



Revista de la Facultad de Jurisprudencia

ISSN: 2588-0837

RFJ@puce.edu.ec

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Ecuador

Giler Mendoza, Magda Lorena

El dominio de las noticias falsas: ¿normar o educar?

Revista de la Facultad de Jurisprudencia, núm. 6, 2019, Julio-, pp. 311-319

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Ecuador

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=600263450005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

El dominio de las noticias falsas: ¿normar o educar?

*The domain of fake news:
regulation or education?*

Mgr. Magda Lorena Giler Mendoza
Investigadora independiente

Artículo Original (Revisión)
RFJ, No. 6, 2019, pp. 311-319, ISSN 2588-0837

RESUMEN: El creciente temor en las redes sociales oscila entre lo real o falso, el creer o no, lo dimensionado o eximido. Estamos experimentando una paranoia virtual en donde asumimos los extremos por no entender lo que recibimos. Este es el caos ocasionado por las conocidas *fake news* (noticias falsas). Hace unos meses atrás se podía percibir su venida como una ola en tempestad, pero no se alcanzaba a comprender esta realidad como un fenómeno de masas. Se podría pensar que todo lo que atenta el equilibrio social requiere del derecho para restablecer la armonía de sus bases. Los diversos planos han demostrado que suele funcionar así; pero ¿la receta es aplicable en el contexto digital sin vulnerar principios como el del libre acceso a la información? El panorama puede sonar desalentador cuando las *fake news* atacan a los diferentes espacios virtuales, aprovechando la ingenuidad del usuario quien se convierte en multiplicador desinformante a través de sus redes sociales. En este caos de desinformación y pérdida de credibilidad en los mensajes, el poder radica en el usuario.

PALABRAS CLAVES: internet, noticias falsas, regulación, usuario, redes sociales.

ABSTRACT: The growing fear in the internet networks swings between the real or false, believing or not, the dimensioned or exempted. We are experiencing a virtual paranoia where we assume the extremes for not understanding what we receive. This is the chaos caused by the famous fake news. A few months ago, you could perceive its coming as a storm but you could not understand this reality as a mass phenomenon. It is said that everything that threatens social equilibrium requires the right to restore the

harmony of its bases. The various planes have shown that it usually works like this; but, is the recipe applicable in the digital context without violating principles such as free access to information? The panorama may sound daunting when fake news attacks different virtual spaces, taking advantage of the ingenuity of the user who becomes a misinformative multiplier through their social networks. In this chaos of misinformation and loss of credibility in the messages, the power lies in the user.

KEY WORDS: internet, fake news, regulation, Username, social networks.

INTRODUCCIÓN

La intensificación de la globalización trajo el vertiginoso andar de las nuevas tecnologías y con él esa red llamada internet. Desconocida en un inicio.

Esta nueva globalización de internet tenía el reto de superar las barreras de la distancia y el tiempo dentro de los procesos de interacción y conexión de los mercados internacionales. Para Latinoamérica y específicamente Ecuador la inserción de dichos peldaños tecnológicos resulta más lento. La primera empresa en proveer el servicio de valor agregado se registra en 1991; pero, es hasta 1995 que se identifica la recurrencia de búsqueda de información en web y el primer intento de medio digital. A partir de este momento vimos un crecimiento exponencial de internet y sus múltiples servicios.

La población empezó a entender, confiar y navegar en las bondades ofrecidas por internet y sus características de uso facilitaron el acceso hacia nuevas iniciativas en la red además de los buscadores, tales como: correo, blogs, redes sociales, podcast, etc.

Si los motores de búsqueda revolucionaron el acceso a la información y mejoraron los tiempos de conexión, las redes sociales llegaron a modificar los mecanismos de acceso a la información impactando los procesos sociales y los sistemas democráticos.

Aquí estamos en el boom de las redes pasando del 2.0 al 3.0 y 4.0; insertándonos cada día más en el mundo virtual, dinamizando el comercio, facilitando las gestiones. Ahora lo podemos hacer todo, o casi todo, a través del internet. Los recursos electrónicos han logrado superar el interés de comercialización y llegan hasta el fin de persuadir los sistemas de creencias. La narrativa digital se modifica de manera más agresiva y se transmuta hacia

un juego político en donde el individuo es el propósito. El juego de la democracia actual se centra en uso de las redes sociales, cómo se difunde la información y de qué manera logra modificar comportamientos y actitudes que marquen tendencias en la toma de decisiones. La pregunta emerge desde un universo de información: ¿Qué creer? ¿Cuándo creer? ¿A quién creer? ¿Es *fake news*?

1. EL DOMINIO DE LAS FAKE NEWS: ¿NORMAR O EDUCAR?

1.1. Apareció el internet

Apareció el internet y... ¿ahora qué? En 1995 los servidores de las organizaciones públicas y privadas de telecomunicaciones estaban poco o nada vinculadas al misterio internet, al punto de hablar de ello, persuadir sobre ello pero no comprender sobre “eso” de lo que en el mundo se hablaba como la gran revolución en las tecnologías de información y comunicación (Tic).

Describir a internet en aquellos días era como tratar de descifrar la serie de emociones que el amor despierta en el individuo. Simplemente era un no sé qué, que sirve para no sé qué y que me brinda un beneficio de no sé qué. Un ejecutivo de aquella empresa pionera como proveedora de servicio de valor agregado comentaba en esos años a un empleado de telecomunicaciones las maravillas en acceso a información, interacciones comerciales y relaciones internas *networking* que el internet había alcanzado en otros países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y otros en el espacio europeo. Sonaba curioso, pero aún incomprensible. Dicho empleado fue sancionado en su institución de telecomunicaciones por haber creado bajo su perfil un buzón en hotmail. La paradoja era clara: en casa de herrero...

Bastaron dos años más para que aquella misteriosa red empezara a posicionarse entre los curiosos usuarios ecuatorianos que, aún sin entender su utilidad, adquirirían cada vez más un acceso en el ciberespacio y aprendían en la pisada a caminar virtualmente.

Somos un país en vías de desarrollo no industrializado; no obstante, somos una sociedad curiosa y consumidora por excelencia. Esto se evidenció en el crecimiento acelerado de abonados y la multiplicidad de usuarios de internet. Las bondades de esta red hicieron eco en los cibernautas que a través del acceso a la información indagaron y comprendieron cada vez mejor los nuevos servicios a través de las redes sociales, los blogs, apps, etc. Enorme conexión

dio frutos. Latinoamérica con una proyección a 2019 de alrededor de 600 millones de habitantes se presenta como la región con más acceso a internet. Actualmente más de 400 millones de habitantes en Latinoamérica se reportan con una conexión a internet; y, Ecuador se encuentra como el país con mayor acceso con una penetración del 80%, seguida por Argentina (78%), Chile (77%) y Brasil (65%) (IWS, 2017).

Con relación al uso, los usuarios digitales modifican sus intereses paulatinamente y se ajustan a las nuevas tendencias culturales e intereses personales. Se está viviendo el clímax del milenio en donde las preferencias publicitarias son relegadas por las redes sociales; estos consumidores mayoritarios deciden relacionarse, interactuar, mostrarse; no obstante, la búsqueda de información como conocimiento se reduce. Es así que las redes sociales priman en este porcentaje de penetración y actualmente las más usadas son Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Spotify, LinkedIn y Snapchat.

1.2. El camino hacia las *fake news*

Si el acceso al internet como recurso hacia la información constructiva que genere conocimiento se ha visto mermado por las redes sociales, se podría decir que pasamos de la publicidad y promoción digital de productos hacia la autopromoción personal. “El internet es parte de la vida de los ecuatorianos” (Mintel, 2018) pero dista de lo que demanda las Naciones Unidas a través de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible #9 y #10 (ONU, 2015). En Ecuador, los cibernautas de Pichincha, Imbabura, Guayas y Manabí se ubican entre los de mayor acceso. El uso de la red es principalmente con el buscador Google como acción de arranque; seguido un alto porcentaje en el chat WhatsApp. Un gran número de usuarios acceden a la música de Spotify, miran vídeos a través de YouTube, publican fotos en Instagram, así como el uso de *streaming* a través de la plataforma Netflix.

Podemos observar que según las tendencias de los cibernautas sus intereses reflejan un uso elevado para el ocio, diversión y entretenimiento, seguido por el acceso a información general y un número menor para investigación y educación. Todo esto podría identificarse como “flojera social” que, desde el estudio realizado por Maximilien Ringelmann (1913) con su conocido “Efecto Ringelmann”, describe al individuo por su naturaleza con la tendencia de realizar el menor esfuerzo cuando el resultado será grupal. En otras palabras, prevalece la “ley del menor esfuerzo” y nos autodefinimos como “cómodos”.

Este aspecto es determinante en la construcción de conciencia social; crea estereotipos culturales como una limitante en el crecimiento colectivo.

Diez años bastaron para que los ecuatorianos se adaptaran al ritmo de las Tic y en especial al uso del internet; pero inquieta saber que el fin de los cibernautas se aleja del interés de “reducir la brecha digital” (UIT, 2019) mediante el acceso a la información; con el fin único de promover el desarrollo de las naciones facilitando los espacios de educación y conocimiento.

La escasa tendencia de búsqueda de información como medio de aprendizaje, la saturación de datos basura en internet, los crecientes escenarios virtuales de ocio y distracción, todos ellos comulgan con la crisis de contenidos e investigación de los medios de comunicación y representan el punto de partida que marca el camino hacia el desbordante uso de redes sociales y a la reducida capacidad de contraste de contenidos, análisis y criterios de selección y discriminación de información.

Es claro que los sistemas de comunicación han establecido un cambio de paradigma, un nuevo comportamiento social, generando una cultura digital con diversidad de públicos que contribuyen a nuevos espacios de participación, difusión y debates. Esta clase de debates surgen de opiniones y mensajes que se exponen en redes y plataformas, generalmente sin una condición investigativa previa.

Es aquí donde se visualiza el principal riesgo sobre la aceptación y credibilidad de los mensajes en la red. ¿Creer o no creer? La vulnerabilidad del lector cibernauta se incrementa de manera proporcional con el grado de información y contraste que posea sobre el tema. Se requiere entonces aprender a navegar en la red, a buscar y discernir la información, tener un olfato selectivo que facilite el contraste y la elección de tal o cual dato como creíble. Las *fake news* aprovechan este caos virtual de desconocimiento para manipular la creencia de los usuarios mediante información no verificable pero que genera curiosidad, impacto y hasta morbo.

Resulta interesante tomar en cuenta que este abrupto proceso de desinformación se nutre además de la edad y el reducido interés de investigación y búsqueda de información, en las facilidades tecnológicas como la portabilidad. El acceso a los dispositivos móviles contempla la portabilidad e inmediatez como principal servicio; en el lugar y hora que sea se puede acceder a las redes sociales, correos y chats; pero la información es recibida en la premura contextual de recepción, análisis y contraste que solo se superaría

con la capacidad interpretativa del lector. Según los datos del Digital News Report de 2018 el uso del teléfono móvil como dispositivo para navegación en internet se sitúa en el 64%, cifra que sube al 71% al tomar específicamente a los menores de 45 años. La educación para una cultura digital se aproxima a la solución óptima.

1.3. Democracia virtual, esas sucias campañas

John F. Kennedy reafirmó su campaña a la Presidencia de los Estados Unidos a través de los debates televisivos, Barack Obama alcanzó su triunfo tomando como aliado el uso de las redes sociales y la focalización en grupos de interés; y, Donald Trump marcó su posición mediante una viral estrategia de comunicación en la que se discriminó la emisión de mensajes orientado hacia públicos estrictamente segmentados según sus perfiles e intereses gracias a la filtración de la base de datos con más de 50 millones de usuarios entregada por la consultora Cambridge Analytica.

Se puede observar que la búsqueda democrática de reconocimiento social se ha ido conquistando mediante estrategias de difusión y persuasión teniendo como principal instrumento de proximidad hacia la ciudadanía a los medios de comunicación masiva. Las masas, los canales y las tecnologías establecen una triada de análisis permanente. Dialécticamente hay que considerar la evolución de las sociedades, los intereses, los cambios en el sistema de creencias que se ve influenciado de manera directa y agresiva en el progresivo uso de las nuevas tecnologías y las cambiantes formas de comunicación. Se ha pasado de los *mass media* y redes sociales hacia la construcción psicosocial de los mensajes bajo la premisa lasswelliana “quién dice qué, a quién y con qué efectos”.

Pensar en el efecto del mensaje es el *quid* de la cuestión. Laswell compartía que hay que entender a sus públicos para la construcción de un mensaje efectivo. Se ejemplifica en el uso de las redes sociales, el codificador estructura un mensaje conociendo las características de ese público digital que, como se indicó anteriormente, es un grupo poco informado, curioso y puede usar su poder multiplicador virtual en la medida del impacto del mensaje.

Las campañas electorales funcionan de similar forma. Conocer el electorado involucra conocer sus gustos, opiniones y su sentir que en el contexto actual se refleja con frecuencia en su comportamiento virtual. La búsqueda es la toma de decisiones favorable que se refleja en el voto. La intención del voto puede incluir cierto nivel de manipulación en la estructuración del mensaje.

1.4. ¿Normar o educar?

La manipulación ocurre en el contexto de un mundo digital donde sus actores interactúan en un ciberespacio, de libre acceso y sin reglas. ¿Pero este espacio en efecto carece de control? La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) como organismo de las Naciones Unidas (ONU) está “comprometida en conectar a toda la población mundial” y para ello promueve principios de libre acceso a la información.

Ecuador por su parte ha regulado el internet y las Tic intentando primar el derecho al acceso de la información, pero sobre la base de una sociedad desigual, con grandes conflictos políticos, económicos y sociales lo que ha conllevado a problemas de convivencia virtual en donde el “ataque oculto” o el llamado “linchamiento mediático” surge entre los temas abiertos en la red.

La participación y el debate ciudadano en el mundo virtual se vuelve hostil. Para contrarrestarlo la regulación ecuatoriana establece para el internet y las tic, parámetros normativos que se establecen desde la Constitución con los derechos de los “Ciudadanos y Ciudadanas” expresados en el Capítulo Primero, el marco de acción de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, los principios establecidos en la Agenda de Conectividad y las reglas de juego en el comercio electrónico a través de su ley.

Profundizar y delimitar los diversos aspectos que se quisieran regular en el inmenso espacio del internet, resulta una utopía que estimula aún más una entropía del sistema digital en los usuarios son actores en permanente cambio. Es decir, “menos es más”; mientras menos se intervenga en los procesos virtuales –sin ignorar aquellos comportamientos que obstruyen el flujo normal de la información y sus interacciones- mayor será la madurez del usuario en la red internet.

Normar de manera agresiva el internet, las Tic y específicamente el uso de redes sociales se vuelve perturbante, exhaustivo y anula la capacidad del usuario de poder identificar, reconocer y superar los conflictos de información y desinformación. Demasiado poder de control al Estado, menos participación decisiva del usuario. Concomitante los límites controlados de una red abrirán siempre la opción del apareamiento de una nueva red. Sin embargo, esto no exime la necesidad de proteger a los grupos vulnerables como los niños, que constituyen usuarios susceptibles.

Se habla de las *fake news* como arma de destrucción, herramienta de engaño, instrumento de manipulación y caos, que requieren de manera urgente el paternalismo regulatorio, con el fin de evitar los bombardeos de confusión y engaño que pretenden desembocar en desinformación atentatoria al equilibrio social.

Satanizar a las *fake news* está a la voz del día. En todo lado se escuchan conferencias, discursos, talleres y noticias sobre la toxicidad de falsos mensajes que llegan como saeta al usuario quien lo multiplica sin reflexión.

Como se señaló, sobre la base de Lasswell, la clave está en el usuario-receptor. Es el receptor quien posee el control. El emisor construye un mensaje mal intencionado pensando en el nivel de recepción e impacto de la información, lo envía a través de los canales adecuados y redes específicas hacia públicos debidamente segmentados, todo esto con el fin de generar el resultado multiplicador caótico que desfigure un falso mensaje en una información repetida varias veces que termina siendo aceptada como una verdad indiscutible.

Entonces, la cantidad de límites normativos que se confunden en una red virtual y que terminan acumulándose en la inaplicabilidad y el olvido, no representan la solución; esto sin dejar de lado que los ajustes en derecho no alcanzan la vertiginosidad de los cambios tecnológicos.

El poder y control se encuentran en el individuo, usuario, cibernauta. Es el poder consagrado a un usuario capaz de identificar, seleccionar, analizar, contrastar, discriminar y acoger la información correcta; y esto solo puede ser resultado de un mayor aprendizaje de la red, los retos y vulnerabilidades. No cabe duda de que solo la educación llevará a una mejor cultura digital.

2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alandete, David. 2017. Fake news: la nueva arma de destrucción masiva. Editorial Deusto.

Arcotel. 2019. Estadísticas de servicios de telecomunicaciones. www.arcotel.gob.ec

Constitución de la República del Ecuador, 2015.

Illades, Esteban. 2018. Fake News: La nueva realidad. México: Editorial Grijalbo.

Recibido: 20/08/2019

Aprobado: 13/11/2019

Magda Giler: Investigadora independiente

Correo electrónico: magda.giler4@gmail.com