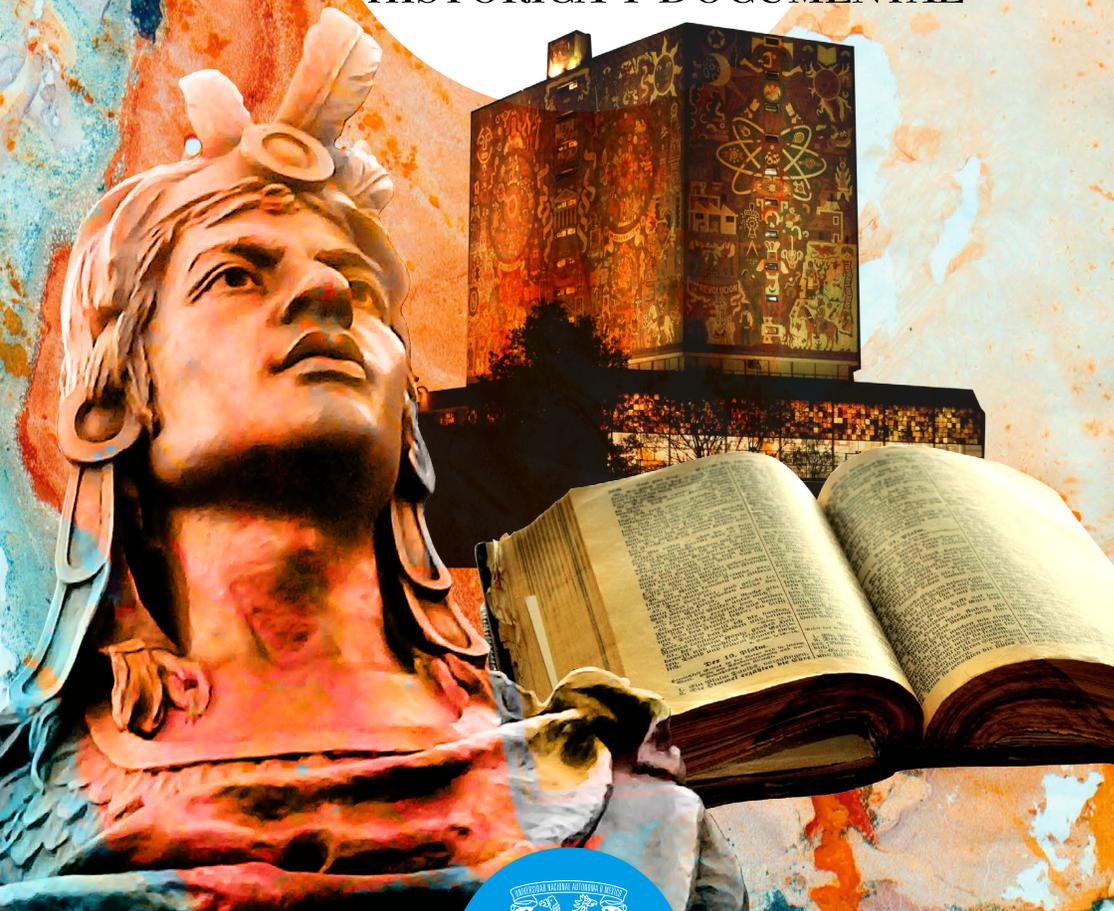


ESTELA MORALES CAMPOS

COORDINADORA



**LA
INFODIVERSIDAD
Y EL ACCESO
A LA MEMORIA
HISTÓRICA Y DOCUMENTAL**



Misma autora

Información y Sociedad:
retrospectivas y tendencias

Estela Morales Campos

Coordinadora

Información, desinformación,
bibliotecas y usuarios del siglo XXI

Estela Morales Campos

Coordinadora

Forjadores e impulsores
de la bibliotecología latinoamericana:
Venezuela

*Estela Morales Campos y Johann Pirela
Morillo*

Información, participación ciudadana
y democracia

Estela Morales Campos

Coordinadora



INFORMACIÓN Y SOCIEDAD

HM851

I54

La infodiversidad y el acceso a la memoria histórica y documental / Coordinadora Estela Morales Campos.
- México : UNAM. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2022.

XII, 359 p. - (Información y sociedad).

ISBN: 978-607-30-7191-8

1. Sociedad de la información. 2. Acceso a la información.
3. Usuarios. 4. Bibliotecas. 5. Archivos. I. Morales Campos, Estela, coordinadora. II. ser.

Diseño de portada: María Itzel Alcántara Jurado

Primera edición: 1 de diciembre 2022

DR © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información

Circuito Interior s/n, Torre II de Humanidades,

pisos 11, 12 y 13, Ciudad Universitaria, C. P. 04510,

Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México

ISBN: 978-607-30-7191-8

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Publicación dictaminada

Impreso y hecho en México

Contenido

Presentación	IX
ESTELA MORALES CAMPOS	

I. LA INFODIVERSIDAD: RIQUEZA PARA LOS USUARIOS

Acceso a la información e infodiversidad	3
JAIME RÍOS ORTEGA	

Información e infodiversidad como principios base para el ejercicio de los derechos políticos	31
HÉCTOR ALEJANDRO RAMOS CHÁVEZ	

La información falsa y sus implicaciones en la memoria histórica y en el derecho a informarse	55
ESTELA MORALES CAMPOS	

Perecer en internet: legados y cuentas conmemorativas	83
JONATHAN HERNÁNDEZ PÉREZ	

II. LA INFORMACIÓN: APOYO FUNDAMENTAL PARA PROTEGER LA MEMORIA HISTÓRICO-DOCUMENTAL

La importancia del dominio público para el acceso a la memoria histórica, cultural y documental	105
HUGO ALBERTO FIGUEROA ALCÁNTARA	

Crear, crear y compartir información, un análisis de predisposiciones y perversiones bajo el enfoque de la infodiversidad	129
FIDEL GONZÁLEZ QUIÑONES Y JOSÉ REFUGIO ROMO GONZÁLEZ	

VII

Impactos de la pandemia del COVID-19 en la producción científica: características, métodos de trabajo, manejo de datos y su relación con la infodiversidad	161
JAVIER TARANGO ORTIZ Y JUAN D. MACHIN-MASTROMATTEO	

Cartografías en la reconstrucción de la memoria documental sobre la pandemia del COVID 2019	195
JOHANN PIRELA MORILLO	

III. LAS BIBLIOTECAS Y LOS ARCHIVOS COMPROMETIDOS
EN RESGUARDAR, DIFUNDIR Y USAR LA MEMORIA
HISTÓRICA Y DOCUMENTAL

Bibliotecas: un apoyo al derecho de acceso a la información, frente a la infodiversidad y la pandemia	213
JOSÉ DE JESÚS HERNÁNDEZ FLORES	

Cine y bibliotecas: un binomio para conservar la infodiversidad de nuestra cultura audiovisual-documental	239
RUBÉN OLACHEA PÉREZ	

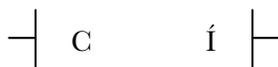
Infodiversidad y el impacto del descarte de material impreso en las bibliotecas a la memoria histórica y documental	259
JOSÉ LUIS VÁZQUEZ LUNA	

La importancia del registro de información en fototecas, trabajar con los recuerdos: la infodiversidad y el acceso a la memoria documental . . .	277
JESÚS FRANCISCO GARCÍA PÉREZ	

Archivos: memoria histórica y derechos humanos en la infodiversidad	313
ROSA MARÍA MARTÍNEZ RIDER	

Derecho a la información, vía del acceso y uso de la información en las bibliotecas y los archivos	337
NELSON PULIDO DAZA	

VIII



Crear, crear y compartir información, un análisis de predisposiciones y perversiones bajo el enfoque de la infodiversidad

FIDEL GONZÁLEZ-QUIÑONES Y JOSÉ REFUGIO ROMO GONZÁLEZ
Universidad Autónoma de Chihuahua, México

INTRODUCCIÓN

Durante un curso impartido a docentes universitarios, cuyo título fue ‘Primeros auxilios psicológicos para estudiantes de educación superior’, en donde asistieron docentes de diversas formaciones, como médicos, ingenieros, abogados, economistas, químicos, psicólogos y zootecnistas, por mencionar algunos, se estaba tratando la existencia de un protocolo escalonado para atender a personas o grupos de estudiantes que se encuentran pasando por una situación grave de estrés debido a problemas producto de situaciones accidentales inesperadas o de afectaciones crónicas graves.

Según el protocolo de atención a las víctimas, una vez que se ha logrado establecer cierta calma y estabilizar algunos sentimientos que fomenten en los involucrados una afectación de su estabilidad emocional, se habló de la importancia de conocer la realidad sobre el proceso traumático y lograr que sea establecida una sola versión del incidente, y esta versión debería ser lo más apegada a los hechos para reducir en lo posible la disonancia cognoscitiva de los participantes en la situación traumática.

Este enfoque terapéutico, intenta explicar el accidente y/o situación traumática con apego a la realidad porque supone que su conocimiento propicia el proceso de recuperación de la situación traumática y esta búsqueda de la verdad y de la realidad se pueden estudiar con diversas dimensiones relacionadas con el manejo de la información bajo el enfoque de la Infodiversidad, y su relación con el derecho a la verdad.

Ante la evidencia y argumentos señalados por la instructora del curso, quien presentó a la información veraz como parte del tratamiento terapéutico para los involucrados en una situación traumática, surgieron diversos comentarios provenientes de los docentes, quienes como ya se señaló, se desempeñan en áreas del conocimiento muy heterogéneas. Estos comentarios cuestionaron a la instructora en relación con la dificultad de establecer con veracidad lo sucedido en diversos contextos donde las versiones que explican lo acontecido en situaciones traumáticas son influidas por narrativas o información que no se apega a la realidad de lo acontecido, dificultando sobremanera al involucrado para tener conciencia sobre la veracidad de la información disponible; información que proviene de fuentes diversas, desde los medios de comunicación hasta las redes sociales.

La instructora respondía desde su opinión, experiencia y preparación en la sicología social a los diversos cuestionamientos del auditorio, donde no existía al parecer un manejo de los argumentos desde un contexto académico relacionado con las Ciencias de la Información. Algunos de los cuestionamientos fueron resueltos de manera satisfactoria, pero es posible que otros hayan quedado con respuestas parciales o limitadas. De esta forma, se rescataron algunas preguntas surgidas en la discusión de este curso y se establecieron como base para la presente investigación:

- a) ¿Si la información veraz es parte de la terapia para sanar a un público que se ha sometido a una situación traumática, cuál es el perfil de quienes se dedican a generar información falsa?
- b) ¿Existen ciertas características que comparten las personas que aceptan, asimilan y comparten información falsa?
- c) ¿Qué normatividad existe relacionada con la generación y propagación de información falsas?

Por otro lado, y como complemento a estas interrogantes, se añadieron dos adicionales:

- a) ¿Qué se podría concluir sobre las motivaciones para crear y creer información falsa bajo el enfoque de la Infodiversidad?
- b) ¿Cuáles son las últimas conceptualizaciones en la literatura sobre la información falsa?

Tomando en cuenta estos antecedentes, a continuación, se intenta responder a los cuestionamientos anteriores por medio de una revisión de fuentes bibliográficas recientes.

INFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA INFODIVERSIDAD

Cualquier información es verdadera, es una premisa propuesta por Santiago *et al.* (2019), pero la desinformación, –creada sin la intención de causar daño–, y la desinformación, –creada intencionalmente para dañar– por el contrario, son informaciones falsas. La posverdad por su parte, aunque puede incluir un juicio de falso o verdadero sobre los hechos, depende fuertemente de las emociones como un determinante para la toma de decisiones y no de la racionalidad

de las ideas, disminuyendo así la brecha entre la honestidad y la falsedad (Frankfurt 2007; Keyes 2004; Kreitner 2016).

Las capacidades tecnológicas y la conectividad han traído como consecuencia enormes posibilidades para difundir la información, permitiendo estar informados en tiempo real (Alonso 2019; Farias-Batlle *et al.* 2020; Contreras 2021), pero este aumento en la capacidad técnica de generar y compartir información no necesariamente ha generado una mejor utilización de la misma, aunque sí ha permitido que ésta llegue a todo tipo de actores diversos, siendo éste uno de los orígenes del concepto de Infodiversidad, que estudia estas dinámicas de la globalización de la información (Morales 2000).

Este concepto de información ha sido discutido por diversos autores, siendo a veces utilizado como sinónimo con otros conceptos como el de datos, conocimiento, e incluso el de comunicación. El caso de los datos ha derivado en el estudio de grandes cantidades de números, siendo llamados recientemente *big data*, pero el concepto de la información se ha estudiado en el marco de la sociedad de la información que ha evolucionado a la llamada sociedad del conocimiento. Por su parte, la comunicación se ha desprendido un poco de esta base, siendo abordada más bien por las ciencias de la comunicación.

DEFINICIÓN DE LAS NOTICIAS FALSAS

Aunque la presente investigación no se centra en el tratamiento de las noticias sino en el tratamiento de la información, buena parte de la literatura analizada considera estos dos conceptos como sinónimos, por lo que en la narrativa presentada se encontrará frecuentemente la palabra noticia. Un ejemplo de lo anterior es lo señalado por Burgos, cuando

presenta su definición de noticias falsas como “una estrategia narrativa aplicable a cualquier información independientemente de su centralidad en el conocimiento de los hechos sociales” (Burgos 2018, 16), añadiendo que para las *fake news* no es importante conocer la verdad sobre los hechos y las motivaciones para informar se centran en la alteración de la realidad, pero haciendo parecer que esa información es objetiva.

Este término proveniente del idioma inglés, sería traducido al español como noticia falsa, y tiene relación con otros términos utilizados recientemente en el estudio de la información/noticias falsas. Aunque la definición pareciera muy simple, en realidad no lo es tanto, tal como lo señala Domínguez (2020, 98).

No se percibe una idea nítida acerca del concepto de noticia falsa, es decir, se parte de la base de una cierta desorientación en cuanto a calificar el fenómeno, simplemente porque no se han definido con precisión el significado, el origen, las formas, el alcance y las consecuencias.

Lo anterior podría ser poco alentador para el entendimiento del fenómeno, pues si el concepto aún no se ha definido con precisión por parte de los estudiosos del tema, entonces seguramente las reflexiones y discusiones harán referencia a ideas diversas y vagas, aunque quienes participen en esta reflexión sean académicos universitarios.

Para Burgos (2018), la esencia de las noticias falsas pareciera tener una relación estrecha más con la búsqueda de generar una determinada reacción y posicionamiento por parte del receptor que por la imparcialidad informativa y la pulcritud que la sociedad asume como una responsabilidad de los medios en las sociedades democráticas. Por su parte,

Barbas (2019), señala que tienen como objetivo deliberado engañar, inducir al error y manipular decisiones personales por medio del desprestigio de las instituciones o de las personas, pero no sólo comprometen a los sujetos de la noticia, también ponen en juicio a los medios de comunicación y los periodistas, a la vez que generan un reto mayor para los lectores quienes deben además ser capaces de diferenciarlas de los hechos reales.

Cuando se busca definir algo, se puede empezar diciendo lo que no es. En el caso de la información falsa se podría buscar una definición tal que pudiera servir para discernir y clasificar esta información en falsa o verdadera, sin embargo y sin pretender entrar en una discusión relacionada con el análisis lógico de los argumentos, parece que en general no es posible establecer con exactitud la falsedad o veracidad de las noticias, así lo señalan Caiza *et al.* (2020) cuando indican que no es posible evaluar la información con una concepción binaria, puesto que una de las características de las noticias falsas es que presentan un grado de veracidad.

Habiendo establecido que las noticias falsas tienen un grado de veracidad y por lo tanto de falsedad, se podría también establecer una propuesta de clasificación de los tipos de noticias falsas, entre los que se han identificado los siguientes:

- a) Noticias con una buena intención, pero basadas en una mentira o una verdad a medias. Se cita como ejemplo la historia de gran circulación relacionada con la renovación de las personas que señala el caso de las águilas y la gran mentira relacionada con la conducta de desprender su pico y plumas de manera intencional en una cueva aislada donde pasaban varios meses sin comer esperando el crecimiento del nuevo pico. Esta historia es completamente falsa pues el desprendimiento simultáneo

del pico, plumas y garras en un ave de presa traería como consecuencia la muerte en menos de una semana (AFP Factual 2020).

- b) Noticias con una buena intención, que comparten un suceso real, pero malinterpretando los hechos por desconocimiento o por error y de esta forma desvirtuando el conocimiento de la verdad. Al igual que las anteriores, su intención es buena o al menos neutral, pero a diferencia de la anterior, difunden un suceso que se puede considerar real, aunque desvirtúan su contexto, trayendo como consecuencia la falsedad.
- c) Noticias realizadas por personas malintencionadas, que utilizan historias y sucesos verdaderos o falsos (como hay mala intención desde un inicio no importa) para desprestigiar intencionalmente a personas o empresas comerciales o con afiliación política.

INTENCIONALIDAD Y MOTIVACIONES DE QUIEN GENERA LA INFORMACIÓN FALSA

En las preguntas de esta investigación se ha vislumbrado establecer un perfil de las personas que se dedican a crear y difundir información falsa. Ya se aclaró con anterioridad que existen casos donde estas noticias son creadas y compartidas de forma no intencional, pero el énfasis de este documento se pretende dar a la motivación detrás de quienes generan y comparten esta información intencionalmente.

Esta intencionalidad se ha definido con el término ‘desórdenes informativos’, estableciendo su origen en diversas causas como la sobreexposición y la infra información en la era de la posverdad, lo cual presenta una aparente contradicción entre la cantidad de información necesaria para llegar a la verdad (Del-Fresno 2019). Otros autores parecen coincidir

en lo anterior, identificando una intencionalidad más allá de estas circunstancias y que proviene de otros intereses, (Caiza *et al.* 2020, 92).

Las noticias falsas son creadas con la intención de engañar y quienes las producen tienen motivaciones políticas, ideológicas, financieras e incluso la intención de provocar o entretener... son una imitación que guarda los componentes estructurales similares a una noticia: poseen un titular, un cuerpo de redacción y, en ocasiones, imágenes. Algunos contenidos falsificados incorporan formatos de noticias de video o de radio.

Esta afirmación resulta importante porque los autores indican la similitud en la estructura de la noticia, haciéndola pasar como verdadera de acuerdo a la adecuación de ciertos elementos y además incluyen la mención de los formatos de video y radio. Waldrop (2017) coincide con lo anterior en cuanto a la adulteración intencional para inducir al error de los lectores y añade además que quienes las crean buscan un beneficio económico o un control en las ideas, haciendo de esta última una estrategia más nociva que la primera porque es una estrategia de control social político e ideológico. Fernández-López y Perea (2019) están de acuerdo con este planteamiento señalando que este contenido engañoso puede hacer a la gente derivar hacia una línea ideológica determinada.

Los creadores de información falsa suelen tener a su disposición grandes conocimientos no solo de manipulación social, sino también en el manejo de diversas tecnologías como la manipulación de imágenes faciales con herramientas de diseño gráfico o con técnicas conocidas como Deep Learning que presentan diversas implicaciones morales éticas y legales al crear imágenes alteradas situando a los in-

dividuos en escenas falsas o creándoles identidades ficticias (Barbas 2019). El autor añade que el incremento de esto es alarmante, sobre todo en las redes sociales, lo cual ha derivado en diversas investigaciones recientes de este fenómeno.

Saquete *et al.* (2020) identifican dos intereses principales como motivación de quienes generan información falsa, los ideológicos que buscan manipular a la sociedad para que opine o actúe de una forma determinada y el segundo serían los factores económicos, que impulsan a las empresas o individuos por medio de lo que ellos llaman ‘*clickbaits*’ que consisten en la creación de textos sensacionalistas que sirven como carnada para acceder a un contenido de internet.

De acuerdo a los autores analizados, y de la misma forma que se propuso una clasificación de noticias falsas, ahora se propone una clasificación de intencionalidades:

Quienes comparten noticias falsas pueden tener los siguientes motivos:

- a) Bromas, bulos o un genuino interés lúdico. Es importante señalar que, aunque el interés de quien crea estas noticias falsas sea en un inicio la diversión, esta conducta puede tener otros efectos al desprestigiar a la persona o institución que es blanco de la broma.
- b) Desprestigiar o dar un prestigio falso a personas o instituciones pertenecientes a algún partido político o institución no comercial. Estas noticias falsas son muy comunes y se generan por expertos en propaganda y manipulación de la percepción masiva de los públicos. Quienes las generan pueden ganar grandes cantidades de dinero y trabajar incluso al mismo tiempo con adversarios políticos opuestos.
- c) Desprestigiar o dar un prestigio falso a personas o empresas comerciales. Se presentan cuando la intención de generar la noticia falsa consiste en boicotear la actividad comercial de

personas o empresas por medio de la generación de un rumor o de una mentira.

Por su parte, García-Galera *et al.* (2020, 110) proponen un paradigma EMI para presentar un inventario de noticias falsas, donde la *E* significa engañar, por medio de relatos ficticiales fruto del engaño de un periodista. La *M* representa manipular por medio de relatos contaminados por sesgos e intenciones oblicuas del redactor y la *I* alude a informar por medio de relatos erróneos en los que el periodista tuvo la intención honesta de informar. Por supuesto que el tercer caso podría ser considerado como el menos grave porque no existe una intención de causar daño por parte del comunicador, sin embargo, el gran reto sería determinar qué porcentaje de las noticias falsas corresponden a cada uno de los tres grupos propuestos en esta clasificación.

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE LAS NOTICIAS FALSAS

Es un hecho que las noticias falsas afectan prácticamente a toda la sociedad (Domínguez 2020), sin embargo, al parecer sus efectos no son idénticos en todas las personas y pareciera que existe una cierta predisposición en algunas personas a caer en estos engaños, algo similar a la facilidad con la que algunas personas caen por ejemplo en chantajes o falsas rifas, concursos, promocionales o estafas telefónicas.

Existe la idea en general de que las noticias falsas tienen tanto arraigo principalmente debido a la ignorancia de las personas, pero, aunque en general la ignorancia pudiese jugar un papel importante en el perfil del consumidor de noticias falsas, al menos en cuanto al nivel de estudios formales no parece haber una correlación entre un menor grado aca-

démico y la propensión a creer noticias falsas y compartirlas. Por otro lado, la difusión de información falsa amenaza a todo tipo de personas, entidades y sociedades de manera transversal y abordando todos los campos, por ejemplo, la política, medicina y economía por mencionar algunos (Caiza *et al.* 2020).

Fernández-López y Perea (2019) abordan algunas explicaciones de este fenómeno desde el marco de la ciencia cognitiva, que se ha interesado en investigar cuales son los factores que nos hacen caer en estos engaños y comentan los resultados de dos estudios recientes que identifican dos de las principales razones por las cuales las personas caen en la trampa de las noticias falsas: (1) La exposición repetida a contenido falso y (2) la predisposición a no pensar de manera analítica.

La primera de las razones, que es una técnica propagandística de manipulación con origen en conflictos bélicos analizada y estudiada por diversos autores pareciera ser una amenaza externa mientras que la predisposición a no pensar de manera analítica es una debilidad interna de los individuos porque la base de nuestras construcciones sociales de racionalidad se genera con la capacidad para diferenciar lo real de lo irreal y lo verdadero de lo falso.

En el mismo contexto de la ciencia cognitiva, Sanz y Carro (2019) realizan un estudio sobre el consumidor de información, donde la polarización y la confrontación por parte de las personas en las redes sociales, generan un análisis emocional e impreciso de los hechos, gracias a un funcionamiento cerebral donde las falsas informaciones se procesan fácilmente y desacreditarlas resulta complicado. Los autores explican este fenómeno utilizando tres teorías:

- a) El Razonamiento Motivado, donde se señala que las personas se convencen a sí mismas de que las noticias más increíbles son verdaderas si coinciden con sus creencias.
- b) Los Sesgos Cognitivos, en los cuales las personas presentan pereza o incapacidad mental para analizar las situaciones, utilizando como alternativa su intuición, precipitando sus conclusiones y equivocando su razonamiento.
- c) La Teoría del Proceso Dual, la cual indica que se analizan las informaciones siempre y cuando sean relevantes para el individuo o le sean de su particular interés, lo cual se explica por una necesidad de no malgastar los recursos de pensamiento y análisis en cosas que no se consideran importantes.

Por su parte, Catalina-García *et al.* (2019) señalan que no se tiene el hábito de leer o escuchar el contenido de las noticias, y la mayoría se concentra en la lectura de los titulares, teniendo una especial preferencia por la información generada en las redes sociales y versiones digitales de los medios, abandonando los medios tradicionales en sus soportes de origen.

Otro elemento importante en el consumidor de noticias falsas es la tendencia de los individuos a seleccionar aquella información que encaja con sus ideas y prejuicios y cuando la noticia confirma estas percepciones ideológicas tiende a ser aceptada sin un mayor análisis (Fernández-López y Perea 2019). Este error es conocido con el nombre de sesgo de confirmación y pareciera ser el más grave de las razones analizadas hasta el momento.

Con base en los autores analizados, las personas como consumidores de noticias falsas podrían clasificarse en los siguientes grupos:

- a) Quienes reciben una noticia falsa, asimilan su información como verdadera y genuinamente la comparten con buena fe, pensando que de esta manera logran informar verazmente a sus semejantes.
- b) Personas que reciben una noticia falsa y la comparten sin estar conscientes de su veracidad, no tienen una intención primaria de afectar a alguien, pero tampoco reflexionan si lo que comparten podría ser una calumnia o afectar a terceros
- c) Personas que reciben una noticia falsa e intuyen o están seguros que la información contenida en la misma es inexacta o carece de veracidad y de todas formas la comparten con una verdadera intención de calumniar, ofender o desprestigiar a empresas y/o personas.

Aunque los dos primeros ejemplos pueden causar graves afectaciones a terceras personas, el tercer caso es sumamente preocupante pues se presenta tan frecuentemente que no parece ser la excepción. Las personas que comparten mentiras a propósito, generalmente se escudan argumentando que la intencionalidad de hacerlo corresponde a la búsqueda de un bien común, que justifica mentir y calumniar.

La literatura consultada hasta ahora coincide en que se tiende a aceptar como verdadera aquella información que se adapte o complemente los prejuicios (juicios previos) relacionados con alguna postura o posición personal ante alguna situación particular. En esto influyen sobremanera los valores del individuo y su sentido de pertenencia a determinados grupos sociales como la familia, la orientación sexual, la religiosidad o la postura política.

Por otra parte, se considera como verdadera aquella información que se adapte o complemente la postura personal, y se rechaza de forma sistemática, de manera consciente o inconsciente, toda evidencia contraria a la opinión personal.

De esta forma, aquella información que se adapte a los paradigmas personales es más susceptible de ser compartida, aunque sea inexacta o falsa y, por el contrario, aquella información verdadera que contradiga las creencias tenderá a ser ignorada, menospreciada y ocultada, al menos en un principio. Tomando en cuentas las ideas anteriores y para representar gráficamente lo analizado se presenta la figura 1.

Figura 1. El triunfo de la información falsa en la sociedad actual.



Fuente: elaboración propia

En otros estudios analizados, Kruger y Dunning (1999) identifican un sesgo cognitivo donde se indica que las personas creen saber más cuando menos saben, y tienden a sobreestimar sus habilidades, capacidades y conocimientos trayendo como consecuencia opiniones sobre todo lo que se escucha, pero con poco o nulo conocimiento. Los investigadores en-

contraron que cuanto más incompetente es una persona menos consciente es de ello y, por el contrario, las personas más competentes y capaces suelen infravalorar esas competencias y conocimientos. Este sesgo es conocido como efecto Dunning-Kruger y es importante porque explica de cierta forma como una persona incompetente consume y comparte información falsa porque no es consciente de ello.

Además, se ha demostrado que es importante la confianza que genera un contacto para decidir si se toma por verdadera la información que genera (Shteynberg 2015) y si se tiene confianza en esta persona, se presentará una conducta posterior para respaldar la información (Machackova y Sma-hel 2018). El resultado de esta confianza podría traer como consecuencia una mayor posibilidad de que la información sea compartida sin una verificación previa (Montero-Libero-na y Halpern 2019). Estas personas que inspiran confianza pueden ser familiares, amigos, profesores o incluso líderes de opinión como lo son algunas figuras públicas.

Rodríguez-Fernández (2019) analiza el uso de información falsa en el contexto organizacional, indicando que por lo general la información falsa se genera de forma intencional por parte de una persona externa a la organización con el propósito de dañar su reputación, pero esto no siempre es así pues también los mismos empleados de la empresa pueden ser responsables de generación de bulos para ejercer algún tipo de presión en sus compañías.

REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVIDAD RELACIONADA CON LAS NOTICIAS FALSAS

Ante esta problemática descrita, surgen también diversos cuestionamientos relacionados con las implicaciones legales

relacionadas con la generación y transmisión de información falsa y por desgracia, pareciera que en general la normatividad existente no es lo suficientemente efectiva como para disuadir a las personas que se dedican a su generación. Entre las iniciativas más importantes para combatir estas noticias se encuentran acciones generadas desde la sociedad civil, una de ellas se conoce como ‘Verificado 2018’ y consiste en realizar actividades conocidas como *fact-checking* (Galarza 2020) las cuales incluyen la detección de errores y noticias falsas en los medios de comunicación, publicando las aclaraciones respectivas.

Galarza identifica las principales críticas al proyecto detectando que, a pesar de la aclaración de la falsedad en las noticias, las personas son proclives a rechazar este análisis cuando es contrario a las creencias propias y los lectores frecuentemente lejos de agradecer el esfuerzo por la verificación, “criticaban en sus mensajes esta tendencia a interpretar la información de ‘Verificado’ como objetiva o parcial a partir de sus preferencias políticas” (2020, 49). En el apartado VI se analizan estas iniciativas de *fact-checking* y su relación con el combate a las noticias falsas.

En cuanto al marco legal, Domínguez (2020) resalta la importancia de intensificar la normatividad contra lo que él llama desinformación, y en este esfuerzo se deben involucrar los Estados, instituciones, organizaciones empresariales y órganos supranacionales. El autor también señala que estas normativas deben ser claras y contundentes y responder a las necesidades de los ciudadanos en sintonía con los sistemas educativos. Esta problemática es agravada porque existen evidencias de grupos operativos con infraestructura tecnológica y altos presupuestos económicos para generar noticias falsas utilizando granjas de trolls, enlaces engañosos, métodos de *clickbait* y *marketing* viral, con una gran

coordinación para contaminar cualquier ecosistema de información, y es evidente el ambiente de libertad e impunidad en el que estas actividades se generan al margen de cualquier normatividad. De igual forma, otros autores han tocado el tema, como Romero (2019) quien señala el uso de bots, memes y trolls en las campañas electorales de México en el año 2018 y García (2018) quien analiza el fenómeno desde la participación política de los millennials.

Fernández y González (2018) indican que la responsabilidad de esta situación recae en todas estas personas perversas que generan mentiras, pero también los usuarios que les dan credibilidad y difusión y en los Gobiernos y poderes públicos que no buscan legislar con medios y castigos ejemplares pues muchas veces son ellos mismos quienes recurren al uso de las mentiras como parte de sus campañas políticas. A esta responsabilidad se unen también los medios de comunicación por no ser objetivos y por haber prostituido la profesión periodística al permitir de manera sistemática toda noticia falsa que se adapte a sus líneas editoriales o a los intereses de su Consejo de Accionistas. Finalmente, las redes sociales son también señaladas con gran parte de esta responsabilidad por sus tibios esfuerzos para dificultar que sean compartidas noticias falsas, y buena parte de su financiamiento proviene precisamente de actores que representan enormes negocios producto de las mentiras.

En una plática personal, el abogado Ramón Arias Montes (Arias, comunicación personal, 29 de diciembre, 2021) consultado con relación a la legislación existente en México sobre la generación y transmisión de noticias falsas, comenta lo siguiente:

- a) “La única referencia que conozco está en el código penal, a través de los delitos de calumnia y difamación, sin embargo,

cada Estado lo regula a su manera, así que puedes encontrar algunas entidades de la República donde ya no sea delito o esté acotado. En algún tiempo se manejó bajo la idea de divulgar información, cierta o falsa, por cualquier medio, que atente contra la buena fama pública o reputación de la persona. Existen salvedades que se regulan de distinta manera en cada Estado, sobre las personas públicas (artistas, políticos y deportistas, por lo general), que por razón de sus actividades están expuestos a la opinión pública o viven de ello. Asumo que las regulaciones de las redes sociales lo prevén, pero son políticas de entes privados, así que desconozco cuál sea la fuerza legal que puedan tener. Para que una calumnia pueda tener trascendencia legal, tendría que provocar algún efecto social notorio, pero la responsabilidad se diluye porque es difícil encontrar quién pudo ser la fuente u origen, mientras que los demás –quienes comparten la calumnia– se podrían escudar en el argumento de que sólo compartieron, incluso aduciendo que fueron una víctima más del engaño”. Como soporte a la anterior entrevista, el artículo 1916 del Código Civil Federal de México (JUSTIA México 2022) establece las penas para quien cause un daño moral entre las que se incluyen:

- b) “1. El que comunique a una o más personas la imputación que se hace a otra persona física o moral, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que pueda causarle deshonor, descrédito, perjuicio, o exponerlo al desprecio de alguien;” y de igual forma, “4. Al que ofenda el honor, ataque la vida privada o la imagen propia de una persona”

Sin embargo, incluso en las mismas discusiones del Senado se ha concluido que las noticias falsas no tienen una solución en la legislación, (Senado de la República 2018). En el caso de América Latina, Lubianco (2020) detalla 11 leyes y proyectos de ley contra la desinformación que implican

multas, cárcel y censura. En estos proyectos no se incluye ninguno de México.

COMBATIENDO LAS NOTICIAS FALSAS

De acuerdo a lo analizado anteriormente, el combate a la información falsa parece no tener actualmente su mayor bastión en la normatividad y en la aplicación de las leyes. Ante este sentimiento de indefensión social producto del fenómeno, los autores analizados proponen distintas estrategias para combatir la información falsa, entre estos autores se encuentra Galarza (2020), quien menciona como alternativa el periodismo de *fact-checking*, es decir las iniciativas producto de actores sociales vinculados a los medios de comunicación que verifican la información que se han tratado en la parte IV y añade también los proyectos de alfabetización mediática como factores para generar un público más crítico.

Este concepto de la alfabetización mediática es muy importante y suele estar vinculado con la idea de que la educación es la solución a las problemáticas planteadas, otros autores como López Borrull y Ollé (2020) vislumbran la necesidad de una aproximación interdisciplinar a la desinformación científica y proponen la creación de contenidos de calidad para revertir los efectos de estas mentiras. Gallardo-Camacho y Marta-Lazo (2020) sugieren combatir las noticias falsas desde la Universidad por medio de la alfabetización digital y el pensamiento crítico, creando equipos de trabajo con una planeación y presencia en los medios sociales que incluyan a la educación, y a la comunicación como aliados.

Caiza *et al.* (2020) concuerdan con lo anterior y añaden que la mejor estrategia para frenar la difusión de las noticias falsas es la combinación de las técnicas asistidas por compu-

tadora con la alfabetización y la promoción del pensamiento crítico.

Retomando el periodismo de verificación de hechos o *fact-checking*, se podría decir que es la estrategia más mencionada para combatir la información falsa, aún y cuando pareciera que solamente se utiliza en el contexto de las noticias y no de la información misma. Para Rodríguez (2020), estas iniciativas son el único cortafuego real con el propósito de mejorar la calidad del debate público y ni el periodismo como profesión ni las plataformas sociales son aún capaces de controlar la desinformación. Como áreas de oportunidad del periodismo de verificación de hechos, el autor identifica que es reactivo y requiere tiempo, actuando una vez que una información falsa se ha viralizado, siendo más un tratamiento posterior a la enfermedad que una vacuna.

Aunque estas iniciativas tienen un perfil central en la lucha contra la desinformación, no existe en la academia unanimidad sobre su efectividad (Phillips 2020) y los estudios muestran que la verificación es más aceptada por individuos que ya tienen una posición tomada en línea con los resultados del chequeo, resultando ineficaz contra los no alineados ideológicamente a ese resultado, incluso, llegando a producir efectos contraproducentes. Estos resultados son sumamente significativos porque permiten inferir que para algunas personas la verdad sólo es importante cuando confirma sus ideas y ante la evidencia de la equivocación tienden a conformar posturas aún más radicales.

Por si lo anterior no fuese suficientemente grave, García-Marín (2020) señala también que el desmentido de una falsedad no necesariamente mitiga su impacto y una historia confirmada como falsa aún puede seguir teniendo consecuencias en la vida de los afectados, tal como en la frase del dominio público conocida como ‘calumnia, que algo queda’.

Existen algunos estudios sobre la información falsa, vinculados básicamente con las noticias falsas en los que se han propuesto análisis de los medios, por ejemplo el realizado por Terol-Bolinches y Alonso-López (2020) quienes muestrearon 38 periódicos españoles, encontrando que solamente cuatro de ellos incluyen una herramienta de *fact-checking* para la comprobación de las informaciones que se publican, lo cual muestra en general un bajo compromiso con sus lectores en el ejercicio de la transparencia de sus informaciones. En este mismo sentido, Blázquez-Ochando (2018) propone abordar el problema de la información falsa por medio de un corpus de noticias que permita experimentar el desarrollo de técnicas de detección y predicción.

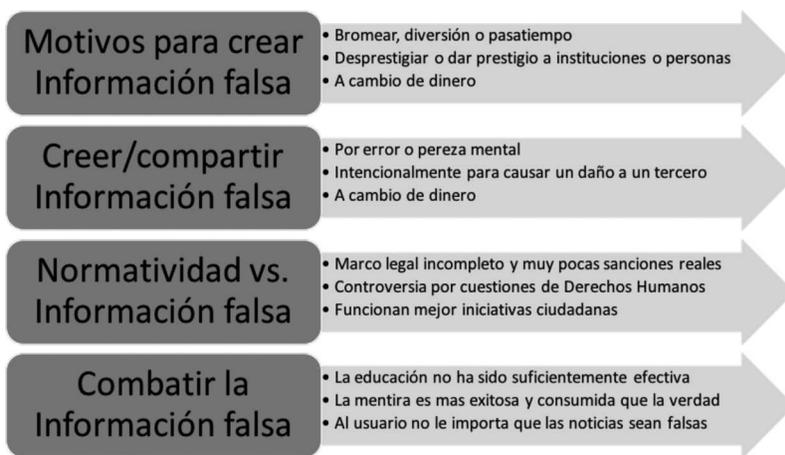
Por su parte, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos de México presenta algunas propuestas para reducir las campañas de desinformación en cuatro ámbitos:

- (1) Agentes estatales, que incluyen la creación y legislación en el ámbito de las noticias falsas por parte de órganos con enfoque en el derecho internacional;
- (2) Ámbito periodístico, donde resaltan refuerzos a la ética e incentivos de los medios para combatir noticias falsas;
- (3) Ámbito de Derechos Humanos, donde se informe y concientice a los ciudadanos;
- y (4) Ámbito Académico, generando investigación, discusión y una implementación de contenidos educativos sobre noticias falsas en todos los niveles del estudio (Santiago *et al.* 2019).

Aun suponiendo que las iniciativas descritas pudiesen ser efectivas, faltaría preguntarse si realmente las personas desean combatir la información falsa y por extraña que parezca esta reflexión, pareciera que los esfuerzos en la búsqueda de la verdad son estériles para una gran parte, incluso tal vez para la mayoría de la población. En este sentido, la con-

sultora Panetta (2019) indica en su informe de predicciones tecnológicas que el mundo occidental consumiría en el 2022 más noticias falsas que verdaderas, careciendo de la capacidad tecnológica y operativa para eliminarlas. Es obvio que esta inmensa cantidad de información falsa es nutrida por un ejército de personas que la generan, comparten, distribuyen, se alimentan y retroalimentan de ella. Para resumir los principales contenidos de la información analizada hasta el momento, se presenta la figura 2.

Figura 2. El triunfo de la información falsa en la sociedad actual.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Después del análisis realizado, es evidente que esta problemática, por el momento, parece destinada a seguir incrementándose y no se vislumbran acciones contundentes que tiendan a minimizar sus efectos, por otro lado, la evidencia

de estudios relacionados con el impacto de las noticias falsas es limitada y no existen evidencias de propuestas metodológicas para evaluar su impacto, ni de forma cuantitativa ni cualitativa.

Debido a lo anterior, este estudio podría dejar más preguntas que respuestas, sin embargo, presenta información reveladora que, aunque parece ser muy evidente, a veces es difícil de apreciar. Entre las conclusiones más importantes, basadas en el análisis realizado y presentadas a manera de hipótesis para futuras investigaciones se encuentran:

- a) La cantidad de personas que generan información falsa es muy alta. Aunque es difícil operacionalizar esta variable, es importante señalar que hay evidencia de un ejército de personas, medios de comunicación y empresas que viven de la mentira y tienen a su disposición recursos tecnológicos, económicos e incluso sueldos formales por sus actividades.
- b) La cantidad de personas con bajas competencias para detectar información falsa es también muy alta, posiblemente es una gran mayoría de la población y no se encuentran alfabetizados informacionalmente.
- c) Existe también una gran cantidad de personas para quienes la verdad no es importante, es decir que evaden e ignoran cualquier información que se encuentre en contra de sus propias percepciones y prejuicios personales.
- d) Estas personas para quienes la verdad no es importante, son capaces de compartir calumnias, mentiras e información falsa de forma intencional, argumentando como motivo que aquella persona o empresa a quien dañan se merece ese castigo o esa difamación.

En la estrategia narrativa de las telenovelas, por lo general el personaje que es 'bueno' lo es en todos los contextos y

tiene como contraparte al personaje ‘malo’ que lo complementa y ayuda a integrar las historias. En la vida real, todas las empresas, partidos políticos e instituciones en general se integran por personas de diferentes calidades morales e incluso estas personas podrían tener actitudes positivas en ciertas circunstancias y actitudes negativas en otras.

Un consejo para una persona que desea evaluar la neutralidad de una determinada fuente de información sería analizar si todo lo que emite se encuentra a favor o en contra de un mismo personaje, organización o sistema político. Sobre todo, en los fenómenos sociales, no es posible establecer siempre una misma postura negativa o positiva respecto a algún actor y esta conducta, de ser completamente parcial hacia alguno de los lados, indicará de forma clara que el medio o entidad que emite la noticia o información se encuentra contaminado con una política editorial sesgada que busca en primera instancia crear una opinión pública determinada, antes que informar con la verdad.

Implica un gran esfuerzo reconocerlo, pero se vislumbra que la información falsa tiene un comportamiento social similar al consumo de drogas (algunas socialmente aceptadas) o al de la pornografía, donde grandes cantidades de personas las consumen de forma oculta, pero a la vez abierta, con una lógica de comportamiento que va entre la doble moral y el moralismo, de algo que se condena en lo público pero que se tolera y acepta en lo oscuro, y a veces incluso se practica abiertamente.

Las conclusiones vertidas en el presente artículo coinciden con lo señalado por autores como Cervera (2018, 13):

En las discusiones en redes sociales, los datos pasan a ser irrelevantes, las sospechas (o la imaginación) se convierten en respaldo de los bulos y la demostración con pruebas fehacientes de la

mentira sólo sirve para reforzar las creencias equivocadas y para alimentar el rechazo al ajeno. Las noticias se inventan, se difunden y defienden, y si se demuestra que son falsas, se convierten en chistes y se descartan con un encogimiento de hombros. Lo que existe y predomina, pues, son usuarios indiferentes o, peor aún, cómplices que se retroalimentan en sus burbujas de opinión.

Además de lo anterior, el autor señala que las noticias falsas no son el problema, el problema es que al usuario no le importa que sean falsas, lo cual nuevamente apunta a evidenciar que para un segmento de la población y en determinadas circunstancias, la verdad no importa.

Otro autor que coincide con lo señalado en este artículo es Contreras (2021) quien señala a la mentira como un virus tan letal que mata la verdad, convirtiendo los datos duros en datos light, porque la mentira tiene más demanda que la verdad. Tienen más impacto las noticias falsas, los rumores y los mensajes confusos y tendenciosos, causando en el hombre la distorsión de su capacidad para distinguir entre lo verdadero y lo falso, trayendo por consiguiente que una noticia falsa tenga más visitas que una verdadera. Señala además que se podría actualizar la conocida frase atribuida a Francis Bacon: 'La Información es Poder' por una frase, más actual y cruda: 'La desinformación es poder' pues todo indica que el nuevo poder ya no está en informar, sino en desinformar, lo cual es grave, debido a la importancia de la verdad toda vez que axiológicamente es el valor más importante que tenemos los seres humanos y es lo que le da sentido a nuestra vida.

Como cierre a este documento y para terminar con la idea vertida al inicio con respecto a la hipótesis sobre los efectos terapéuticos positivos de la verdad, se podría entonces también preguntar si la mentira también tiene un efecto terapéutico positivo cuando esta información falsa coincide con los

prejuicios de la persona involucrada. Finalmente se recuerda el Octavo Mandamiento de la tradición judeocristiana: No pronunciarás falsos testimonios contra tu prójimo.

REFERENCIAS

- AFP Factual. 7 de agosto de 2020. *Algunas águilas viven hasta los 50 años; mudan sus plumas, pero no sus picos y garras*. <https://factual.afp.com/algunas-aguilas-viven-hasta-los-50-anos-mudan-sus-plumas-pero-no-sus-picos-y-garras>
- Alonso, M. 2019. "Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45: 29-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Barbas, D. (2019). "Detección de noticias falsas y caras de personas manipuladas". [Tesis de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio Institucional UPV. <https://riunet.upv.es/handle/10251/149028>
- Blázquez-Ochando, M. 16 de mayo de 2018. *El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas*. Ponencia presentada en el XV Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación, Ciudad de México: 1-18). <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>
- Burgos, J. 2018. "Fake News: desmontando la objetividad. Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann". *Filo de Palabra* 25, 7-17.
- Caiza, E., Fernandez, A., Torres, D. 2020. "Noticias falsas; en busca de la vacuna". *Revista Colombiana de Computación* 21 (2), 92-101. <https://doi.org/10.29375/25392115.4037>

- Catalina-García, B., Sousa, J. y Shuen, L.-C. 2019. “Consumo de noticias y percepción de *fake news* entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal”. *Revista de Comunicación* 18, núm. 2: 93-115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Cervera, J. 2018. “Contra la verdad, las noticias falsas no existen”. *Cuadernos de Periodistas* 35: 9-14. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2018/01/Pepe_Cervera.pdf
- Contreras, J. 2021. *La censura horizontal: el nuevo tribunal digital*. Barcelona: Taurus.
- Del-Fresno, M. 2019. “Desórdenes informativos: sobreexposados e infrainformados en la era de la posverdad”. *El profesional de la información* 28, núm. 3, 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Domínguez, J. 2020. “Falsas noticias y desinformación en el ámbito de inteligencia”. *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE* 5, núm. 2: 93-110. <http://ua-journals.com/ojs/index.php/cisdejournal/article/viewFile/777/425>
- Farias-Batlle, P., Rodríguez-Barba, D. y Nelson, J. 2020. “Noticias falsas y su impacto en la credibilidad de los medios”. *Revista Mediterránea de Comunicación* 11, núm. 2: 9-10. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.27>
- Fernández, A. y González, J. 2018. “Mesa Redonda”. En Estudio de comunicación, *Influencia de las noticias falsas en la opinión pública*: 22-24. https://www.servimedia.es/sites/default/files/documentos/informe_sobre_fake_news.pdf
- Fernández-López, M. y Perea, M. 2019. “¿Qué hace aumentar la credibilidad en noticias falseadas?” *Ciencia Cognitiva* 13, núm. 2: 44-46. <http://www.cienciacognitiva.org/files/2019-10.pdf>

- Frankfurt, H. 2007. *Sobre la verdad*. Madrid: Paidós.
- Galarza, R. 2020. “*Fact-Checking* en México. Análisis de la percepción del público de Verificado 2018”. *Revista Mexicana de Opinión Pública* 15, núm. 29: 41-53. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.29.70352>.
- Gallardo-Camacho, J. y Marta-Lazo, C. 2020. “La verificación de hechos (fact checking) y el pensamiento crítico para luchar contra las noticias falsas: alfabetización digital como reto comunicativo y educativo”. *Revista de Estilos de Aprendizaje* 13, núm. 26: 4-6.
- García, V. 2018. “Bots, trolls, fake news y memes: Contextos contemporáneos de participación política de los millenials”. En Comisión Estatal Electoral Nuevo León, Ed., *XIX Certamen de Ensayo Político*: 187-219. CEE. https://www.ceenl.mx/educacion/documentos/CEP19/TS1_Certamen%20de%20Ensayo%20Pol%C3%ADtico%20XIX.pdf
- García-Galera, M., Del-Hoyo-Hurtado, M. y Blanco-Alfonso, I. 2020. “Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news producidas en entornos periodísticos profesionales”. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication* 1, núm. 2: 105-118. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.16>
- García-Marín, D. 2020. “Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas *fake* y *fact-checking* en la crisis de la COVID-19”. *Profesional de la información* 29, núm. 4: 1-20. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.11>
- JUSTIA México. 2 de enero de 2022. *Capítulo v - De las Obligaciones que Nacen de los Actos Ilícitos*. Código Civil Federal. <https://mexico.justia.com/federales/codigos/codigo-civil-federal/libro-cuarto/primera-parte/titulo-primero/capitulo-v/>

- Keyes, R. 2004. *The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. Nueva York: St. Martin's Press.
- Kreitner, R. 2016. "Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment". *The Nation*. <https://www.thenation.com/article/archive/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/>
- Kruger, J. y Dunning, D. 1999. "Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments". *Journal of Personality and Social Psychology* 77, no. 6: 1121-1134. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1121>
- López-Borrull, A. y Ollé, C. (2020). "Curación de contenidos científicos en tiempos de fake science y Covid-19: una aproximación entre las ciencias de la información y la comunicación". En Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Valencia, España, 28-30 de octubre (pp. 281-289). <https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e16>
- Lubianco, J. (2020). "Once leyes y proyectos de ley contra la desinformación en América Latina implican multas, cárcel y censura". *Knight Center, LatAm Journalism Review University of Texas at Austin*. <https://latamjournalismreview.org/es/articles/leyes-contra-desinformacion-america-latina/>
- Machackova, H. y Smahel, D. (2018). "The perceived importance of credibility cues for the assessment of the trustworthiness of online information by visitors of health-related websites: The role of individual factors". *Telematics and Informatics* 35 (5): 1534-1541. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.021>

- Montero-Liberona, C. y Halpern, D. (2019). “Factores que influyen en compartir noticias falsas de salud online”. *El profesional de la información* 28 (3): 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.17>
- Morales, E. (2000). “El fin de siglo, la globalización y la infodiversidad”. *Investigación Bibliotecológica* 14 (28): 11-33. http://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/A358
- Panetta, K. (5 de noviembre de 2019). *Gartner Top Strategic Predictions for 2018 and Beyond: From bots and AI to counterfeit reality and fake news, these predictions require IT leaders to pace their adoption*. Gartner. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-strategic-predictions-for-2018-and-beyond>
- Phillips, W. (2020). “You’re fake news: the problem with accusations of falsehood”. En: Zimdars, M. y McLeod, K. *Fake news and misinformation in the digital age*: 55-64. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11807.003.0007>
- Rodríguez, C. (2020). “No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones”. *Comunicación* 40, 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). “Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news”. *Revista Latina de Comunicación Social* 74: 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Romero, D. (2019). “Manipulación de la información. Noticias falsas en la elección presidencial en México. Julio de 2018”. [Tesis de Grado, INFOTEC Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación.] Infotec: Repositorio Institucional. https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/373/1/INFOTEC_MRCET_DRP_11122019.pdf

- Santiago, R., Adame, C. y Palacios, C. (2019). *Reporte sobre las campañas de desinformación, “noticias falsas (fake news)” y su impacto en el derecho a la libertad de expresión*. Comisión Nacional de los Derechos Humanos. <https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-11/Reporte-Noticias-Falsas-Impacto.pdf>
- Sanz, R. y Carro de Francisco, C. (2019). “Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones”. *Historia y Comunicación Social* 24 (2): 521-531. <https://doi.org/10.5209/hics.66296>
- Saquete, E., Tomás, D., Moreda, P., Martínez-Barco, P. y Palomar, M. (2020). “Fighting post-truth using natural language processing: A review and open challenges”. *Expert Systems with Applications* 141: 112943. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.112943>
- Senado de la República. (14 de marzo de 2018). *Noticias falsas, sin solución legislativa actualmente, señalan en el Senado*. <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/40316-noticias-falsas-sin-solucion-legislativa-actualmente-senalan-en-el-senado.html>
- Shteynberg G. (2015). Shared Attention. *Perspectives on Psychological Science* 10 (5): 579-590. <https://doi.org/10.1177/1745691615589104>
- Terol-Bolinches, R. y Alonso-López, N. (2020). “La prensa española en la Era de la Posverdad: el compromiso de la verificación de datos para combatir las Fake News”. *Revista Prisma Social* 31: 304-327. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3924>
- Waldrop, M. (2017). “News Feature: The genuine problem of fake news”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 114 (48): 12631-12634. <https://doi.org/10.1073/pnas.1719005114>

La infodiversidad y el acceso a la memoria histórica y documental. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información/UNAM. La edición consta de 100 ejemplares. Coordinación editorial, Anabel Olivares Chávez; revisión especializada, revisión de pruebas, formación e impresión en papel cultural de 90gr a cargo de Editora Seiyu de México S.A. de C.V. se terminó de imprimir en enero de 2023.



INFORMACIÓN Y SOCIEDAD

Otras obras

Las prácticas sociales
en la producción, la distribución
y el acceso a la información
mediadas por las tecnologías digitales
Georgina Araceli Torres Vargas
Coordinadora

Los poderes de la lectura por placer
Elsa M. Ramírez Leyva
Coordinadora

Perspectivas interdisciplinarias
de la sistematización y organización
de los datos culturales
Eder Ávila Barrientos
Coordinador

INFORMACIÓN Y SOCIEDAD



La infodiversidad y el acceso a la memoria histórica y documental nos hace reflexionar, cuestionar y participar en los temas del entorno actual, a través de diversas corrientes de pensamiento y de las posibilidades de innovar en un mundo cambiante, que nos hace reinterpretar ciertos principios básicos para que los servicios de información se desarrollen en escenarios complicados. Se trata de una circunstancia en la cual, a través de la tecnología, el mundo global se hace una realidad que nos permite establecer una relación con las casuísticas locales, desde la toma de decisiones hasta los servicios que llegan al usuario final, con exigencias de pronta respuesta e información más personalizada, discriminando a la vez información veraz de aquella superficial y alterada. Invitamos al lector a consultar esta obra plena de discusiones y propuestas útiles para el investigador, el docente, el usuario y el profesional en práctica.



INFORMACIÓN Y SOCIEDAD



ibi