencia, en el rumbo de nuestras vidas, donde se les ha señalado como el principal motor de cambio social que dirige el rumbo de nuestra historia. A esto se le conoce como determinismo tecnológico.

Básicamente se considera que el desarrollo tecnológico condiciona más que cualquier otro aspecto el cambio y la estructura sociales. En otros términos, las innovaciones tecnológicas a lo largo de la historia han afectado, según este punto de vista, todos los ámbitos sociales: la cultura, la economía, la política etc. (Aguar, 2002, p. 34).

De lo anterior se destaca que el determinismo tecnológico es resultado de la Sociedad de la Información, en donde la tecnología asume un rol destacable para el progreso de la humanidad y dando cabida a la convergencia tecnológica y el posicionamiento de las corporaciones y empresas.

Autores como McLuhan (1992), de Kerckhove (1995) y Negroponte (1995), defienden tal postura desde la más radiante de sus concepciones. Para ellos, la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en prácticamente cualquier proceso, es sinónimo de productividad y por ende, de progreso. Esta concepción ha adquirido un valor simbólico tan importante, que suele ser retomada de forma totalmente acrítica por muchos sectores de la sociedad (Pérez Salazar, 2006, p. 3).

Para constatar el nivel de penetración de las corporaciones y empresas, basta con conocer el uso que los usuarios e internautas hacen de sus productos y servicios. Para ello se presenta la siguiente información que hace referencia a todo lo que puede pasar en internet durante un minuto (*Figura 7*).

Figura 7. Lo que sucede en un minuto en internet

2020 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Fuente: LEWIS, L. (2020). "Infographic: whats happens in an internet minute 2020".

Retomando los datos que nos proporciona la *figura 6*, es un estudio de social media que se realiza anualmente. Para conocer cómo diversas empresas se han posicionado en la red. Estas empresas o corporaciones proveen de diversos servicios. En la figura se pueden identificar algunas plataformas de mensajes instantáneos como *Messenger*, *WhatsApp* y otras plataformas de redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *SnapChat*. También muestra el número de transacción en compras online, el tráfico de correos electrónicos y arrojar datos relacionados con el uso de plataformas de *Streaming* como *Netflix* y otro dato no menos importante las búsquedas que pueden realizarse en motores de búsqueda como *Google*. El estudio fue publicado el 10 de marzo de 2020, permitiendo conocer la injerencia de las corporaciones y el poderío que alcanzan.

Es importante destacar que el posicionamiento de las corporaciones, organizaciones y empresas, se debe a los tratados políticos y comerciales que se firman y pactan entre naciones, en donde las políticas se alinean y armonizan. Un

ejemplo de ello es el reciente *Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, mejor conocido como (T-MEC)*. En el que existe un apartado específico en el Capítulo 19, sobre comercio digital en el que se abordan elementos en el que se encuentran inmersas, las corporaciones, organizaciones y empresas que brindan productos o servicio digitales.

3.1.3 Las instituciones y los Gobiernos

El mundo y sus estructuras sociales, están fuertemente vinculadas a sus instituciones, ya que estas juegan un papel importante que le permiten generar una base organizativa y un sistema de comunicación entre el gobierno y la sociedad que va desde un nivel local, regional e internacional.

Las instituciones al igual que el espectro social, se trasladan al ecosistema de internet y permiten establecer normas y reglas, en coordinación con los gobiernos para delimitar responsabilidades y sistematizar esfuerzos, generando la operación y desarrollo de las tecnologías y las infraestructuras necesarias.

Para ello es necesario definir institución y reconocer su relevancia en el ecosistema de internet. *La institución es el conjunto de reglas alrededor de las cuales los individuos han encontrado compromisos explícitos que les permiten estabilizar sus relaciones (Pesqueux, Y., 2009).*

Con la definición de Pesqueux, se puede decir que las instituciones permiten la regulación y armonización de los actores dentro del ecosistema de internet, a través de valores de orden y equilibrio social. Las instituciones no funcionan por si solas y requieren de una alianza directa con el gobierno, un elemento que no es ajeno al internet, el cual ha estado inmerso desde sus orígenes, poniendo a su disposición sus instituciones, tales como las universidades, los centros de investigación entre otros.

El gobierno tiene un estrecho vínculo con las instituciones, ya que a través de estas ejercen un poder que les permite actuar como un instrumento que facilita la obtención de determinados resultados o efectos, a través de mandatos, políticas y normas.

El poder político equivale a la capacidad que se tiene de incidir en la regulación de un conflicto y para ello el gobierno y sus instituciones se encargan de ejercerlo, tal y como se percibe en la siguiente definición:

El gobierno es un conjunto de órganos a los que institucionalmente les está confiado el ejercicio del poder político. Al ser una parte del Estado, se diferencia de las instituciones estatales que llevan la organización política de la sociedad (régimen político), en que tiene la tarea de manifestar la orientación política del Estado, imponer reglas de conducta y tomar decisiones consensuadas (SIL)

Hilando lo anterior, se puede decir que el gobierno permite el actuar y proceder de las instituciones, delimitando las funciones que faciliten la toma de decisiones. Por lo tanto Internet es un agente libre en el que diversos actores y agentes actúan de manera no centralizada, refiriendo a que no dependiente de un solo organismo para la toma de decisiones, porque existen distintas partes interesadas.

Internet ha optado por incorporar la llamada Gobernanza de Internet como una estructura que permite la armonización de los actores y agentes a través de *“no tiene poder de decisión, pero sí tiene autoridad para fomentar opiniones, sugerir mejores prácticas, dar forma a las discusiones e influir sobre las políticas de Internet a nivel nacional, regional e internacional”* (Internet Society, 2016).

Lo anterior denota el aspecto libre, plural y democrático que se ha promovido de internet. También refleja el consenso entre las partes interesadas para llegar a acuerdos. Adicionalmente pone a discusión la armonización que debe existir en las políticas que se gestan en distintos niveles.

La Gobernanza de Internet es el desarrollo y aplicación por Gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, en sus roles, principios compartidos, normas, reglas, procesos de toma de decisión y programas, que modelan la evolución y el uso de Internet (Téllez Valdés, 2016, p. 319).

Internet requiere de la unión y de coaliciones, entre las instituciones y los gobiernos, para regular y sistematizar el actuar de los distintos actores, tal y como se hace con los intermediarios.

3.1.4 Los Intermediarios

La visión de internet es cada vez más compleja, porque suelen tejer relaciones entre organismos, estratos sociales corporaciones e intermediarios, estos últimos tienen un rol muy específico para la comunicación dentro de la estructura de la red, tal y como se aprecia a continuación:

Toda la comunicación en internet es facilitada por intermediarios como proveedores de acceso a internet, redes sociales y motores de búsqueda. Las políticas que rigen la responsabilidad legal de los intermediarios por el contenido de estas comunicaciones, tienen un impacto en los derechos de los usuarios, incluida la libertad de expresión, la libertad de asociación y el derecho a la privacidad (Principios de Manila, 2015)

Se entiende que la función principal de los intermediarios, es brindar acceso a los diversos servicios que las corporaciones y empresas brindan a los usuarios de internet. Adicionalmente se puede decir que a través de las legislaciones y políticas implementadas por los gobiernos, se asegura el actuar de los intermediarios, garantizando una serie de libertades, en beneficio de los usuarios y los diversos actores de internet, por medio de la neutralidad de contenidos en la red. Por otro lado, autores como Millaleo Hernández, definen a los intermediarios de internet como:

Las empresas que facilitan las infraestructuras y aplicaciones para el funcionamiento de cada una de las capas. El rol normativo que cumplen, en el enfoque original de la autorregulación, era ejercido de una manera espontánea, con diversas formas de consulta con los pocos usuarios que tenía la red en sus momentos iniciales. Con el paso del tiempo este enfoque de regulación espontánea será superado por la realidad de la expansión de nuevas formas de control sin consentimiento de los usuarios (Millaleo Hernández, 2015, p. 39).

Siguiendo con la idea de Millaleo Hernández, los intermediarios se encuentran vinculados en la conformación de la arquitectura de internet, la cual se encuentra construida en capas, en la que se incorporan redes, protocolos entre otros aspectos que permiten, el adecuado actuar de los proveedores e intermediarios tal y como se muestra a continuación (Figura 8).

Figura 8. Las capas de internet



FUENTE: LEYVA B., G. E., URQUIJO MORALES, S. A. (2016). "Concentración en internet: Un asunto de capas". Observatorio Latinoamericano de regulación de medios y convergencia.

De acuerdo con las siete capas que mencionan Leyva y Urquijo, facilitan la representación de manera gráfica para entender su estructura, sus procesos, operaciones e interacciones que existen entre estas y que elementos las conforman.

Siguiendo con el análisis de las definiciones, los intermediarios de internet, también son conocidos como proveedores de servicios de internet tal y como se menciona a continuación:

Los intermediarios de internet, que es un término amplio que comprende a las empresas de alojamiento de páginas, los proveedores del servicio de Internet (PSI), los motores de búsqueda y las plataformas de medios sociales, desempeñan una función vital para que la gente pueda acceder al internet y transmitir contenidos de terceros (Article 19, 2013).

En la definición proporcionada por Article 19, es notorio que los intermediarios se encuentran ubicados en Capa 01 – Proveedores de servicios y contenidos, porque los categoriza dentro de motores de búsqueda, las plataformas de redes sociales,

ya que estas permiten el alojamiento y conexión a la red, el acceso a información y a la circulación de contenidos por la web. Otra de las definiciones a analizar sobre los intermediarios de internet, es la siguiente:

La conducta en Internet es regulada cada vez más mediante intermediarios de conexión, como los Proveedores de Servicio de Internet; intermediarios de información, como los motores de búsqueda; e intermediarios financieros, como tarjetas de crédito y PayPal, entre otros (Meléndez Juarbe, 2012, p. 108).

La definición anterior coincide con la proporcionada por Article 19, de igual forma categoriza a los intermediarios en intermediarios de información haciendo referencia a los motores de búsqueda, intermediarios de conexión para los proveedores de servicios de internet y por último los intermediarios financieros. Con las definiciones anteriores se pueden identificar los siguientes enfoques:

- Millaleo Hernández: Hace énfasis en la incidencia que tienen los intermediarios dentro de la arquitectura de capas que tiene internet.
- Article 19: Se enfoca a preciar que son empresas que facilitan servicios de acceso a terceros. Dichos servicios se enfocan al alojamiento de páginas web, los motores de búsqueda y los medios sociales.
- Meléndez Juarbe: coincide en la categorización de los intermediarios tal y como lo hace Article 19 con la diferencia que él precisa mencionándolos como en: intermediarios de información, intermediarios de conexión y los intermediarios financieros.

Con la información proporcionada por los autores anteriores y los enfoques que presentan, se pueden precisar que los intermediarios son organizaciones y empresas que se encuentran dentro de la arquitectura de internet y que suelen actuar como terceros en las transacciones relacionadas con el hospedaje de servicios web, indexación de información y contenidos. Los intermediarios suelen categorizarse como intermediarios de información, intermediarios de conexión y los intermediarios financieros, los cuales están regulados por marcos jurídicos y normativos que faciliten su proceder.

Los intermediarios juegan un papel complejo dentro del ecosistema de internet, porque son mediadores que deben garantizar el acceso a la información y esto desprende o detona otros derechos como la libertad de expresión, el derecho a la privacidad y el derecho a ser informados. Con el objetivo principal de no caer en problemas relacionados con la manipulación, el sesgo, el espionaje y la censura. Facilitando la neutralidad y la pluralidad de la información y los contenidos entre los internautas y usuarios de la red.

Las asociaciones civiles relacionadas con la defensa de internet, se han preocupado por garantizar y generar un equilibrio en las prácticas de los intermediarios y han delimitado de forma consensuada cuales son las responsabilidades que les competen y han quedado plasmadas en documentos como “*Los principios de Manila sobre la responsabilidad de los intermediarios*”, los cuales especifican lo siguiente:

- *Los intermediarios deben estar protegidos por ley de la responsabilidad por contenidos de terceros.*
- *No puede requerirse la restricción de contenidos sin una orden de una autoridad judicial.*
- *Las peticiones de restricción de contenidos deben ser claras, inequívocas, y respetar el debido proceso.*
- *Las leyes, órdenes y prácticas de restricción de contenidos deben cumplir con los test de necesidad y proporcionalidad.*
- *Las leyes, políticas y prácticas de restricción de contenidos deben respetar el debido proceso.*
- *Las leyes, políticas y prácticas de restricción de contenidos deben incluir transparencia y responsabilidad (rendición de cuentas). (Principios de Manila, 2015)*

Las recomendaciones anteriores permiten precisar los límites y facultades que tienen los intermediarios y entre las cuales se pueden distinguir las siguientes:

- Deslindar y proteger de responsabilidades a los intermediarios, por información que han realizado los usuarios. Tampoco se les puede adjudicar, la responsabilidad de monitorear o vigilar lo que publican los internautas.
- Los intermediarios no tienen la facultad de actuar por si solos, para censurar o eliminar contenidos en la red, para ello debe existir un mandato legal.

- Los intermediarios deben atender o responder las solicitudes que les hagan llegar sobre contenidos ilícitos o maliciosos.

Los elementos regulatorios previos, delimitan el proceder de los intermediarios de internet, facilitando la generación de normas y las especificaciones básicas para la generación de políticas y la armonización de las ya existentes. Promoviendo prácticas responsables en el actuar de los derechos que tienen los usuarios en internet.

Con la información anteriormente presentada, se pueden identificar los actores que se encuentran dentro del ecosistema de internet y su importancia, pero también dio paso a reflexionar y dimensionar la injerencia negativa que pueden ejercer dentro del ecosistema de internet, si no se supervisa su actuar y proceder tal y como se describe en el (*Cuadro 11*).

Cuadro 11. Los actores en el ecosistema de la desinformación

Actores de la desinformación	Acciones
Usuarios	La masividad del acceso a Internet y la diversidad y complejidad del comportamiento de los usuarios han hecho aparecer riesgos y posibilidades de perjuicios muy graves. Estos incrementa por la complejidad técnica. Desde luego el anonimato de muchos usuarios de la red y la naturaleza global de los flujos de información colocan una complejidad adicional a estos riesgos.
Corporaciones	Las corporaciones como desarrolladoras de tecnologías su tendencia se encamina a convertir sus tecnologías en herramientas para controlar a la sociedad misma, consolidando el dominio de determinados grupos de poder. Las actuales tecnologías de vigilancia, con cámaras, sensores, etc., no solo sirven para precautelar la seguridad de un lugar determinado. Al arrojar datos que permiten identificar a las personas (lectura de iris, reconocimiento de caras), o vehículos (lector de placas), otorgan a quienes almacenan estos datos el poder de rastrear los movimientos y el

	<p>comportamiento de las personas. En ausencia de un marco adecuado de protección de derechos, son susceptibles de ser utilizados para otros fines, como la publicidad dirigida (según lo que uno mira en los almacenes), la discriminación (por ejemplo para solicitar un empleo) e incluso el hostigamiento o el chantaje. (Burch, S. 2016).</p>
<p>Instituciones y Gobierno</p>	<p>El control de los gobiernos sobre los actores principales de Internet y con ello condicionan que estos últimos incrementen sus actividades de monitoreo y vigilancia de los contenidos y usuarios de sus redes. Con ello se terminan de derribar las concepciones iniciales de la anomia y desorden normativo de la red y nos coloca frente a poderosas arquitecturas de control que se están expandiendo de la mano de políticas criminales basadas en nociones de riesgo. Los gobiernos cambiaron su política hacia los intermediarios, toda vez que ellos representan la vía más sencilla y segura para obtener control sobre las comunicaciones de Internet, sin tener que buscar a los usuarios. De esa manera, los objetivos regulatorios de los gobiernos respecto de la Internet se pueden alcanzar interviniendo en la cadena de intermediaciones, donde aparecen como los eslabones más débiles para fines de vigilancia, control o censura. Si los gobiernos persiguen objetivos políticos o de otra índole, siempre será más rentable y sencillo dirigirse contra los intermediarios tecnológicos, antes que a la masa de usuarios distribuidos y muchas veces anónimos que han aportado los contenidos que disgustan a aquellos.</p>
<p>Intermediarios</p>	<p>Los intermediarios también pueden controlar la demanda de contenidos, por medio de los filtros que se aplican en la relación con sus usuarios. Estos filtros se alimentan de las preferencias pasadas de los usuarios en sus búsquedas de contenidos, proporcionando datos de dichos usuarios que son administrados por los intermediarios. Los datos acerca de los usuarios y su uso de contenidos se recoge de forma continua, siendo usados para el diseño de estrategias de marketing y la promoción de la demanda de contenidos particulares propios del intermediario o de sus socios comerciales, usando filtros que hacen a los usuarios ver en</p>

sus búsquedas los contenidos priorizados en tales estrategias.

FUENTE: MILLALEO HERNÁNDEZ, S., (2015). "Los intermediarios de internet como agentes normativos". En: Revista de derecho (Valdivia). v.28, n.1. pp. 33-54.

En el cuadro anterior se pueden percibir las relaciones de poder que pueden ejercer unos actores sobre otros, también se percibe como algunos agentes, son capaces de ponerse al servicio de particulares y del poder político, para lograr un posicionamiento en la agenda política y con ello potenciar posturas, ideologías, orientar opiniones o ignorar o minimizar las posturas discordantes dentro del ecosistema de internet, tal y como se describe a continuación.

- Usuarios: el factor humano es el principal actor detrás de la desinformación en internet, por distintos objetivos e intereses que se encaminan a ocultar, sesgar o manipular información de manera intencionada. Es importante considerar que mucha de la información y datos que circulan por la web apelan al aspecto emocional, más que al racional. La desinformación está diseñada para manipular los sentimientos del receptor. *"Las personas más jóvenes y más orientadas visualmente son atraídas con memes, caricaturas y videos"* (Aro, 2016, p. 125). Los sistemas de creencias juegan un papel importante en el éxito y el impacto de la desinformación en un individuo porque: involucran cuestiones psicológicas, morales, sociológicas y físicas. *"Las creencias se fundamentan en estados subjetivos del hombre. Las creencias nos sirven para sostener la estabilidad emocional. En la búsqueda de la estabilidad emocional debemos tomar decisiones, luego es la voluntad con todos sus constructos axiológicos y sociales la que debe actuar. La actuación de la voluntad depende del grado de preparación que poseamos para enfrentar las eventualidades"* (Espinoza, 2014, p. 102).
- Corporaciones: suelen ser mecanismos de control a través de sus innovaciones tecnológicas y servicios. *"La ONU menciona que: el actual modelo comercial de las redes sociales más populares se benefician activamente de la información falsa, el racismo y de la intolerancia para hacer negocio"* (ONU, 2020).

- Instituciones y Gobiernos: existe una creciente desconfianza de la autoridad, con respecto a datos e información que difunden, la cual se agudiza y llega a descreditar a gobernantes, políticos, empresarios, instituciones y, también medios de comunicación. Adicionalmente los gobiernos controlan los flujos de información como en los caso de China y Rusia. Quienes también acostumbran a ejercer poder sobre los intermediarios para espiar y conocer las conductas de los usuarios en la web.
- Intermediarios: Desde su postura pueden sesgar los flujos de información y contenidos relacionados con temas específicos, esto puede hacerlo en complicidad con gobiernos, corporaciones y los mismos usuarios de la web, al no ser responsables de los contenidos filtrados por terceros. Además de ser los actores más cercanos a los usuarios gracias la interacción que les permite con los motores de búsqueda, las redes sociales entre otros.

Ahora que tenemos un marco más amplio de acción de los actores o agentes que intervienen en la desinformación, se puede decir que estos cumplen diversos objetivos:

Los motivos para difundir desinformación son muchos e incluyen objetivos políticos, autopromoción y atraer la atención como parte de algún modelo de negocio. Quienes lo hacen, juegan con las emociones, los miedos, los prejuicios y la ignorancia, y afirman aportar significado y certeza a una realidad que es compleja, desafiante y cambia rápidamente (ONU, 2020).

Los actores, no actúan solos, algunos suelen jugar roles como mediadores entre unos actores y otros, dentro del ecosistema de la desinformación y para ello se auxilian o complementan a través de artefactos tecnológicos.

3.2. Tecnologías de la desinformación

El impacto y la influencia que tiene la tecnología en todos los hábitos de nuestra vida son incuestionables, se ha dicho que la tecnología se crea en beneficio de la humanidad, pero pocas veces se cuestiona la dualidad que pueden persuadir.

El propio internet no fue concebido como una tecnología que permitiera el acceso a información, esta fue una funcionalidad secundaria que se descubrió tiempo después. Internet surgió como un proyecto de la defensa de los E.U.A. En donde científicos de UCLA, conectaron dos computadoras usando un cable y vieron cómo los datos fluían de una máquina a la otra. Ese fue el principio de Arpanet, la red militar que es reconocida como la madre de lo que hoy se conoce como Internet.

Se han cuestionado tecnologías como la inteligencia artificial, la biometría facial, los algoritmos y algunos otros que propician la manipulación de los flujos de información a intereses particulares. Los actores han sabido sacar provecho de las tecnologías y adaptarlas a sus intereses particulares, esto puede estar representado desde la perspectiva de Actor-red, en donde:

La Teoría Actor Red, lo social será la relación que se establece entre una serie de elementos heterogéneos. De esta forma la noción de sociedad será sustituida por la de colectivo; éste se compondrá de actantes humanos y no humanos que coexisten con otros colectivos entre los que se dan diferentes mecanismos de relación (García Díaz, 2008 citado por Carrea Moreira, 2012, p. 62).

La teoría actor permite entender a los actores como naturales y sociales y las relaciones colectivas gestadas entre los actores humanos y los no humanos, en donde los actores pueden realizar una mediación técnica, que permite una transformación a través de sus acciones que suelen repercutir en los demás actores, desde una visión social y tecnológica.

El surgimiento de una nueva tecnología y su implementación trae consigo diversas repercusiones que se ven reflejadas en la vida social, política, cultural, económica etc. El mal uso de las tecnologías y de su mediación ha favorecido acciones encaminadas a ciberdelitos, suplantación de identidad, el espionaje, la violación a la privacidad, la interceptación de redes, el filtrado de información y contenidos privados, la censura y la desinformación

El uso de una nueva tecnología también genera miedos y versiones encontradas sobre sus posibles beneficios o efectos secundarios. Uno de estos casos, es la implementación de la cobertura 5G, la cual está rodeada de diversos mitos y

realidades entre los cuales destacan que “*las señales y el espectro radioeléctrico de tecnologías como la 4G y la 5G de los celulares causan o transmiten la Covid-19*” (Martínez, 2020).

Diversas problemáticas de las ya mencionadas, abren camino al análisis y al debate. Algunos autores se han preocupado por conocer el impacto positivo o negativo que traen las tecnologías y para ello se hacen algunos cuestionamientos que permiten profundizar en sus posibles impactos e intencionalidades.

- *Impacto práctico: ¿Para qué sirve? ¿Qué permite hacer que sin ella sería imposible? ¿Qué facilita?*
- *Impacto simbólico: ¿Qué simboliza o representa? ¿Qué connota?*
- *Impacto tecnológico propiamente dicho: ¿Qué objetos o saberes técnicos preexistentes lo hacen posible? ¿Qué reemplaza o deja obsoleto? ¿Qué disminuye o hace menos probable? ¿Qué recupera o revaloriza? ¿Qué obstáculos al desarrollo de otras tecnologías elimina?*
- *Impacto ambiental: ¿El uso de qué recursos aumenta, disminuye o reemplaza? ¿Qué residuos o emanaciones produce? ¿Qué efectos tiene sobre la vida animal y vegetal?*
- *Impacto ético: ¿Qué necesidad humana básica permite satisfacer mejor? ¿Qué deseos genera o potencia? ¿Qué daños reversibles o irreversibles causa? ¿Qué alternativas más beneficiosas existen?*
- *Impacto epistemológico: ¿Qué conocimientos previos cuestiona? ¿Qué nuevos campos de conocimiento abre o potencia? (Solivérez., 2003 citado por Aguilar Gordón, 2011, pp. 154-155).*

Los distintos tipos de impactos presentados, permiten formular cuestionamientos sobre las implicaciones tecnológicas y sus transformaciones. Las tecnologías son efímeras y rápidamente sustituibles por otras, gracias a que cada día salen innovaciones y se vuelven insuficientes en algún punto. Adicionalmente debe quedar entendido que las tecnologías indiscutiblemente tiene aspectos positivos y negativos, en la vida de los individuos y todo depende de las intenciones y los fines con las que sean utilizadas.

En este apartado se pretende agrupar a las tecnologías que pueden utilizarse para desinformar, esto no quiere decir que fueron diseñadas para esos fines, se propone la idea de Tecnologías de la Desinformación porque su uso intensificado, sin moderación, puede afectar a los ciudadanos, ya que la desinformación no solo es información falsa, ha tomado una vertiente que permite la combinación de datos manipulados, hechos y situaciones fuera de contexto, entre otros, los cuales se distribuyen por medio de las tecnologías, en el ecosistema digital, sin que puedan ser detectadas.

3.2.1 Bots

La constate circulación de desinformación y noticias falsas por la red, ha generado incertidumbre sobre la información que consumimos en la web, al cuestionarnos qué es verdad y que es falsedad. El mayor peligro de un acceso ilimitado a información, es que existe el riesgo latente de que las personas la consuman sin generar ningún tipo de cuestionamiento o juicio sobre su origen, las fuentes y la autoridad que las acredite.

El ecosistema digital ha facilitado la incorporación de distintos elementos tecnológicos que facilitan tareas como las de rastreo de información y la generación de notas y respuestas automáticas, tales como las arañas web que se utilizan en los motores de búsqueda de internet, para rastrear información en las bases y arrojarlas a través de un cumulo de resultados.

La incorporación de artefactos tecnológicos como las computadoras, facilitaron la automatización de procesos que podrían parecerse rutinarios y repetitivos, generado aspectos positivos en cuanto al ahorro de tiempos, esfuerzos y movimientos.

La automatización es un aspecto que ha permeado a muchas profesiones y muchos sectores. En las últimas décadas los grandes cambios en los soportes de información, han permitido una sistematización en su procesamiento, análisis y disponibilidad. El campo de los medios de comunicación masiva y de la información,

no han quedado exentas y han hecho uso de la automatización y la aplicación de la inteligencia artificial, en sus procesos como se constata a continuación:

La automatización de noticias es la aplicación de la inteligencia artificial (IA) al newsmaking y supone la identificación de rutinas reiteradas que pueden ser codificadas en algoritmos que generen productos similares a los que se obtienen de esa misma tarea ejecutada por humanos. Esa similitud en los resultados se logra gracias a los generadores de lenguaje natural, es decir, programas capaces de transformar datos computacionales estructurados en lenguaje humano comprensible por la audiencia (Dörr, 2016, p. 4).

Aludiendo a la idea anterior, la aplicación de procesos automatizados y el apoyo de la inteligencia artificial, abrió una ventana en el tratamiento de la información, gracias a la codificación de lenguajes artificiales, dotándolos de estructuras que permitan ser consumidas y consultadas por la sociedad de manera casi inmediata. El uso de los algoritmos ha generado diversos cuestionamientos sobre las malas prácticas en su actuar y proceder.

El debate gira en torno al proceso de elaboración de las bases de datos y los criterios de selección y jerarquía utilizados, pero también se adentra en analizar la capacidad de la inteligencia artificial para llegar a sustituir la parte cognitiva del trabajo periodístico, en la posibilidad de adulteración intencional del proceso para generar noticias falsas y en las decisiones para determinar reglas de construcción del algoritmo (Túñez López, Toural Bran, y Cacheiro Reujeijo, 2018, p. 751).

Apuntando a las ideas de los autores anteriores, los bots pueden utilizarse para la propagación de información falsa y contaminar el ambiente o ecosistema informativo de internet, sembrando dudas y generando incertidumbre. Los bots pueden ser concebidos como:

Los bots convencionales tienen la capacidad de retener información para ser utilizada en otro momento de la plática. Un ejemplo de aplicación de los chats bots se encuentran en sitios web comerciales, en los cuales el bot convencional tiene la función de promocionar productos, ayudar en la navegación al usuario y obtener información del cliente a través de la plática (Valle Rosado, López Martínez, y García García, 2013).

La analogía anterior permite entender que los bots, están pensados en simular comportamientos y la interacción de los humanos, liberando a los sujetos de actividades rutinarias. También dentro de la definición, una de las aplicaciones más relevantes de los bots, es su presencia las redes sociales. Está por demás señalar que existe una tipología de bots para actividades específicas como a continuación se muestran (*Cuadro 12*).

Cuadro 12. Tipos de Bots

Tipo de Bot	Definición
Rastreador Web	También conocido como araña web, indizador web o indexador web, se encargan de analizar, recopilar y clasificar la información de las páginas web de forma automática. Debido a todas las webs que hay publicadas, esta tarea sería imposible de realizar para un humano (Lucushost, 2020).
Chatbots	Actualmente incorporan inteligencia artificial que permiten mantener una conversación casi como si de un humano se tratase. Muchas páginas web los añaden a través de un plugin o cualquier herramienta similar con el objetivo de ofrecer respuestas rápidas a preguntas muy comunes (Lucushost, 2020).
Shock-puppets	Cuentas controladas o cuentas marioneta que son manejadas por personas que se encargan de posicionar e inflar tendencias en las redes sociales especialmente en Twitter. Estas cuentas fueron utilizadas por empresas rusas, empleadas en campañas en E.U.A. Son cuentas que se trabajan de manera coordinada, tienen la característica de ser cuentas efímeras, funcionan como cámaras de eco para replicar los mensajes e inflar o tirar una tendencia, según sea el caso. También suelen ser cuentas que realizan comentarios incendiarios y que suplantan identidades (Piña, 2020).
Spam Bots	Son programas informáticos diseñados para realizar envíos masivos de spam. Estos bots se encargan de recopilar direcciones de email que están publicadas en Internet de forma automática y las utilizan con el objetivo de enviar contenido publicitario o incluso malicioso (Lucushost, 2020).
	Se realizan desde varios ordenadores al mismo tiempo , los cuales realizan peticiones masivas y constantes al servidor que quieren tumbar. Cada uno de ellos tiene una dirección IP

Bot de Ciberataques	diferente y suelen estar ubicados en diferentes lugares del mundo (Valle, 2019).
Spy Bots	Este tipo de bots es utilizado con el fin de recopilar datos personales de páginas web para posteriormente venderlos para hacer publicidad (Lucushost, 2020).
Chatterbots	Los servicios web de citas y otros sitios similares son a menudo refugio para chatterbots maliciosos. Estos chatterbots pretenden ser o imitan a una persona y en general son buenos para emular las interacciones humanas. Algunas personas caen, sin darse cuenta de que son programas maliciosos que intentan obtener información personal e incluso números de tarjetas de crédito de víctimas inocentes (Rodríguez, 2012)

Fuente: elaborada por el autor con fuentes previamente citadas en cada sección

Dentro de la tipología anterior, se muestra una variedad de bots, muchos de estos podemos reconocerlos, ya que se encuentran entre nosotros cuando interactuamos en la web, sin siquiera saberlo.

Es relevante resaltar que dentro de la tipología, se pueden encontrar los denominados bots maliciosos. Los cuales son utilizados para procesos o actividades malintencionadas. Muchos de estos se han empleado como parte de la comunicación política, con diversos objetivos entre los que podemos rescatar los siguientes:

- Polarizar la opinión pública y generar tendencias en las redes.
- Compartir o difundir contenidos, información y datos falsos, alterados o descontextualizados.
- Generar ataques direccionados a personas, instituciones, gobiernos y grupos vulnerables.
- Suplantar y emulan identidades de personas con el objetivo de no ser identificados como cuentas controladas por algoritmos.
- Se Filtrarse en servidores y equipos con el objetivo de extraer información privada y filtrarla con fines de ataque contra otros.

Los bots no son independientes y no actúan de manera aislada, detrás de su actuar existe el factor humano y la intencionalidad que este le da al bot. Es por ello que los

actores hacen uso de estas tecnologías en la red, así como los bots existen otras tecnologías que han servido o sirven para situaciones encaminadas a la mentira, la manipulación, la descontextualización y el engaño de los sujetos.

3.2.2 Doxing

La navegación en internet representa un proceso de transacciones y transferencias de información y datos entre los usuarios y los servidores. En el transcurso de este proceso podemos enfrentarnos a problemáticas vinculadas con el robo de información, con la recopilación de datos y consultas de los usuarios, lo que pone en riesgo su privacidad.

La recopilación de datos, contenidos e información privada sin el consentimiento de los usuarios de internet es un delito que involucra malas prácticas, las cuales pueden atentar contra los sujetos, afectando su integridad por medio del hostigamiento, las amenazas y la humillación, por medio de la liberación de información privada.

La vigilancia y el espionaje en la red, puede ser ejercida indistintamente a personas, instituciones y gobiernos. Para extraer información privada y ser expuesta ante la esfera pública, esto se asocia a se vincula con lo que se mencionó en el capítulo uno y que hacía referencia al término malinformation, persiguiendo objetivos similares. Se tienen registrados casos de gobiernos, los cuales a través de software pueden intervenir redes computacionales y redes móviles, un ejemplo es Pegasus.

Un sofisticado malware de vigilancia que solamente puede ser comercializado a gobierno, Cuando una persona es atacada con Pegasus, recibe un mensaje SMS en su teléfono, el cual contiene un texto que busca persuadirlo de hacer clic en un enlace infeccioso, haciéndose pasar por una noticia, un aviso o el mensaje de un familiar o amigo. Si la persona hace clic en el enlace, su teléfono recibe inadvertidamente un software malicioso que permite al atacante, entre otras cosas, tener acceso a todos los archivos guardados en el dispositivo, así como controlar la cámara y el micrófono del celular (R3D, 2017).

El potencial del software para infiltrarse en la intimidad de un sujeto por medio de su dispositivo móvil, pone la alerta sobre el riesgo que puede correr una persona si

la información que se ha filtrado se expone en la red y daña su integridad, reputación o la vida profesional.

Los cracker o piratas cibernéticos, tienen un relevante papel también dentro de fenómenos relacionados con la sobreexposición y el filtrado de información privada, dentro de esta actividad ilícita, resalta un término *doxing*, el cual puede definirse como:

El término doxing proviene de la frase dropping documents o liberar documentos, de alguien, era una venganza que se remonta a la década de 1990, que proscribió la cultura hacker y que involucra descubrir y revelar la identidad de una persona que fomenta el anonimato, para exponerlo al acoso y los ataques (Honan, 2014).

El párrafo anterior permite conocer el aspecto histórico del término, además de nombrar a los actores involucrados en el doxing, también deja entrever que el objetivo que persigue es sacar del anonimato información y documentos sobre una persona, con fines perjudiciales. Siguiendo con las definiciones, destaca la proporcionada por Snyder, la cual hace referencia a lo siguiente:

Un abuso en línea en el que una parte malintencionada daña a otra al revelar información de identificación o confidencialidad. Las motivaciones para el doxing incluyen razones personales, competitivas y políticas, y se ha apuntado a usuarios de la web de todas las edades, géneros y experiencias en internet (Snyder, et.al., 2017).

El autor anterior advierte lo dañino y perjudicial que puede ser el exponer datos personales sin consentimiento, porque vulnera la privacidad y la intimidad de los sujetos exponiéndolos a ataques, acoso y delitos.

De acuerdo con las reflexiones vertidas por los autores se puede decir que el doxing es aplicable solo a sujetos, busca eliminar el anonimato, para divulgar la identidad de un individuo en un espacio digital, a través de la liberación de información en distintos soportes. La información filtrada puede contener aspectos íntimos o comprometedores, exponiendo al sujeto ante la crítica de la opinión pública, con el objetivo de ser atacado, lo cual puede infringir en la comisión de un delito. El doxing

según Douglas, puede tipificarse según la información que se desea revelar del sujeto en cuestión (*Cuadro 13*).

Cuadro 13. Tipos de Doxing

Tipo de Doxing	Descripción	Objetivo que persigue
De anonimización	Revela cualquier tipo de conocimiento o información sobre la identidad de una persona.	Revelar el anonimato.
Orientación	Revela información que permite localizar y saber dónde se encuentra físicamente un individuo.	Revelar la ubicación.
Deslegitimación	Revela información destinada a dañar la credibilidad y reputación de un individuo.	Poner en duda la credibilidad.

FUENTE: DOUGLAS, D. M., (2016). *“Doxing: a conceptual analysis”*. En: Ethics and information technology. v.18, n.3. pp. 199-210.

Las tecnologías brindan beneficios, pero también tienen un potencial nocivo, para utilizarse de manera negativa, en situaciones y contextos específicos, muchas de ellas dirigidas a vulnerar a los sujetos y exponerlos ante la inquisidora opinión pública.

3.2.3 Deepfake

Las aplicaciones móviles, son cada vez más útiles y facilitan muchas de nuestras actividades cotidianas, como por ejemplo pedir algún transporte, contabilizar nuestros pasos, compartir nuestra localización en tiempo real, hacer compras y transacciones electrónicas, editar fotografías y videos, además de ser canales directos de comunicación.

El terreno de las aplicaciones móviles, también ha sucumbido ante las dobles intencionalidades con el propósito de descontextualizar una situación, satirizar a alguna persona o algún momento.

Con el auge de los *Smartphone* o teléfonos inteligentes, se dio oportunidad al uso de aplicaciones móviles, con las que se pueden alterar o fusionar los rasgos y atributos físicos de una persona por medio de datos biométricos, los cuales se

materializan a través de videos, *gifs* y fotografías. Ejemplos de estas aplicaciones podemos encontrar *AppFace* o recientemente *ReFace App*.

Los Deepfake han surgido con gran auge, debido a que, muchas de las veces son utilizadas como una forma de humorística, pero este fenómeno no solamente ha tenido un impacto en este escenario, según lo que se menciona a continuación:

El fenómeno de los Deepfake, o videos adulterados, está presente en un gran porcentaje en la industria pornográfica y en las venganzas porno en web. Pero también hace estragos en la política, sobre todo en las campañas electorales y para generar escándalos en el mundo del espectáculo, donde varios famosos han sido víctimas de producciones audiovisuales realizadas con el afán de dañar la imagen y honor de las personas. En el otro extremo están los humoristas, quienes toman esta tecnología para hacer imitaciones hiperrealistas (Reyes, 2019).

Los *Deepfake* son elementos que se han manifestado mayoritariamente en la industria del cine para adultos. Pero también existen aplicaciones como *Deepnude*, la cual puede desnudar o eliminar la ropa de las mujeres en fotografías. Creando fotomontajes realistas por medio de inteligencia artificial, dichas imágenes pueden ser utilizadas como arma de venganza.

Se tiene registrados casos en los que los *Deepfake*, se han utilizado en asuntos políticos para posicionar discursos malintencionados o discursos de odio que polarizan y que son divulgados por la web con el objetivo de engañar a los cibernautas.

La Cantidad de contenido falso en línea está creciendo a un ritmo rápido. A principios de 2019 había 7.964 videos de deepfake en línea, según un informe de la Startup Deeptrace; solo nueve meses después, esa cifra había aumentado a 14.678. Sin duda, ha seguido aumentando desde entonces (Toews, 2020).

Los *Deepfake* se han propagado viralmente por el ciberespacio, en un periodo o lapso de tiempo relativamente corto, permitiendo que su producción sea cada vez más notoria en el ecosistema de la desinformación tal y como se menciona en el párrafo anterior. Los *Deepfake* pueden ser definidas como:

El producto de aplicaciones de inteligencia artificial (IA) que fusionan, combinan, reemplazan y superponen imágenes y videoclips para crear videos falsos que parecen auténticos (Maras & Alexandrou, 2018).

El impacto que tienen los *Deepfake* en la vida cotidiana y específicamente en el acontecer político, ha puesto en alerta a los dueños de las plataformas digitales, los cuales han tomado cartas en el asunto, tal es el caso de Twitter.

Twitter creará una nueva política destinada a combatir los medios manipuladores, incluidos los de videos falsos, antes de las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2020. Actualmente la compañía no tiene una política sobre cómo manejar las falsificaciones, los videos alterados que distorsionan la apariencia o el habla de un sujeto sin deja de parecer auténticos (Wagner, K., 2019).

Los *Deepfake* pueden ser un artefacto que se utiliza, por los actores con objetivos maliciosos. Son instrumentos que pueden politizarse y fragmentar o socavar los sistemas democráticos y la credibilidad de las personas. También los *Deepfake* podrían utilizarse en campañas de desinformación por algún agitador político, un fanático o simpatizante con objetivos como la manipulación y el sometimiento de la opinión pública. Wasterlund, menciona que se han identificado cuatro tipos de productores de *Deepfake*:

- *Comunidades de aficionados a los deepfake*
- *Actores políticos como gobiernos extranjeros y varios activistas.*
- *Otros actores malévolos como defraudadores.*
- *Actores legítimos como empresas de televisión (Wasterlund, 2019).*

Lo anterior aclara las intenciones que persigue cada uno de los actores involucrados en la creación y propagación de *Deepfake* en internet. También nos genera reflexiones, sobre la vulnerabilidad que pueden presentar los soportes multimedia. Los cuales anteriormente significaban pruebas o registros de información altamente fiables y contundentes, pero ahora su credibilidad, se encuentra sometida a un escrutinio profundo sobre su veracidad y autenticidad gracias a su fácil manipulación.

3.2.4 Filtro Burbuja y Cámaras de Eco

La metamorfosis que ha sufrido la web ha permitido que poco a poco todo se vuelva más personalizado y sea más predictivo, basándose en los gustos y en la información que los usuarios van dejando, como rastros de su andar por la antes llamada súper carretera de la información.

Los motores de búsqueda han permitido reflejar precisión a la hora de consultarlos y solicitarles información, datos y contenidos. Las búsquedas semánticas facilitan la extracción y el filtrado de contenidos vinculados con una misma temática, sin limitarse a un solo soporte de información.

Permiten realizar la búsqueda por contexto en la web, que consiste en un agregado semántico a la búsqueda para hacerla más eficaz, que caracteriza las preferencias, desempeños y áreas de conocimiento e interés del usuario que realiza la consulta. Las técnicas proveen formas avanzadas de indexación, patrones de reconocimiento de caminos de búsquedas, entre otras cosas (Zhongyu & Umair, 2009 citado por Aguilar, 2011, p. 142).

Lo dicho en el párrafo anterior reconoce el valor que representa la aplicación del campo semántico en los motores de búsqueda y las bondades que puede brindarnos como usuarios, ya que responde a criterios de ahorro en tiempo, costos y movimientos. Pero se debe poner especial atención en lo que refiere a conocer, los rastros de búsqueda de los usuarios, lo cual podría generar malas prácticas como el uso de filtros burbuja.

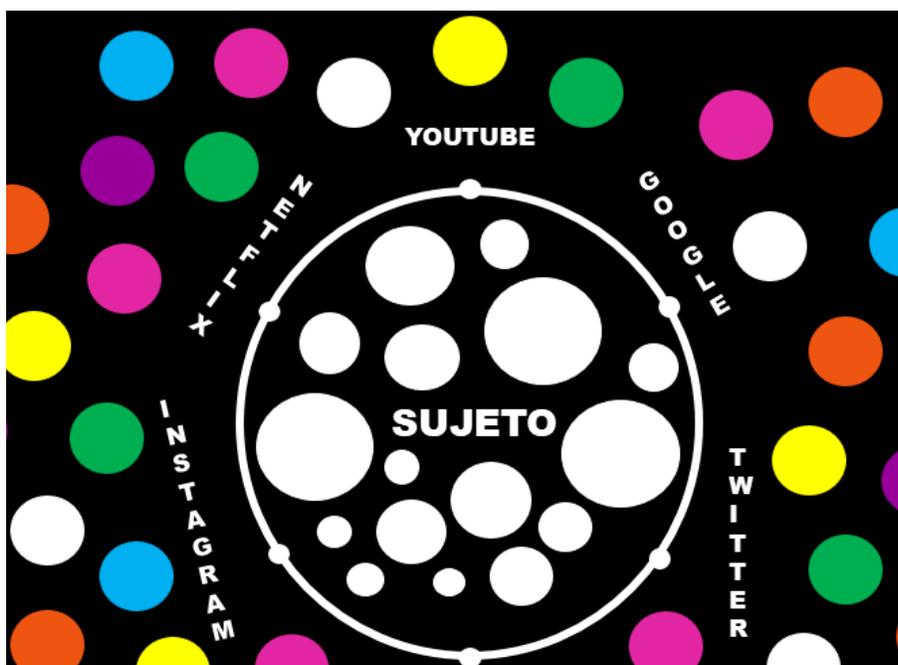
La entrada que apareció en el blog corporativo de Google el 4 de diciembre de 2009. Tan solo unos párrafos de texto entre un resumen de los principales términos de búsqueda y una actualización relativa al software financiero de Google. Cuando buscamos un término en Google, la mayoría de nosotros asume que todos vemos los mismos resultados: aquellos que PageRank, el famoso algoritmo de la empresa, sugiere que son los de mayor relevancia a partir de los enlaces de otras páginas. Pero desde diciembre de 2009 ya no es así. Ahora obtienes el resultado que el algoritmo de Google sugiere que es mejor para ti en particular; y puede que otra persona vea algo totalmente diferente. En otras palabras, ya no existe un Google estándar (Pariser, 2011).

Por lo que se percibe en lo citado por Pariser, los usuarios se encuentran sometidos a la mediación de algoritmos que deciden el enfoque de la información que deben consultar o consumir, también limitan el comportamiento informativo del usuario dentro de la web. La presencia de los filtros burbuja, es notoria cuando varias personas realizan la búsqueda sobre un mismo término y admiten que se obtendrán los mismos resultados dentro del motor de búsqueda, pero esto no sucede así, el algoritmo suele arrojar resultados dispares de acuerdo con información y los datos que va recopilando.

Los llamados filtros burbuja detectan nuestras preferencias por avanzados algoritmos de distintas plataformas virtuales quienes recopilan nuestra información, desde gustos por galletas hasta nuestro candidato favorito. Esta información es sistemáticamente usada para bombardear de noticias, opiniones o videos similares a nuestros gustos, de manera tal que incluso tres personas buscando el mismo concepto jamás tendrán los mismos resultados, porque tienen diferentes intereses (Pariser, 2017).

Los llamados filtro burbuja, son parte de nuestro andar por la red, nos facilitan muchas de nuestras tareas al momento de realizar una búsqueda, pero también violentan nuestro acceso a información, al limitar la visión plural de los temas porque sesgan, nos condicionan y nos conducen hacia un enfoque de lo que quieren que veamos de la realidad (*Figura 9*).

Figura 9. Los filtro burbuja



FUENTE basado en: PARISER, E. (2011). "Cuidado con la burbuja de filtros en internet". En Conferencia TED.

La figura 9, representa cómo es que el filtro suele encapsular y asilar al usuario, lo va logrando conforme el algoritmo va recabando información que el usuario le provee con cada consulta, lo que podemos conocer es lo que entra en la burbuja, pero todo lo que queda fuera de la burbuja no se puede conocer, controlando así los flujos de información que consumimos.

Los filtros burbuja suelen asociarse o vincularse con otro fenómeno denominado Cámara de eco, los cuales suelen actuar como sistemas autopoéticos porque los sistemas de información se muestran herméticos y sus procesos ocurren al interior conservando sus estructuras. Las cámaras de eco son definidas como:

Un término ampliamente utilizado para señalar una situación en la cual las personas solamente escuchan opiniones o creencias similares a la propia. Además, se usa la analogía "cámara de eco" porque ejemplifica un sistema cerrado que refuerza dichas creencias donde no es posible que permeen otro tipo de ideas (Hooton, 2016).

Son comunes en redes sociales, utilizadas para reafirmar la postura o puntos de vista en particular, son tecnologías que hacen invisibles, minimizan o silencian las ideas contrarias o disidentes a las nuestras.

Los angloparlantes lo llaman cámara de eco (echo chamber), que denota una sala insonorizada y connota una caja de resonancia donde lo único que oyes es tu propia voz rebotada en las paredes. El término se está imponiendo en la literatura técnica para designar la manera en la que los ciudadanos nos informamos en nuestros tiempos impregnados de tecnología, donde nos pasamos el día leyendo las cosas que refuerzan nuestros prejuicios y creencias; donde renunciamos a inclinar la cabeza en el ángulo adecuado para entender los argumentos del otro (Sampedro, 2017).

Las cámaras de eco metafóricamente hablando, sirven para escuchar nuestra propia voz y otras similares, actuando como un sistema de resonancia dentro del ecosistema digital. Permiten reflejar nuestros prejuicios, nuestros sesgos, además de ser amplificadoras de los sistemas de creencias de los individuos.

Los filtro burbuja y las cámaras de eco, son potentes instrumentos para afianzar ideologías que llevan al individuo a la desinformación y de cierta manera lo ciegan ante otras opiniones, limita a los individuos y polarizar sus opiniones, afectando seriamente la libertad de expresión.

3.3 Manifestaciones

Las facultades que adquirieron los usuarios como creadores de contenido gracias a la web 2.0, se ven reflejados en la proliferación de manifestaciones como las páginas web, blogs y las redes sociales. Algunos manejados por los propios usuarios, y otros controlados por algoritmos ante un ecosistema digital frágil con diversos riesgos y posibilidades aun inciertas.

Los sesgos cognitivos que presentan los individuos, como parte de la naturaleza humana, pueden ser aprovechados y usados en su contra, llevándolos a ser presas fáciles para caer ante el círculo vicioso de las noticias falsas, la desinformación, los contenidos inexactos, la información manipulada sin siquiera saberlo debido a:

Una interpretación errónea e ilógica de la información disponible, al dar demasiada importancia o poca a algunos aspectos. Estos errores no son consecuencia de que nuestro cerebro funcione mal. Al contrario: no podemos analizar todos los datos a nuestro alcance por lo que procesamos la información mediante intuición, prueba y error, y otros métodos informales (heurística) (Rubio Hancock, 2014).

Los sesgos cognitivos permiten que distintas manifestaciones de la desinformación se materialicen en los espacios digitales en los cuales cohabitamos diariamente, estos sesgos cognitivos influyen o se relacionan con el comportamiento informativo que tienen los usuarios por la red, lo que muchas de las veces facilita que se comparta información por compartir sin ningún tipo de análisis o cotejo.

La desinformación puede materializarse a través de blogs y páginas web que se encargan de crear contenidos la mayoría de las veces descontextualizados, ya que tienen salida o vínculos directos para compartir de manera inmediata a las redes sociales, información falsa, datos erróneos o información sesgada de manera intencionada.

Los memes suelen ser también otro vínculo que facilita la desinformación a través de mensajes satíricos y con toques humorísticos que suelen retratar o representar, costumbres y hechos de la vida cotidiana, lo cual genera una fácil empatía entre los cibernautas.

Las redes sociales son el espacio perfecto para filtrar contenidos falsos, gracias a la inmediatez con la que se comparten contenidos, y la sobresaturación de distintos tipos de información que se encuentran en ellas, lo cual las hace poco perceptibles y detectables entre los contenidos veraces. Todas las manifestaciones anteriores conviven bajo el cobijo de un mismo ecosistema digital.

3.3.1 Páginas Web y Blogs

La existencia de fenómenos como la desinformación, las noticias falsas entre otros, evidentemente no son ninguna novedad, como lo hemos podido constatar a lo largo de esta investigación. El exceso de información, la contaminación del ecosistema digital y las tecnologías, han permitido que estos fenómenos adquieran nuevas manifestaciones y alcances, en un espacio libre y poco regulado como lo es internet.

La web 2.0 facilitó la comunicación multidireccional entre los usuarios, permitiendo la proliferación de páginas web y blogs. Como una de las nuevas capacidades que los usuarios adquirieron, al transformarse en creadores y comunicadores de información y contenidos por la web.

Las noticias falsas provienen de sitios ficticios diseñados para parecer fiables que producen títulos sensacionalistas para atraer al lector. La polémica creada por estas noticias maliciosas implica principalmente a las fuentes o portales que las crean pero también a las redes sociales que ayudan a su propagación viral y a las plataformas de publicidad que las financian (Pauner Chulvi, 2018, p. 298).

Como se puede notar los sitios, web y los medios digitales como los blogs y las redes sociales, son un canal de creación y distribución de contenidos entre los usuarios, los cuales pueden compartir y filtrar por la web. Mucha de la información creada en estos sitios es susceptible de manipular, descontextualizar o falsear datos y contenidos. La fácil y casi instantánea producción de notas y entradas, ha generado que la información que ofrecen sea imprecisa, no verificada y sin fuentes confiables que las sustenten.

Se tiene registro de algunos sitios web y empresa que se encargan de gestar campañas y publicidad engañosa con distintos fines, para ello utilizan páginas web y blogs con enlaces directos a diversas redes sociales para inundar con estos contenidos la red, algunos de estos sitios son los siguientes (Cuadro 14).

Cuadro 14. Páginas y Sitios Web Distribuidores de Desinformación y Noticias Falsas

Páginas y Sitios Web	Descripción
The Onion	Portal Estadounidense de noticias satíricas, creado en 1988, por Tim Keck y Chistopher Johnson, estudiantes de la Universidad de Wisconsin. (El País, 2009)
Infowars	Infowars es un sitio creado en 1999, por Alex Jones, un sitio relacionado con temas conspiratorios y un gran creador y difusor de noticias falsas, el cual gano relevancia, gracias

	a la campaña de desinformación de las elecciones de 2016, este sitio sigue vigente hasta nuestros días.
MartinLutherKing.org	Este sitio web fue creado por Stormfront, un grupo supremacista blanco, para tratar de engañar a los lectores sobre el activista de los derechos civiles, desacreditando su trabajo, sus escritos y su vida personal. El hecho de que el sitio web utilizara la extensión de dominio .org convenció a varias personas de que era imparcial porque la extensión de dominio generalmente se asociaba con organizaciones sin fines de lucro que trabajaban para el bien. Los autores del sitio web no se revelaron ni declararon sus afiliaciones. El uso del nombre de Martin Luther King para el sitio web aseguró que las personas que buscaban información sobre King pudieran llegar fácilmente a este sitio web de noticias falsas. Esta página web ya no está activa.
City-mankato.us	Uno de los primeros portales web en hacer uso de la tecnología de sitios web para engañar y desviar, fue una página web falsa para la ciudad de Mankato, Minnesota.
The Daily Stormer	Es un sitio fascista y de supremacía blanca. Que difunde noticias falsas, filtra información y discursos de odio. Este sitio fue creado en 2013.

Fuente: elaborada por el autor con fuentes previamente citadas en cada sección

El uso de las páginas web y blogs entre los usuarios, puede desencadenar actividades ilícitas, en las cuales se compartan discursos de odio, se refuerce información y contenidos falsos, sobre temas sensibles o delicados con fines de dañar, desinformar, polarizar y dividir como algunas de las páginas anteriores.

Muchas de las páginas, web, establecidos en el ciberespacio persiguen beneficios económicos por el tráfico de usuarios que generan en sus sitios. Para ello han desarrollado prácticas engañosas que puedan atraer al internauta cautivo. Uno de los métodos más utilizados, para llegar a estos, son los llamados clickbaits:

Titulares de las noticias y otra más general e inclusiva que alberga distintas fórmulas para captar la atención y conseguir incrementar el tráfico a una página web. Los estudios que identifican el fenómeno con la formulación de titulares gancho, lo analizan como un enlace y explican su sentido como una estrategia de captación de receptores mediante “el titular de una noticia que no responde a los criterios periodísticos tradicionales y cuyo objetivo final es mantener al receptor en la página el mayor tiempo posible, no informar. Son, por tanto, titulares que apelan a la curiosidad del usuario, aunque la información que hay detrás no tenga nada que ver con el titular y no cumpla las expectativas generadas ofreciendo poca información” (García Orosa, Gallur Santorun & López García, 2017, p. 1265).

En relación con lo mencionado, los clickbaits, suelen ser mecanismos que se utilizan como estrategias de mercadotecnia, para generar tráfico entre las páginas web, portales y blogs, muchas de las veces son engañosos y con contenidos vacíos o sin ningún tipo de aportación informativa.

Los portales y sitios web, también hacen uso de cookies para acceder a ellos. Muchos de estos mecanismos sirven para recopilar y almacenar información de los usuarios que acceden. La información puede ser utilizada como formas de espiar, la navegación de los usuarios, conocer sus gustos e intereses para comenzar a bombardearlo con publicidad relacionada.

Es evidente que las tecnologías han aumentado de manera significativa el acceso y la difusión de información de manera instantánea entre los individuos, pero también ha generado que las personas se sientan atraídas, por muchos contenidos poco confiables, gracias a estrategias engañosas de mercadotecnia y contenidos sensacionalistas que incitan a los rumores, los chismes, la desinformación y las noticias falsas.

3.3.2 Memes

Los redes sociales son testigos del nacimiento de nuevos soportes y contenidos multimedia, entre estos surgimientos podemos encontrar los memes, contenidos que se han popularizado en la web, por su espontaneidad además de evocar contextos y situaciones del acontecer y la vida cotidiana.

Los memes forman parte de una comunicación informal producida dentro de los espacios digitales. Son un modelo de comunicación codificada o simplificada de gran impacto, gracias a la fácil aceptación de los internautas. Los memes tienen gran capacidad de viralizarse y generar tráfico e interacciones en la web.” *El término fue acuñado por el biólogo Richard Dawkins en 1976 en su libro "El Gen Egoísta" (BBC, 2019).* El propio Dawkins, facilita una definición de lo que desentraña el término meme:

Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo o una unidad de transmisión cultural o una unidad de limitación. Mimeme se deriva de una apropiada raíz griega, pero deseo un monosílabo que suene algo parecido a gen. Espero que mis amigos clasistas me perdonen si abrevio mimeme y lo dejo en meme. (Dawkins, 1985).

Dawkins refiere a los memes como una especie de unidad de información cultural y de imitación, las cuales pueden ser transmitidas de individuo a individuo. Dichas unidades se relacionan con elementos como las costumbres, prácticas sociales, e ideologías. El aspecto de comparar los memes con los genes o los sistemas genéticos, es porque permiten su transmisión a otros.

El término meme deriva de elementos como la memética que se vincula al mismo Dawkins y que se refiere “*como un nuevo campo científico que analiza la transmisión de la cultura a través de memes*” (Dawkins, R. 1985).

Los memes tienen la cualidad de compartirse y circular por la red de manera inmediata, esto se debe gracias al impacto que generan en los cibernautas, lo que les facilita su veloz propagación, tal y lo hacen los virus, los cuales infectan a los individuos y generar una reacción en cadena.

Además del efecto viral, los memes tienen ciertas características que los distinguen y que les permiten sobresalir de otros contenidos multimedia que se encuentran por la red, el propio Dawkins los desglosa y agrupa en tres y son las siguientes:

- **Fidelidad:** Este atributo se refiere a que suelen conservar su estructura o elementos originales y no se somete a modificaciones radicales.

- Fecundidad: Se refiere a la rápida aceptación que tienen entre los internautas, a lo que anteriormente refiere como viralidad.
- Longevidad: El tiempo que puede perdurar en la web, aunque como todo es sometido a un ciclo de vida.

Las características anteriores, emanan desde percepción biológica de la formación de Dawkins. Los memes son un poderoso instrumento de comunicación simplificada que a través de la memética, puede ayudar a conocer y revelar el proceder y el impacto que tiene la información viral en la red.

Los memes son replicadores y su éxito tiene distintas aristas que le permiten posicionarse sobre otros contenidos. Es una batalla que se genera dentro de la red, una especie de lucha por la sobrevivencia (*Cuadro 15*).

Cuadro 15. Los siete modos de trasmisión memética

Claves de Trasmisión	Acciones
Cantidad parental	Que tenga muchos hijos y use su posición de autoridad para adoctrinarlos y aumentar la prevalencia de sus creencias.
Eficiencia de los Padres	Propague la creencia de que los padres son una buena fuente de adoctrinamiento, luego tenga muchos hijos y use su posición de autoridad para adoctrinarlos más y aumentar la prevalencia de sus creencias.
Proselitismo	Convince a tus no familiares de que tu creencia es correcta y urgente para que la difundan por ti. Lynch usa el ejemplo de apelaciones al miedo. Una creencia de que se esparcirá.
Preservación	Ideas que protegen sus ideas de ser cuestionadas, como la creencia de que nunca se debe hablar de religión o política en compañía educada.
Aversativo	Una creencia que implica "matar selectivamente a aquellos que se niegan a convertirse" a sus creencias, o al menos sabotear creencias alternativas. "La creencia

	musulmana" se cita como un ejemplo del modo adversativo.
Ventaja Cognitiva	Asegúrese de que su creencia parezca "bien fundada" y tenderá a extenderse.
Motivacional	Haga de su idea una buena idea y tenderá a extenderse.

FUENTE: LYNCH, A. (1996). *"Thought contagion: how beliefs spread through society"*. New York. Basic Books.

El cuadro anterior permite entender el posicionamiento de los memes como herramientas mediáticas. De igual forma los memes reflejan y aluden a los sistemas de creencias y la propia cosmovisión de los individuos por ello la relevancia de concebirlos como una unidad cultural.

El término meme en Internet se utiliza básicamente para describir una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento manifestado en cualquier tipo de medio virtual y de construcción multimedia y colectiva que se populariza a través de la red, mediante sitios web, blogs, foros, chats, y particularmente en redes sociales (Hernández Pérez, 2014, p. 43).

Los memes suelen ser herramientas eficaces para comunicar un mensaje codificado de un individuo a otro, lo cual los hace susceptibles para ser aprovechados como proyectiles por grupos disidentes, haters entre otros.

Los memes no solo son imágenes graciosas que parodian e imitan situaciones cotidianas y personajes. Muchos suelen estar cargados de mensajes subliminales, disfrazados de sátira que refuerzan narrativas y discursos.

Los memes pueden ser utilizados como distractores de las notas que publican los medios y arrebatárles la atención, en las redes sociales con fuertes cargas emocionales para impactar entre los usuarios de internet.

Debe quedar entendido que los memes no deben comprobar nada, los memes no pasan por un proceso de validación ni de información, ni de datos como se hace en otros casos, pero sí suelen ser utilizados para reforzar percepciones sobre asuntos sin siquiera darnos cuenta.

3.3.3 Noticias Falsas

Las tecnologías han facilitado la circulación masiva de información, desde la imprenta hasta el internet y las redes sociales, a través de distintos canales, con el objetivo de hacernos llegar la información, los contenidos y los datos y estar informados de diversos temas.

La noticia como quizás sea uno de los géneros periodísticos, más populares para informarnos del acontecer o de diversos temas de interés común. La noticia puede ser definida como el *“conjunto de datos esenciales de cualquier acontecimiento o ideas actuales o actualizadas que posean factores de interés periodístico y proyección pública”* (Yanes Mesa, 2003).

Las noticias han perseguido por mucho tiempo la divulgación de información entre los individuos, pero como todo en este mundo ha dado paso a su álter ego o su lado más oscuro, las noticias falsas o también llamadas Fake News.

Las noticias falsas o “Fake News”, no obedecen a un concepto absolutamente nuevo. La expresión “propaganda” o “prensa mentirosa” aparece de manera recurrente desde la mitad del siglo XX, especialmente para la justificación del ejercicio de gobiernos antidemocráticos, como lo fue la Alemania nazi, dirigida por el ministro para la Ilustración Pública y la Propaganda del régimen nacional socialista en Alemania, Joseph Goebbels (Santiago Juárez, Adame Bravo & Palacios Farfán, 2019, p. 16).

Las noticias falsas, la desinformación y la propaganda, han estado inmiscuidas en muchos de los regímenes políticos como manera de generar incertidumbre, y terminar o debilitan los sistemas democráticos, ejemplo de ello es lo que hacían la extinta Unión Soviética, a través de agencias como la KGB.

Desde Lenin, la militarización de la información ha sido habitual en la estrategia militar rusa. El actual régimen ruso conserva esta tradición. La principal estrategia de la doctrina de la Guerra de Nueva Generación (New Generation Warfare o NGW), consiste en una “estrategia de influencia, no de fuerza bruta”, porque su objetivo trascendental es “romper la coherencia interna del sistema [político, económico,

militar] del enemigo, y no aniquilarle” (CSIS, 2016 citado por Milosevich Juaristi, 2017).

Como podemos ver, las noticias falsas y la propaganda no son estrategias nuevas, no nacieron con Trump, ni con el referéndum del Brexit, pero estos hechos las trajeron de nuevo a la escena pública. Los antecedentes de las noticias falsas y fenómenos adyacentes, tienen antecedentes en sistemas políticos como el soviético. Son eficientes armas desestabilizadoras que se utilizan para romper sistemas políticos e influir en la percepción de temas económicos, políticos culturales y sociales como fue el caso de las elecciones presidenciales de 2016, de los Estados Unidos, ya que fue el estandarte de la campaña gestada por Donald Trump. Las noticias falsas pueden ser entendidas como:

Aquellas que adolecen de lo que los griegos denominaban alétha es decir, lo que se refiere a la sinceridad de los hechos y la realidad; o para los romanos veritas, la verdad, lo cual también tiene sustento en que las noticias deben estar amparadas bajo esta veracidad (Richter Morales, 2018, p. 29).

Las noticias falsas, son sembradas con la intencionalidad de engañar a sabiendas que la información que transmitirán se encuentra, alterada, sesgada o manipulada. Como bien lo menciona Richter Morales, carecen de verdad en los hechos que difunden.

Sin lugar a dudas, este fenómeno se han convertido en un ataque constante para desacreditar hechos verdaderos, personas o instituciones, el término “Noticias Falsas,” ha inundado la red, y lo podemos ver cuando se introduce en el buscador Google dicho término, el cual arroja cerca de 60,700,000 resultados (0.44 segundos) de información relacionada con el concepto, pero si introducimos el término en inglés “Fake News”, los resultados son aún mayores ya que se obtienen Cerca de 725,000,000 resultados (0.46 segundos).

Las noticias falsas se han convertido en un problema mundial, lo cual puede representar un grave problema en casos de desastres naturales o de emergencias sanitarias como lo es el tema de la pandemia por COVID-19, la ONU reconoce el riesgo que representa compartir noticias e información falsa y ha creado

herramientas de verificación de información como Verified *“iniciativa de Naciones Unidas para poner freno a los bulos y la información falsa con contenido en el que puedes confiar: información que salva vidas, consejos basados en hechos e historias de lo mejor de la humanidad”* (ONU, 2020).

Las noticias falsas suelen tener una tipología a través de las cuales pueden manifestarse, para su rápida propagación (Cuadro 16).

Cuadro 16. Tipología de Noticias Falsas

Tipología	Definición
La sátira	Fórmula donde se usa el humor y la exageración para presentar los avances noticiosos a las audiencias. La prioridad es causar humor y la información pasa a segundo plano, por lo que en algunos casos se puede exagerar o distorsionar la realidad. En los contextos políticos se utiliza para generar críticas y puede llevar la misma carga de humor que de verdad en la información.
Parodias de noticias	Fórmula de noticias falsas consistentes en la creación de historias para imitar los actores sociales o a sus diferentes actores, En ella se utiliza cualquier tipo de información y en un momento dado hasta se pueden inventar hechos que las audiencias pueden dar por reales.
Fabricación de noticias	Esta tipología es de las más lacerantes, ya que atacan a las personas. El propósito del individuo que crea este tipo de noticias basadas en datos falsos es desinformar y perjudicar a otro que, sin su autorización, forma parte de la historia falsa. Además, como ilustra esta clasificación, se puede realizar a través de internet, específicamente en sitios web y blogs.
Manipulación de fotos	Este tipo de noticia consiste en ubicar o tomar imprecisiones fotográficas con el objetivo de hacerlas dañinas, su dispersión por las redes sociales causan una descontextualización de la información, haciendo que las audiencias supongan historias que son falsas o que sin el contexto adecuado se convierten en historias falsas.
Publicidad y repúblicas	También se ha encontrado que se producen reportes publicitarios o de relaciones públicas, como boletines de prensa, informes, así como reportes de eventos o hechos con información falsa que son difundidos como información corporativa o institucional oficial. Se han encontrado

	materiales diseñados y producidos con alta calidad y reproducidos en redes digitales. Que incluyen fotos, videos y piezas para que sean difundidos en medios masivos.
Propaganda	En este rubro se encuentran las historias creadas para impactar directamente a personas en momentos importantes de las democracias. Se usan para buscar apoyo a figuras públicas o para cambiar la percepción sobre temas específicos de la vida política en los países.

FUENTE: RICHTER MORALES, U. (2018). "El ciudadano digital: fake news y posverdad en la era de internet". México: Océano.

La tipología anterior deja más claro las formas en que las noticias falsas pueden manifestarse tanto en las redes sociales y los medios tradicionales de comunicación. Las noticias falsas facilitan la desestabilización y la desacreditación de los sistemas democráticos, para insertar la desconfianza, el escepticismo y la falta de credibilidad en el estado, los gobiernos, sus instituciones y hasta los medios de comunicación. También es relevante destacar que las noticias falsas son un vehículo que puede conducir a caminos como odio, la polarización, la discriminación y marginación entre grupos vulnerables de la sociedad, gracias a la existencia de grupos de poder que se encuentran detrás de estas.

3.3.4 Redes Sociales

Las relaciones son un elemento crucial en la vida de cualquier individuo, en las relaciones de cualquier naturaleza, éstas suelen rebasar los aspectos y limitantes físicos, para trasladarse o desplazar hacia los espacios digitales. Es notorio el cambio que internet ha marcado en la dinámica de las relaciones de los individuos, así como de comunicación y acceso a la información, dando paso a la conformación de redes, en donde se desarrollan estructuras sociales que se potencializan gracias a su uso.

Dentro de los grupos sociales el proceso comunicativo puede dar forma a relaciones de poder entre los miembros, de acuerdo al grado de dominio o control del flujo de las informaciones. Esta relación puede ser jerárquica cuando existe un emisor que detenta el poder informacional, por lo general de acuerdo a la posición que tiene dentro del grupo; o bien, seguir un modelo negociado en el que, por el contrario, todos los miembros del grupo pueden actuar como emisores o receptores

estableciéndose así, relaciones comunicacionales entre iguales (Gómez, Arriagada, 2013, p. 31).

Las redes sociales son el resultado de relaciones sociales, que se establecen entre los individuos y en donde destacan, las relaciones de poder que existen entre los miembros que las integran, los grupos de poder suelen controlar los flujos de información y los otros servir como detonadores o difusores de la información que reciben, esto es el reflejo de la dualidad sociotécnica que constituye la web. Las redes sociales, pueden definirse como *“una estructura conformada por individuos y/u organizaciones que se conectan para establecer distintos tipos de relaciones casuales, familiares, de amistad laborales” (Paz Pellar, 2009).*

La definición de Paz Pellar, permite identificar elementos como los nodos que permiten conectar a los distintos actores inmersos en la web, para generar diversas relaciones y que les permitan el intercambio y la colaboración además de efectuar esa capacidad de agruparlos en un mismo espacio. Por otro lado existen otras definiciones de reconocen a las redes sociales como *“lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2008 citado por Hütt Herrar, 2012, p. 123).*

La definición anterior proporciona aspectos que no se habían mencionado, el primero de ellos se enfoca a compartir todo tipo de información que puede ir desde información privada hasta información pública, el otro aspecto relevantes se vincula con las relaciones que se originan entre conocidos y personas totalmente ajenas. Lo cual representa la gran capacidad que tienen para emprender relaciones entre individuos, organizaciones y otros actores, por medio de múltiples plataformas, lo que representa una nueva organización social y un nuevo orden.

El origen de las redes sociales, se da con la llegada de la World Wide Web durante la década los años noventa del siglo pasado y las posibilidades que brindó un sinfín de posibilidades para comunicarse entre individuos. Pero su advenimiento o popularización, se da a partir de la denominada web 2.0 y las atribuciones colaborativas que propician entre los individuos.

Las redes sociales tienen una fuerte inclinación a la sociabilidad virtual, lo que lleva a la interacción social de los sujetos, organizaciones y a la propio intercambio de información para la toma de decisiones. Al respecto Paz Pellar, señala dos elementos que permiten la convivencia de los actores en la red y son la inteligencia colectiva y la inteligencia social, tal y como se muestran a continuación (Cuadro 17).

Cuadro 17. La inteligencia Colectiva y La inteligencia social

Las inteligencias	Definición	Áreas de desarrollo
Inteligencia Colectiva	Es el resultado de la colaboración y competencias de muchos individuos con inclinación al consenso en la toma de decisiones, comunicaciones en masa y comportamientos colaborativos. La inteligencia colectiva se sustenta en las redes sociales y refleja la capacidad humana de evolucionar hacia órdenes más complejos y armoniosos a través de mecanismos de innovación.	<p>Creación de conocimientos: Wikipedia la gran enciclopedia global y colaborativa y el proyecto más famoso de la inteligencia colectiva, es también el mejor ejemplo de creación de conocimiento.</p> <p>Cooperación: Es el caso del software libre que a través de la innovación abierta provoca toda una revolución económica.</p> <p>Coordinación: Sirva de ejemplo la política 2.0, que implica la formación de comunidades con fines específicos, lo cual provoca a su vez una revolución organizacional.</p>
Inteligencia Social	Deriva de la humanización de la inteligencia colectiva y tiene una fuerte inclinación hacia la ética de los comportamientos colaborativos en masa. La inteligencia social es la que habilita la característica viral de las redes sociales; las emociones transmitidas por internet pueden generar que éstas crezcan de manera exponencial.	<p>Emoción: Colaboración empática (Mecanismos colaborativos motivados por un fin común).</p> <p>Valores: Colaboración ética (Mecanismos colaborativos alineados a la cultura propia del pueblo en cuestión).</p> <p>Conciencia: Colaboración viral (Mecanismos colaborativos autosustentables basados en el bien común)</p>

FUENTE: PAZ PELLAR, M. A. (2009). "Redes sociales: la nueva oportunidad". México, Fondo de Información y Documentación para la Industria.

Las redes sociales son una fuente de consumo de información, datos y contenidos, pero también un espacio para colaboración entre los individuos, rompiendo con el

modelo tradicional de los medios de comunicación como los únicos creadores y proveedores de información.

La posibilidad de que los propios usuarios se vuelvan creadores de contenido, en las redes, desencadena problemáticas relacionadas con la sobreabundancia informativa, mucha de ella descontextualizada, sin fuentes que las validen o información sin ningún tipo de aporte significativo, lo que puede encaminar al engaño y la desinformación.

La manipulación de la información ha usado como métodos o vínculos directos las plataformas disponibles para distorsionar los hechos, descalificar el periodismo crítico e independiente, y para difundir propaganda o mentiras han convertido a nuestros teléfonos celulares, nuestras tabletas y computadoras en verdaderas armas de confusión masiva (Acevedo, 2019).

Las redes sociales han servido como plataformas que han impulsado y han servido de nicho para popularizar fenómenos relacionados con los desórdenes de información, la vigilancia, el robo de información y datos personales de los usuarios sin su consentimiento, para generar situaciones como Cambridge Analytical.

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC, por sus siglas en inglés) comenzó a investigar a Facebook en marzo de 2018 luego de que se revelara que a través de un test de personalidad se recolectaron datos de los usuarios que luego se vendieron a Cambridge Analytica. Más adelante, hubo reclamos de que estos datos pudieron haber sido utilizados para tratar de influenciar los resultados de las elecciones presidenciales de 2016 en EE.UU. y el referendo del Brexit en Reino Unido ese mismo año. Aunque solo 270.000 personas tomaron el test, un ex empleado de Cambridge Analytica afirmó que los datos de cerca de 50 millones de usuarios, mayormente en EE.UU., fueron recolectados sin su consentimiento explícito a través de sus redes de amigos (BBC, 2019).

El factor humano dentro de las redes sociales, se ha encaminado a generar proyectos colectivos en pro del bien común, pero también existen vertientes que se encaminan a corromper el ecosistema digital, a través de acciones malintencionadas que pueden afectar o mermar los sistemas democráticos,

desviando la atención sobre temas específicos a través de contenidos virales, así como polarizar las opiniones de los ciudadanos en la web.

3.4 El Ecosistema de la desinformación en internet una propuesta para su entendimiento

Adentrarse al ecosistema de la desinformación en internet es complejo, existe una variedad de actores, elementos e intereses de por medio, los cuales intervienen en su configuración y constante evolución. Entre algunos de los actores que podemos encontrar son los propios usuarios de la red, quienes suelen ser los principales creadores y consumidores de contenidos falsos e inexactos. Por otra parte las tecnologías suelen utilizarse como elementos que permiten manipular y descontextualizar la información. Por último podría mencionarse el propio espacio digital, el cual puede servir como campo fértil para filtrar y viralizar desinformación. La propuesta de analizar el ecosistema de la desinformación en internet surge en 2017, a través de la First Draft.

Una coalición sin fines de lucro con nueve socios fundadores en junio de 2015, proporcionando orientación práctica y ética sobre cómo encontrar, verificar y publicar contenido procedente de la web social. En septiembre de 2016, nuestra coalición original se expandió para convertirse en una red internacional de socios de redacciones, universidades, plataformas y organizaciones de la sociedad civil (First Draft, 2020)

First Draft en 2017, desarrolló un taller en la Escuela de Comunicación de la Universidad de Pensilvania, en la que se reunieron, especialistas y profesionales interesados en analizar las problemáticas y el impacto que han generado la desinformación y sus diversas manifestaciones en el ecosistema digital. Dichas reflexiones quedaron plasmadas en un documento titulado *“Understanding and addressing the desinformation ecosystem”*. En el cual se tocaron distintos tópicos para desmembrar el ecosistema de la desinformación, para identificar los elementos que las generan, llegando al siguiente punto:

No importa la escala del problema, todos nuestros escritores reconocen que existe mala información y desinformación. ¿Cómo podemos combatirlo mejor? Si el

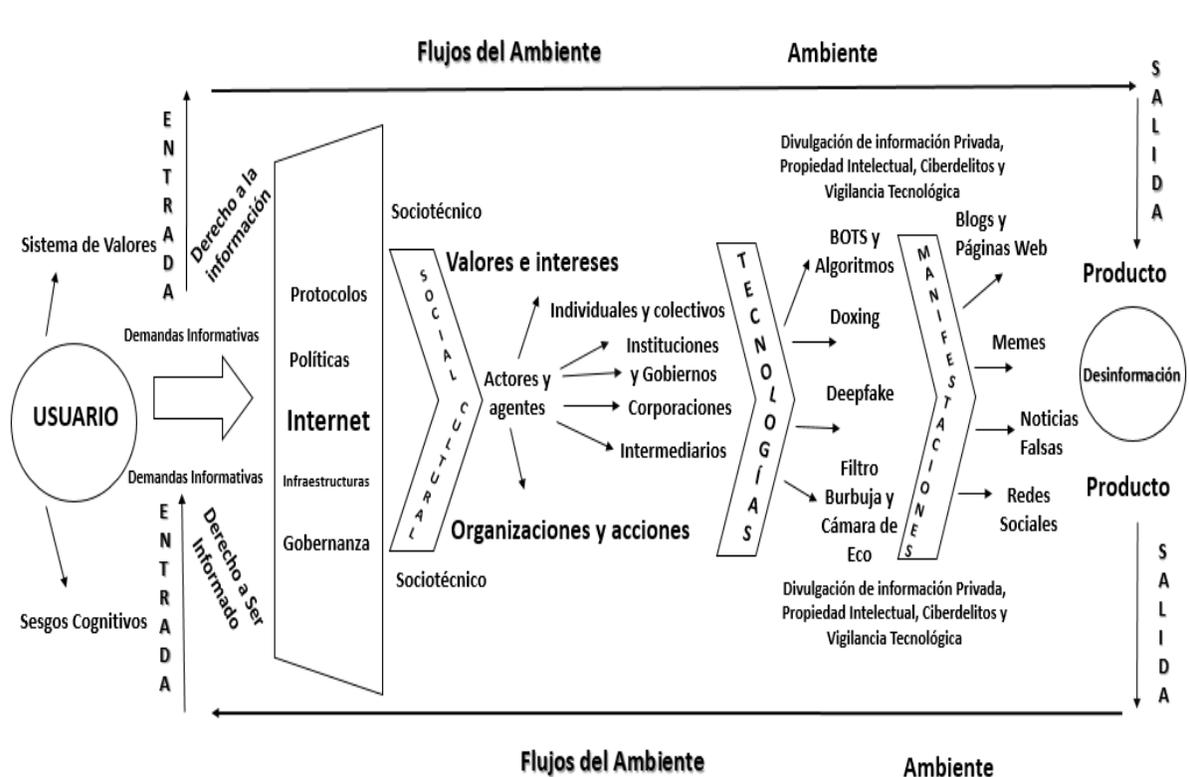
problema comienza con fallas de la psicología humana, tanto o más de lo que leen los humanos, entonces necesitamos diseñar soluciones centradas en las personas. La psicología del comportamiento, como explicaron Brian Southwell y Vanessa Boudewyns, puede detener el intercambio de información errónea y desinformación al abordar las motivaciones preconscientes que impulsan el intercambio de los usuarios. Como señala Mike Barker, los educadores, especialmente los bibliotecarios, podrían enseñar a la próxima generación a cuestionar antes de compartir. Aunque las bibliotecas pueden parecer obsoletas cuando tenemos motores de búsqueda en nuestros bolsillos, ahora son más importantes que nunca (First Draft, 2018).

En el párrafo anterior, los especialistas saben que existen sesgos cognitivos en los individuos, que ejercen un actuar en el comportamiento informativo que tienen al realizar, consultar y compartir información por la web. Destaca también la relevancia que tienen las bibliotecas y los bibliotecarios en la formación de habilidades informativas en los sujetos.

El ecosistema tradicional viene a aderezarse entonces con una carga de interrelación entre tecnología, comunicación y sociedad convirtiendo a un usuario/autor a la vez en un usuario/difusor, un usuario/receptor e incluso multiplicando los espectros de las propias informaciones de los medios tradicionales; todo esto ocurriendo a tiempo real, con una interactividad selectiva, sin fronteras espacio-temporales donde todos pueden ser medios (Romero, 2012, p. 54).

La idea desde un análisis ecosistémico de la desinformación, permite conocer los procesos, las funciones, e interacciones entre los elementos que lo conforman, para identificar el ambiente que facilita su creación y dispersión en el espacio digital (Figura10.)

Figura 10. El Ecosistema de la Desinformación



FUENTE: Elaborada por el Autor

La versión esquematizada del ecosistema de la desinformación permite identificar procesos y acciones que pueden generar los actores y agentes las cuales tienen repercusiones en el ecosistema.

- Usuarios: suelen estar rodeados de sesgos cognitivos y conformados por sistemas de valores y su propia cosmovisión, pueden influir en las decisiones y en como manifiestan sus demandas de información, a través de ejercer su derecho a la información y su derecho a ser informado, dentro de un espacio como lo es internet.
- Internet: es un espacio abierto, conformado por distintos elementos, como las infraestructuras, las políticas, los protocolos y aspectos técnicos, pero se ha formado gracias a que es un espacio libre y colaborativo. Un espacio poco regulado, porque no centra sus decisiones en un solo órgano y esto lo hace

susceptible a ser blanco de acciones malintencionadas en su interior, es un canal multidireccional, que propicia la viralidad de contenidos y por ultimo también es un espacio efímero. *“Gran parte de la información actual es generada y distribuida en el ecosistema de Internet. Un ecosistema sumamente vulnerable a la pérdida o alteración de la información” (Guerra González, 2020)*

- El aspecto sociotécnico de internet, facilita el surgimiento de una corriente social en donde se ven involucrados actores, individuales y colectivos, que se ven influenciados por sus valores, por objetivos e intereses en común, pero también, se ven envueltos otros actores y agentes como las instituciones y gobiernos, piezas clave para normar las acciones que ejercen otros agentes como lo son los intermediarios.
- Las tecnologías son los artefactos por los cuales, los actores pueden ejecutar acciones dentro del ecosistema de la desinformación. Es importante señalar que las tecnologías no son buenas, ni malas, el factor humano y las intenciones son las que delimitan el impacto en el ecosistema.
- Las manifestaciones de las tecnologías se ven reflejadas en las plataformas que conforman el ecosistema digital, las cuales pueden ser páginas web, blogs, foros etc. Muchos de estos espacios, son los que facilitan la materialización y distribución de contenidos como noticias falsas, la sátira a través de memes y otros fenómenos productos de la desinformación existente en el ecosistema digital.

Lo anterior permite entender que la información y la verdad, son elementos que han estado rodeados de álgos de fenómenos que buscan obstaculizar el camino a la verdad, a través de la censura, la mentira y el engaño, he inducir a las sociedades a la inestabilidad, la incertidumbre, el sometimiento y la manipulación de grupos de poder.

Conclusiones

La desinformación y sus múltiples manifestaciones en internet son innegables. Nos encontramos frente a fenómenos que han desafiado la veracidad de los procesos democráticos y los sistemas de gobierno, la ciencia, y la propia vida cotidiana. Nos han predispuesto a un escenario combativo en donde la verdad ha sido constantemente cuestionada a pesar de reiteradas verificaciones. La falsedad a menudo es más rápida, más popular ya que genera mayor impacto en nuestras emociones.

Las diversas manifestaciones de la desinformación en internet, han permitido que con facilidad cualquiera pueda manipular o alterar los hechos a como más le convengan. El problema de la desinformación en internet es real y requiere de la intervención de distintas disciplinas que ayuden a proponer soluciones para su combate, análisis y estudio.

El fenómeno de la desinformación se ha agravado durante los últimos años, ya que existe una marcada tendencia en la disminución de la credibilidad pública de los medios de comunicación y el periodismo tradicional, dejando en el terreno de lo incierto y de la incredulidad a los ciudadanos.

Esta investigación surgió con el objetivo de desarrollar una radiografía del ecosistema de la desinformación en internet, para tener una aproximación a los actores, las tecnologías y los mecanismos que inciden en la propagación de este fenómeno por la red. Es importante aclarar que la desinformación, es fenómeno que sigue evolucionando, por lo cual los alcances del ecosistema de la desinformación siguen en constantes cambios.

Se realizó un marco teórico con el que se buscó sustentar y dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas. La primera interrogante fue **¿Qué se entiende por desinformación?** La cual quedó resuelta durante el desarrollo del primer capítulo, donde se analizaron autores como Durandín y Meler, Isralson, Floridi, informes de empresas como Facebook y organismos internacionales como la Organización de Estados Americanos (OEA). Tomando en cuenta las

aportaciones de los autores ya mencionados, se puede decir que la desinformación es un estado de alteración de la realidad, en donde los sujetos son sometidos a grandes volúmenes de información con la intención de confundirlos, ya que los individuos son incapaces de distinguir lo falso de lo verdadero, y en donde la mentira se encuentra disfrazada de verdad, para posteriormente ser filtrada de manera intencional, a través de las redes sociales y medios de comunicación con diversos fines.

La segunda pregunta de investigación fue ***¿Qué políticas de información se han desarrollado como consecuencia del fenómeno de la desinformación en internet?*** Esta pregunta quedó sustentada durante la conformación del capítulo dos, en el que se realizó una comparación entre dos leyes que se generaron en la Unión Europea, para hacerle frente a la desinformación y las noticias falsas en internet. La primera de ellas perteneciente a Alemania, ya que fue el primer país en generar una ley de este tipo, esto se da gracias a los acontecimientos de las elecciones presidenciales en Estados Unidos y la segunda es la ley estipulada por Francia.

En el análisis se logró identificar que la promulgación de leyes, generan cierta preocupación porque pueden convertirse en armas de doble filo. Por una parte pretenden generar mecanismos para minimizar las consecuencias de la propagación de rumores y la desinformación, tratando de convertirse en una especie de árbitros de la verdad, pero por otro lado pueden ser usadas como armas de control y censura que atentan contra la libertad de expresión. Es por ello que muchas de estas legislaciones han sido cuestionadas, teniendo opiniones encontradas sobre su efectividad como mecanismos para frenar o contrarrestar la desinformación en internet.

La tercera y última pregunta planteada dentro de esta investigación fue ***¿Qué elementos conforman el ecosistema de la desinformación en internet?*** Para resolver esta pregunta, el capítulo tres fue importante porque se identificaron algunos de los actores que participan en la desinformación gestada dentro de la web.

Dentro del ecosistema de la desinformación destaca el factor humano como el principal actor detrás de la desinformación en internet, porque responde a diversos intereses que se encaminan a ocultar, sesgar o manipular información de manera intencionada.

En el aspecto tecnológico se destaca el uso de artefactos por los cuales, los actores pueden ejercer diversas acciones dentro del ecosistema de la desinformación, las cuales tiene repercusiones. Es relevante aclarar que las tecnologías, no son buenas ni malas, el componente humano y sus intenciones son las que delimitan el impacto dentro del ecosistema.

Con respecto a las manifestaciones dentro del ecosistema de la desinformación, se ven reflejadas en las plataformas digitales, las cuales pueden ejemplificarse a través de páginas web, blogs, foros etc. Muchos de estos espacios, son quienes facilitan la materialización y distribución de contenidos como noticias falsas, la sátira a través de memes, los deepfake, las cámaras de eco, los filtros burbuja y otros productos de la desinformación existente en el ecosistema digital.

La presente investigación también permitió reconocer a las bibliotecas y al profesional de la información como actores positivos para aminorar los efectos de la desinformación en el ecosistema digital, desde las siguientes aportaciones:

- Se debe garantizar que internet siga siendo un lugar abierto y colaborativo, en el que se puedan tener las mismas oportunidades de acceso a la información y de ser generadores de contenidos verídicos, gracias a la gran cantidad de fuentes y recursos de información que las bibliotecas pueden poseer.
- Se debe ser participe en la concientización de los ciudadanos, sobre la importancia de hacer valer su derecho a la información, y a ejercer una adecuada libertad de expresión, sin trasgredir el derecho que tienen los otros.
- Debe inculcar el uso de prácticas en ambientes digitales seguros, en donde se garantice, la protección de sus datos personales, para que estos no sean utilizados sin su consentimiento.

- Debe desarrollar en los ciudadanos el aspecto crítico, sobre la información que consume, inculcando la práctica habitual de verificar la información que encuentran.
- Implementar el desarrollo de habilidades informativas en el espacio digital. Así como promover programas de alfabetización digital y mediática.

Es importante destacar los esfuerzos gestados desde las asociaciones bibliotecarias como la IFLA, porque se han preocupado por garantizar el derecho y acceso a la información, así como asegurar la libertad de expresión, ya que la desinformación vulnera estos derechos y libertades. Por ello ha creado Comités, manifiestos, declaraciones y foros.

- Comité de Acceso a la Información y Libertad de Expresión (1997).
- Manifiesto IFLA/UNESCO sobre internet. (2001).
- Foro de Gobernanza de Internet IFLA/UNESCO (2017).
- Declaración de la IFLA sobre la alfabetización digital (2017).
- Declaración de la IFLA sobre noticias falsas. (2018).
- La Semana Mundial de Alfabetización Mediática e Informativa IFLA, UNESCO (2020)

Como se puede observar existen desde hace algunas décadas, esfuerzos colectivos para formar desde las bibliotecas a los ciudadanos, en el uso responsable de la información, tal y como se menciona a continuación:

Conviene mencionar que estos esfuerzos no son novedosos ni corresponden a ejercicios desarrollados como consecuencia de la explosión mediática de la desinformación. En 1989 el reporte final del Comité de Alfabetización Informativa de la American Library Association, señalaba la preocupación por la creciente abundancia de información y sus consecuencias, indicando que ser parte de una ciudadanía en el contexto de una democracia moderna no sólo implica acceder a la información sino también conlleva a la capacidad de reconocer propaganda, distorsión y otros abusos en la formación (Hernández Pérez, 2020, p. 116).

El tema de la desinformación, es un tópico que se encuentra en un punto álgido y diversas disciplinas lo están abordando, pero es relevante seguir con investigaciones asociadas con este fenómeno, desde la perspectiva bibliotecológica, es un fenómeno que indudablemente nos afecta, pero que nos abre la oportunidad, para seguir generando aportaciones y soluciones. Aunque también existen visiones que se contraponen a la posible incidencia de las bibliotecas ante el fenómeno de la desinformación “*las bibliotecas están limitadas al intentar resolver la problemática de la desinformación por una falta de articulación con programas de investigación y por carecer de una comprensión más profunda de este fenómeno*” (Sullivan, pp. 2-10 2019, citado por Hernández Pérez, 2020).

Las bibliotecas escolares y académicas desde hace algunos años se han encargado de crear instrumentos que facilitan la evaluación de los recursos de información en la web como los que se señalan a continuación:

- Test CRAAP (Currency o Actualidad; Relavance, Relevancia; Authority, Autoridad; Accuracy, Exactitud; Purpose, Propósito).
- Test RADCAB (Relevancy, Relevancia; Appropriateness, Oportunidad; Detail, Detalle; Currency, Actualidad; Authority, Autoridad y Bias, Sesgo o Tendencia).

Finalmente son muchos los obstáculos que han surgido para ocultar, manipular y alterar la información, es por ello que es necesario la implementación de métodos efectivos que contrarresten los efectos de fenómenos como la desinformación, involucrando enfoques multidisciplinarios donde la bibliotecología y los estudios de la información tiene un papel preponderante en el desarrollo de soluciones.

Referencias

ACEVEDO, E. (29 agosto 2019). Columna. *“Información Chatarra”*. Milenio. Disponible en: <https://www.milenio.com/opinion/enrique-acevedo/en-voz-alta/informacion-chatarra>

ACKOFF, R. L. (1989). *“From data to wisdom: information crisis”*. Disponible en: <https://bio.si/en/program/main-exhibition/17/from-data-to-wisdom/>

AGUIAR, D. S. (2002). *“Determinismo tecnológico versus determinismo social: Aportes metodológicos y teóricos de la filosofía, la historia, la economía y la sociología de la tecnología”*. Trabajo de grado. Argentina: Universidad de la Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.619/te.619.pdf>

AGUILAR GORDÓN, F. (2011). *“Reflexiones filosóficas sobre la tecnología y sus nuevos escenarios”*. En: *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*. n. 11. pp. 123-174. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846104007.pdf>

AGUILAR, J. (2011). *“Sistema semántico para la búsqueda inteligente de información por contexto para la web”*. En: *Revista Ciencia e Ingeniería*. v.32. n.3. pp.141-150. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5075/507550793004.pdf>

AIBAR, E. (2008). *“Las culturas de internet: La configuración sociotécnica de la red de redes”*. En: *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad – CTS*. v. 4, n. 11. pp. 9-21. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92441102>

ÁLVAREZ J.T. y SECANELLA, P.M. (1991). *“Desinformación”*. En *diccionario de ciencias y técnicas de comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.

ANDRES RODRÍGUEZ, R. (2017). *“Fundamentos del concepto desinformación como práctica manipuladora de la comunicación política y las relaciones internacionales”*. En: *Historia y Comunicación Social*. Disponible en: DOI: [10.5209 / HICS.59843](https://doi.org/10.5209/HICS.59843)

ARMENTERAS, D., GONZÁLEZ, T., VERGARA, L., LUQUE, F., RODRÍGUEZ, N. & BONILLA, M. (2016). *“Revisión del concepto ecosistema como unidad de la naturaleza 80 años después de su formulación”*. En: *Ecosistemas: Revista Científica de Ecología y Medio Ambiente*. v.25. n.1. Disponible en: <https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/1110>

ARO, J. (2016). *“The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tolos”*. En: European View. v.1 n.15. pp.121–132. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0395-5>

ARTICLE 19. (2013). *“Intermediarios de internet: Disyuntiva por la atribución de responsabilidad civil y penal”*. Londres, Article 19. Disponible en: https://www.article19.org/data/files/WEB_Spanish.pdf

AWUOR, A. S., KAWANYA, T. y NYAMBOK, G. A. *“The influence of infobesity on the information seeking behaviour of undergraduate students in Tangaza University College”*. En: Digital technologies for information and knowledge management. pp 278-286. Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/af5d/35ac1f6be330d051fb616b72c91bc1fa5b97.pdf>

BARRERA. et. al. (2020). *“Facts, alternatives facts, and fact Checking in times of pos-truth politics”*. En: Journal of public economics. v.182. pp. 1-19. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2019.104123>

BBC. (24 julio 2019). Columna. *“Cambridge Analytica: la multa récord que deberá pagar Facebook por la forma en que manejo los datos de 87 millones de usuarios”*. BBC. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49093124>

BBC. (29 abril 2019). Columna. *“Cuál es el origen de la palabra meme (y como se propagan)”*. BBC. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48092621>

BEECH, H. (2 abril 2018). Columna. *“A medida que Malasia se mueve para prohibir las noticias falsas se preocupa por quien decide la verdad”*. Reuters. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20181216150737/https://www.nytimes.com/2018/04/02/world/asia/malaysia-fake-news-law.html>

BENNETT, W. L. and LIVINGSTON, S. (2018) *“The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions”*. En: European Journal of Communication, v.33 n.2, pp. 122-139. Disponible en: <https://journals-sagepub-com.pbidi.unam.mx:2443/doi/pdf/10.1177/0267323118760317>

BORREGUERO, E. (24 diciembre 2018). Columna. *“Frente a la desinformación”*. El país. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2018/12/24/opinion/1545645156_031421.html

BRAMAN, S. (1989). *“Desing information: An approach for policymakers”*. En: Telecommunications Policy, Núm. 13. Disponible en: http://people.tamu.edu/~Braman/bramanpdfs/003_defining.pdf

BRAMAN, S. (1994). *“The Autopoietic State: Communication and Democratic Potential in the Net”*. En: Journal of the American Society for Information Science. No. 45. Disponible en: http://people.tamu.edu/~braman/bramanpdfs/007_autopoietic.pdf

BUCKLAND, M. (1991). *“Information as thing”*. Greenwood press. En: Journal of the American Society of Information Science. Vol 42. (5).

BURCH, S. (2016). *“Corporaciones de internet y nuevas dinámicas capitalistas”*. América Latina en Movimiento. Disponible en: <https://www.alainet.org/es/articulo/180968>

CAPILLA, P. (2019). *“¿De qué hablamos cuando hablamos de posverdad? Análisis del término en 7 diarios de calidad”*. España. En el Profesional de la información. v 28, n.3. Disponible: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.09>

CARREA MOREIRA, G. M., (2012). *“El concepto de mediación técnica en Bruno Latour Una aproximación a la teoría del actor-red”*. En: Psicología, conocimiento y sociedad. v.2 n.1. pp.56-81 Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4758/475847407004.pdf>

CINELLI, M. et. al. (2020). *“The COVID-19 Social media Infodemic”*. New York: Cornell University. En: arXiv.org. Disponible en: <https://arxiv.org/abs/2003.05004>

DARNTON, R. (2017). *“The true history of fake news”*. En: The New York review of books. Disponible en: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>

DAWKINS, R. (1985). *“El gen egoísta”*. España, Editorial Salvat.

DEL FRESNO GARCÍA, M. (2019). *“Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad”*. En: El profesional de la información. v.28. n.3. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>

DÖRR, K. N., (2016). *“Mapping the field of Algorithmic Journalism”*. En: Zurich Open Repositorio and Archive. Disponible en: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/114298/1/MAPPING_THE_FIELD_OF_ALGORITHMIC_JOURNALISM_DoerrK_.pdf

DOUGLAS, D. M. (2016). *“Doxing: a conceptual analysis”*. En: Ethics and information technology. v.18, n.3. pp.199-210. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/304572737_Doxing_a_conceptual_analysis

EL PAÍS. (12 junio 2009). Columna. *“Noticias del (otro) mundo”*. El país. Disponible en: https://elpais.com/diario/2009/06/12/tentaciones/1244830978_850215.html

ESPINO, L. A. (04 junio 2019). Columna *“Defender al CIDE es luchar contra la posverdad”*. Letras libres. Disponible en: <https://www.letraslibres.com/mexico/politica/defender-al-cide-es-luchar-contra-la-posverdad>

ESPINOZA, A., (2014). *“Interpretación Pragmática de los Sistemas de Creencias en Hume y Peirce”*. En: Cinta de Meobio. n.50. pp.101-110 Disponible en: <https://cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/download/32947/34678/0>

EUROPEAN UNION. (2018). *“A multi-dimensional approach to desinformation: report of independent high level group on fake news and online desinformation”*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

FERRADA CUBILLOS, M. (2013). *“Términos de uso frecuente de en la web social glosario”*. En: Serie Bibliotecología y gestión de información. n81. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/19182/1/Serie%20N%C2%B081%20Mariela%20Ferrada.pdf>

FIRTS DRAFT. (2020). *“Our misión”*. First Draft. Disponible en: <https://firstdraftnews.org/about/>

FIRTS DRAFT. (2020). *“Understanding and addressing the desinformation ecosystem”*. First Draft. Disponible en: <https://firstdraftnews.org/latest/understanding-disinformation/>

FALLIS, D. (2011). *“Floridi on disinformation”*. En: Ethics & Politycs. v. xiii. n. 2. pp. 201-214. Disponible en: https://www.openstarts.units.it/bitstream/10077/5802/1/Fallis_E&P_XIII_2011_2.pdf

FLORIDI, L. (2011). *“The philosophy of information”*. Inglaterra, Oxford University.

GARCÍA OROSA, B., GALLUR SANTORUN, S. & LÓPEZ GARCÍA, X. (2017). *“El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea”*. En: Revista Latina de Comunicación Social, n.72. pp. 1261 a 1277. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1218/RLCS-paper1218.pdf>

GARCÍA SÁNCHEZ, E. (2006). *“El concepto de actor: reflexiones y propuestas para la ciencia política”*. En: Andamios. v.3. n.6. pp. 199-216. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632007000100008#notas

GAREIS, T. (2003). *“Derechos y deberes de los profesionales”*. Barcelona, Ariel.

GIDDEMS, A. (2003). *“La constitución de la teoría de la estructuración”*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

GIMÉNEZ, G. (2006). *“Para una teoría del actor en las ciencias sociales: Problemática de la relación entre estructura y “agency”*. En: Cultura y representaciones sociales, v. 1, n.1, pp.145-147. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102006000100006

GLEICK, J. (2012). *“La teoría de la información: todo lo que busco es un simple cerebro mundano”*. En: *“La información: historia y realidad”*. Barcelona: Critica. Disponible en:

GÓMEZ ARRIAGADA, H. F. (2013). *“Desinformación en internet y hegemonía en redes sociales”*. En: Gestión de las personas y la tecnología. v.5. n.16. pp. 26-34. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759721>

GREENE, J. (2018). *“Alternative facts políticos”*. En: Salem Press Encyclopedia. Disponible en:

<http://pbidi.unam.mx:8080/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=129815289&lang=es&site=eds-live>

GUERRA GONZÁLEZ, J. T. (2020). *“Error 404: ¿Qué es y por qué es importante preservar el contenido digital”*. En: Muy Interesante. Disponible en: <https://www.muyinteresante.com.mx/ciencia-y-tecnologia/error-404-que-es-porque-es-importante-preservar-contenido-digital/>

HAO, K. (2019). *“EE. UU. Responsabilizara a las tecnologías de las fake news y el sesgo algorítmico”*. MIT Technology Review. Disponible en: <https://www.technologyreview.es/s/11097/ee-uu-responsabilizara-las-tecnologicas-de-las-fake-news-y-el-sesgo-algoritmico>

HEGARTY, S. (07 febrero 2020). Columna. “*Coronavirus en China quien era Li Wenliang, el doctor que trato de alertar sobre el brote (y cuya muerte causa indignación)*”. BBC. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-51371640>

HERNÁNDEZ ANTÓN, I. (2014). “*Floridi: información y filosofía*”. En: THÉMATA Revista de filosofía. No.40. enero-junio. pp.127-142 Disponible en: https://institucional.us.es/revistas/themata/49/estudio_7.pdf

HERNÁNDEZ PÉREZ, J. (2014). “*Las peripecias de la imagen: los memes, la digitalización y las portadas*”. En: “*El giro visual en bibliotecología: intersecciones de la información, la imagen y el conocimiento*”. Héctor Guillermo Alfaro López y Catalina Pérez Meléndez. (Coord.). México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información. Disponible en: http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/CL355/1/giro_visual_bibliotecologia_las_peripecias_de_la_imagen_jonathan_hernandez_perez.pdf

HERNÁNDEZ PÉREZ, J. (2015). “*Los actores en el libre acceso a la información en internet*”. En: “*Actores en las redes de infodiversidad y el acceso abierto*”. Estela Morales Campos (Coord.). México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información. Disponible en: http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/CL243/1/actores_redes_infodiversidad_acceso_abierto_jonathan_hernandez_perez.pdf

HERNÁNDEZ PÉREZ J. (2018). “*Infodiversidad en internet: libertades amenazas y políticas de información para su desarrollo*”. 1 (Ed.). México: UNAM.

HERNÁNDEZ PÉREZ, J. (2018). “*El ecosistema de la desinformación: excesos y falsedades*”. En: “*La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información* “. Estela Morales Campos (Coord.). México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

HERNÁNDEZ PÉREZ J. (2020). “*Desinformación y crisis sanitaria: alcances y oportunidades para las bibliotecas*”. En: Biblioteca Universitaria, v.23. n.1. Disponible en: <https://bibliotecauniversitaria.dgb.unam.mx/rbu/article/view/991/994>

HONAN, M. (2014). “*What is doxing?*”. Wired. Disponible en: <https://www.wired.com/2014/03/doxing/>

HOOTON, C. (10 noviembre 2016). Columna. *“Social media echo chambers gifter Donald Trump the presiidency”*. Independent. Disponible en: <https://www.independent.co.uk/voices/donald-trump-president-social-media-echo-chamber-hypernormalisation-adam-curtis-protests-blame-a7409481.html>

HORRIGAN, B. J. (2016). *“Information Overload”*. En: Pew research Center. p 3. Disponible en: http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/12/05162316/PI_2016.12.07_Information-Overload_FINAL.pdf

https://users.dcc.uchile.cl/~hsarmien/libros/La_informacion_historia_y_realidad.pdf

HÜTT HERRAR, H. (2012). *“Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”*. En: Revista Reflexiones, v.91. n.2. pp. 121-128. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

ILLADES, E. (2018). *“Fake news: la nueva realidad”*. México. Grijalbo.

INTERNET SOCIETY. (2014). *“Internet ecosystem: naming and addressing, shered global services and operations, and open standards development”*. Disponible en: <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2017/09/ISOC-Internet-Ecosystem.pdf>

INTERNET SOCIETY. (2016). *“El ecosistema de internet”*. Disponible en: https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2009/04/factsheet_ecosystem_20090310_es.pdf

INTERNET SOCIETY. (2016). *“Informe de políticas: gobernanza de internet”*. Disponible en: <https://www.internetsociety.org/es/policybriefs/internetgovernance/>

INTERNET WORLD STATS. (2020). *“Estadísticas mundiales de uso y población de internet: Estimaciones para el segundo trimestre de 2020”*. Disponible en: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

ISRALSON, O. (1988). *“Vive la désinformation: French styla”*. Boston University College of Communication: program for the study of disinformation series.

JOHNSON, RIDDLE AND COMPANY. (1915). *“Daddy, whats did you do in the Greatwar?”*. Disponible en: <https://www.wdl.org/es/item/4560/>

LASSWITZ, K. (2013). *“La biblioteca universal”*. Barcelona: España. Centellas

LATORRE, M. (2018). *“Historia de las web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0”*. Universidad Marcelino Champagnat. Perú.

LESACA, J. (07 octubre 2019). Columna. *“Soplones y desinformación: difundir los secretos de unos estados mientras se callan los de otros altera la democracia”*. El país. Disponible en:

https://elpais.com/elpais/2019/09/24/opinion/1569336575_547017.html?prod=REGCRART&o=cerrado&event=fa&event_log=fa&event_log=fa

LÓPEZ SANTAMARÍA, M.A. (2015). *“Los movimientos antivacunas y su presencia en internet”*. La Palma: Canarias. En: Ene Revista de Enfermería. v.9. n.3. Disponible en: [10.4321/S1988-348X2015000300011](https://doi.org/10.4321/S1988-348X2015000300011)

LÓPEZ, C. J. (20 enero 2020). *“Trump dice 14 mentiras, exageraciones o declaraciones engañosas en promedio por día, según The Washington Post”*. CNN. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/video/mentiras-trump-washington-post-dusa-juan-carlos-lopez/>

LUCUSHOST. (2020). *“¿Qué es un bot y para que se utiliza?”*. Disponible en: <https://www.lucushost.com/blog/que-es-un-bot/>

LYNCH, A. (1996). *“Thought contagion: how belief spreads thought society”*. New York. Basic Books. Disponible en: <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/2/2/review4.html#appendix>

MACHLUP, F. (1983). *“Semantic Quirks in Studies of Information”*. En: *The Study of Information: Interdisciplinary Messages*. pp. 641-671. New York: Wiley.

MAGALLÓN ROSA, R. (2019). *“La no regularización de la desinformación en la Unión Europea: Una perspectiva comparada”*. Madrid: Universidad Carlos III De Madrid. En: *Revista de Derecho Político*. n.106. pp. 319-347. Disponible en: <http://revistas.uned.es/index.php/derechopolitico/article/view/26159>

MARAS, M. H., & ALEXANDRO, A. (2018). *“Determining authenticity of video evidence in the age of artificial intelligence and in the wake of deepfake videos”*. En: *International Journal of Evidence & Proof*. v.3. n.23. pp.255-262. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1365712718807226>

MARTÍNEZ MUSIÑO, C. *“Desinformar en la sociedad de la información”*. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/16276/>

MARTÍNEZ, C. (21 junio 2020). Columna. *“Mitos Covid y la satanización del 5G”*. El Universal. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/mitos-del-covid-19-la-satanizacion-del-5g>

MATA VILLALPANDO B. I. y GUEVARA JUÁREZ. O. A. (2010). *“Virus informáticos, todo un caso, pero no perdido”*. En: Ciencias UAT. v.4, n.4. pp. 56-61. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441942920010>

MCDONNELL, J. (2018). “Noticias falsas, periodismo y verdad”. En: Mira, n.22.

MCINTYRE, L. (2018). “Posverdad”. España: Cátedra. Disponible en: https://www.catedra.com/libro.php?codigo_comercial=112117

MELÉNDEZ JUARBE, H.A., (2012). *“Intermediarios y libertad de expresión: apuntes para una conversación”*. En: *“Hacia una internet libre de censura: propuestas para América Latina”*. compilado por Eduardo Andrés Bertoni. Buenos Aires, Universidad de Palermo, Facultad de Derecho Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información. Disponible en: http://infojustice.org/wp-content/uploads/2012/01/internet_libre_de_censura_libro.pdf

MILLALEO HERNÁNDEZ, S., (2015). *“Los intermediarios de internet como agentes normativos”*. En: Revista de derecho (Valdivia). v.28, n.1. pp.33-54. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/revider/v28n1/art02.pdf>

MILOSEVICH JUARISTI, M. (2017). “El poder de la influencia rusa: la desinformación”. Real Instituto Elcano Royal Institute. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari7-2017-milosevichjuaristi-poder-influencia-rusa-desinformacion

MOLES PLAZA, R. J. (2017). *“Doblepensar lo negro blanco: propuesta metodológica para el análisis de la postverdad”*. Barcelona. En: Tiempo devorado: revista de historia actual. v.4, n.1. pp. 116-145. Disponible en: <https://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v4-n1-moles>

MORALES CAMPOS, E. (2004). *“El usos de la información y la reflexión, condiciones para llevar a la universidad del conocimiento”*. En: Infodiversidad. v.6. pp. 63-75. Disponible en: <https://redalyc.org/pdf/277/27700107.pdf>

MORALES CAMPOS, E. (2018). *“La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información”*. Universidad Nacional Autónoma de México; Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

MORÁN REYES, A. A. (2013). *“Disquisiciones sobre filosofía de la información y epistemología social”*. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México. México.

NGUYEN, T. T., NGUYEN, C.M., NGUYEN, D.T., NGUYEN, D.T., NAHAVANDI, D.T. (2019). *“Deep learning for deepfakes creation and detection”*. En: Arxiv.org. Disponible en: <https://arxiv.org/pdf/1909.11573.pdf>

NOCITO MORA, M. et al., (2017). *“La evolución del marketing al de influencia: los influencers”*. Colegio Orvalle, España. Disponible en: https://www.unav.edu/documents/4889803/13079787/62_Orvalle+-+La+evoluci%F3n+del+Marketing+tradicional+al+de+influencia+Los+influencers.pdf/5d9ee093-ff02-1d1a-c20f-714e021e9c5d

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2020). “Verified”. ONU. Disponible en: <https://www.shareverified.com/es>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, (2020). *“Las corporaciones tecnológicas y de redes sociales lucran a costa de la desinformación y el recismo afirma experta de la ONU”*. Disponible en: <https://coronavirus.onu.org.mx/las-companias-tecnologicas-y-de-redes-sociales-se-lucran-a-costa-de-desinformacion-y-discriminacion-afirma-experta-de-la-onu>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, (2020). *“Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus”*. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>

OXFORD LEARNER´S DICTIONARIES. (2020). *“Post-truth”*. En Oxford University Press. Disponible en: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/post-truth?q=post-truth>

PALONE, K. (2018). *“Submitting alternative facts to debate: a Weberian perspective on post-truth politics”*. Manchester University press. En: Redescriptions: political thought, conceptual history and feminist theory. v. 21. n. 3. pp. 112-127. Disponible en: <http://doi.org/10.7227/R.21.2.2>

PARISER, E. (2011). *“Cuidado con la burbuja de filtros en internet”*. En Conferencia TED, Disponible En: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=es#t-261806

PARISER, E. (2011). *“El filtro burbuja”*. El boomerang. Disponible en: <http://www.elboomeran.com/upload/ficheros/obras/documentofiltro.pdf>

PARISER, E. (2017). *“El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos”*. Edición Taurus, Barcelona.

PAUNER CHULVI, C. (2018). *“Noticias falsas y libertad de expresión e información. el control de los contenidos informativos en la red”*. En: UNED. Teoría y Realidad Constitucional. n.41. pp.297-318. Disponible en: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:TeoriayRealidadConstitucional-2018-41-7110/Cristina_Pauner_Chulvi.pdf

PAZ PELLAR, M. A. (2009). *“Redes sociales: la nueva oportunidad”*. México, Fondo de Información y Documentación para la Industria.

PESQUEUX, Y., (2009). *“Institución y organización”*. En: Cuadernos de Administración. n.41. pp. 7-25. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/n41/n41a2.pdf>

PIÑA, C. (08 mayo 2020). Columna. *“Entrevista a Carlos Piña. La taxonomía de las cuentas de las cuentas de Twitter”*. Milenio. Disponible en: <https://www.milenio.com/mileniotv/politica/entrevista-carlos-pina-taxonomia-cuentas-twitter>

PRINCIPIOS DE MANILA SOBRE LOS INTERMEDIARIOS DE INTERNET. (2015). Disponible en: <https://www.manilaprinciples.org/principles>

PUDDEPHATT, A. (2016). *“Internet y la libertad de expresión”*. En: Cuadernos de discusión de comunicación e información. n6. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246670_spa

RAMOS ALEJANDRO, Y. B. (2017). *“Implicaciones de la infoxicación en los medios digitales”*. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/32262/1/ENSAYO%20INFOXICACION.pdf>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014). *“Legislación”*. Madrid. Disponible en: <https://dle.rae.es/legislaci%C3%B3n>

RED EN DEFENSA DE LOS REDECHOS DIGITALES - R3D. (2017). “#Gobiernos espía: Vigilancia sistemática a periodistas, defensores de derechos humanos en México”. R3D. Disponible en: <https://r3d.mx/2017/06/19/gobierno-espia/>

REITZ, J. M. (2014). “Information”. En: Online Dictionary For Library Information Science. (DLIS). Disponible en: https://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_i.aspx

REYES, F. (06 diciembre 2018). Columna. “El peligroso fenómeno de los deepfakes afecta principalmente mujeres según un estudio”. Infobae. Disponible en: <https://www.infobae.com/tendencias/2019/12/06/el-peligroso-fenomeno-de-los-deepfakes-afecta-principalmente-a-las-mujeres-segun-un-estudio/>

RICHTER MORALES, U. (2018). “El ciudadano digital: fake news y posverdad en la era de internet”. México: Océano.

RIVAS TROITIÑO, J. (1995). “Desinformación, revisión de su significado, del engaño a la falta de rigor”. En: Estudios Sobre el Mensaje Periodístico. v2. n75. pp. 75-83. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9595110075A>

RODRÍGUEZ, J. (2012). “Tipos y funcionamiento de bots maliciosos usados por ciberdelicuentes”. Xataka Móvil. Disponible en: <https://www.xatakamovil.com/conectividad/tipos-y-funcionamiento-de-bots-maliciosos-usados-por-los-ciberdelincuentes>

ROMERO, L. M. (2012). “La desinformación en la nueva aldea global”. En: Comunicación Estudios Venezolanos de la Comunicación. v.159. pp.52-55. Disponible en: https://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2012159-160_52-55.pdf

RUBIO HANCOCK, J. (20 septiembre 2014). Columna. “Guía para luchar contra tu cerebro: los sesgos cognitivos”. El País. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2014/09/29/articulo/1411970154_000194.html

SAMPEDRO, J. (05 abril 2017). Columna. “Cámara de eco”. El país. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/04/05/opinion/1491393370_675528.html

SANTIAGO JUÁREZ, R., ADAME BRAVO, C. A., & PALACIOS FARFÁN C. I., (2019). “Reporte sobre las campañas de desinformación, “noticias falsas (fake news)” y su impacto en el derecho a la libertad de expresión”. México. Comisión Nacional de Derechos

Humanos. Disponible en: <https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-11/Reporte-Noticias-Falsas-Impacto.pdf>

SCHROEDER, K. (2017). “*Library and antilibrary preserving truth in the 21st century*”. En: IFLA Trend report 2017 Update. pp. 6-9. Disponible en: https://trends.ifla.org/files/trends/assets/documents/ifla_trend_report_2017.pdf

SEQUERA, BUZARQUIS, M. (2020). “*Preocupante regulación sobre desinformación en tiempos de COVID 19*”. TEDIC. Disponible en: <https://www.tedic.org/preocupante-regulacion-sobre-desinformacion-en-tiempos-de-covid19/>

SHERA, J. (1990). “*Los fundamentos de la educación bibliotecológica*”, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

SISTEMA DE INFORMACIÓN LEGISLATIVA. “*Gobierno*”. Disponible en: <http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=113>

SNYDER, P. DOERFLER, P., KANICH Y MCCOY, D. (2017). “*Fifteen Minutes of Unwanted Fame: Detecting and Characterizing Doxing*”. In Proceedings of the Internet Measurement Conference IMC. Association for Computing Machinery, New York. pp.432–444. Disponible en: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3131365.3131385>

TECUATL QUECHOL, M. G. M. (2018). “*La información: entre la verdad y la posverdad*”. En: “*La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*”. Estela Morales Campos (Coord.). México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

TÉLLEZ VALDÉS, J., (2016). “*Gobernanza en internet*”. En: “*Gobernanza global y cambio estructural del Sistema jurídico mexicano*”. José María Serna de la Garza (Coord.). México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4095/17.pdf>

TOEWS, R. (25 MAYO 2020). Columna. “*Deepfakes are going to wreak havoc on society. we are not prepared*”. Forbes. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/robtoews/2020/05/25/deepfakes-are-going-to-wreak-havoc-on-society-we-are-not-prepared/#1fd228d47494>

TORRE, R. M. (2005). *“Sociedad de la Información sociedad del conocimiento”*. (En línea). En: *Enjeux de monts: regards multiculturels sur les sociétés de i nformation*. Francia, C&F Éditions. Disponible en:

<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfocon.pdf>

TRÍAS DE BES, F. (27 mayo 2017). Columna. *“La verdad de la posverdad”*. El país. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/05/28/eps/1495922709_149592.html

TÚÑEZ LÓPEZ, J. M., TOURAL BRAN, C. Y CACHEIRO REUQUEIJO S., (2018). *“Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España”*. En: *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 750-758. Disponible en: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/jul/04.pdf>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO. (2020). *“La Infodemia y el peligro de la desinformación durante la pandemia”*. Argentina. Disponible en: <http://www.universidad.com.ar/la-infodemia-y-el-peligro-de-la-desinformacion-en-tiempos-de-pandemia82>

VALLE, M. (2019). *“DDoS, DoS, bot y botnet: Los términos que rodean al ciberataque que nunca pasa de moda. ¿En qué consisten?”*. Bit Life Media. Disponible en: <https://bitlifemedia.com/2019/06/ddos-dos-bot-y-botnet-los-terminos-que-rodean-al-ciberataque-que-nunca-pasa-de-moda-en-que-consisten/>

VALLE ROSADO, L., LÓPEZ MARTÍNEZ, J. y GARCÍA GARCÍA. (2013). *“Desarrollo e implementación de un bot convencional como apoyo a los estudiantes en proceso de titulación”*. En: *CIRC*. Pp.361-365.

VOUTSSÁS MARQUÉZ, J. (2015). *“Biblioteca digital 2.015”*. UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información. Disponible en: http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L66/1/biblioteca_digital_2015.pdf

W3C. (2015). *“Semantic web”*. Disponible en: <https://www.w3.org/standards/semanticweb/>

WAGNER, K. (21 octubre 2019). Columna. *“Twitter plans policy for deep fakes ahead of 2020 elections”*. Bloomberg. Disponible en: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-10-21/twitter-plans-policy-for-deep-fakes-ahead-of-2020-elections>

WARDLE, C. y DERAKHSHAN, H. (2017). *“Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making”*. Council of Europe. En: Council of Europe Report. Disponible en: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>

WASTERLUND, M. (2019). “The Emergence of Deepfake Technology: A Review”. En: Technology Innovation Management Review. v.9. n.11. pp.39-52. Disponible en: https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/TIMReview_November2019%20-%20D%20-%20Final.pdf

WEBSTER, F. (2002). *“Theories of the information society”*. London: Routledge.

WEEDON, J., NULAND, W. AND STAMOS, A. (2017). *“Information operations and Facebook”*. Disponible en: <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2020). *“Novel Coronavirus (2019-nCoV) situation report -13”*. WHO. Disponible en: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010_6

YANES MESA, R. (2003). *“La noticia y la entrevista: Una aproximación a su concepto y estructura”*. En: Ámbitos Revista Andaluza de Comunicación. n.10. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/168/16801013.pdf>