

# La desinformación en la percepción de los usuarios de internet

*Disinformation in the perception of internet users*

María-del Pilar Arjona-Granados<sup>1</sup>  
Universidad de Colima – Monterrey, México  
maria.arjonagrn@uanl.edu.mx

Juan-Francisco Agramón-Mata<sup>2</sup>  
Universidad de Autónoma de Nuevo León – Monterrey, México  
juanagramon@gmail.com

Jorge-Isaac Lechuga-Cardozo<sup>3</sup>  
Fundación Universitaria del Área Andina – Bogotá, Colombia  
jlechuga2@areandina.edu.co

**Cómo citar/ How to cite:** Arjona, M., Agramón, J. & Lechuga, J. (2024). La desinformación en la percepción de los usuarios de internet *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 19(2), 143 – 165. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2024v19n2.12008>

## Resumen

El presente trabajo brinda una visión general de la proliferación de la desinformación y la manera en que esta llega a los usuarios en el mundo. Se resalta el papel de las redes sociales, así como las plataformas de internet en la propagación de las noticias falsas. Por otra parte, se analiza la forma en que los usuarios interactúan y diseminan la información, debido a que actualmente, la información se propaga de manera inmediata prácticamente sin barreras y sin costo, permitiendo así, a los antiguos receptores de mensajes que ahora se convierten también en emisores de estos, contribuyendo así a más propagación de información o desinformación según la veracidad de los mensajes en cuestión. Se considera como parte de dicha práctica el sesgo cognitivo, que omite el análisis crítico necesario en la población para evitar o frenar su proliferación. El texto se conforma

Fecha de recepción: 16 de marzo de 2024

Fecha de evaluación: 16 de mayo de 2024

Fecha de aceptación: 3 de junio de 2024

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Published by Universidad Libre

<sup>1</sup> Universidad de Colima

<sup>2</sup> Universidad de Autónoma de Nuevo León

<sup>3</sup> Fundación Universitaria del Área Andina

de exploración de literatura sobre la información y sus manifestaciones en el contexto digital.

### **Palabras clave**

Desinformación; noticias falsas; redes sociales.

### **Abstract**

This paper provides an overview of the proliferation of disinformation and how it reaches users around the world. The role of social networks is highlighted, as well as internet platforms in the spread of false news. On the other hand, the way in which users interact and disseminate information is analyzed, since currently, information is spread immediately practically without barriers and at no cost, thus allowing former recipients of messages to now become also in issuers of these, thus contributing to more spread of information or misinformation depending on the veracity of the messages in question. Cognitive bias, which omits the necessary critical analysis in the population to prevent or stop its proliferation, is considered part of this practice. The text is made up of an exploration of literature on information and its manifestations in the digital context.

### **Keywords**

Misinformation; fake news; social networks.

## **Introduction**

El presente estudio tiene como objetivo explorar y analizar la literatura referente a las distintas formas de divulgación tecnológica de la información en sus distintas manifestaciones en páginas web, memes, noticias falsas y las redes sociales. La relevancia en la influencia del usuario es determinante para integrar tendencias e influir en decisiones que distan en ocasiones de estar cimentadas en información veraz. El avance tecnológico ha propiciado que en las últimas décadas los medios de comunicación evolucionen de tal manera que se masifique la información, siendo desarrollada y difundida en diversos contextos, con facilidad de acceso y creación de contenidos por cualquier persona con cualquier interés de informar, desinformar, perjudicar falsamente, etc. Esto ha permitido la acción responsable o imprudente en la creación de contenidos.

Cabe partir del término información, definida bajo el enfoque sistémico de datos organizados de Shannon como unidades o dígitos binarios, es decir, bits, o la forma más pequeña de información (Gleick, 2012) y que se transmite mediante un mensaje. Adicionalmente y de forma complementaria, el término sociedad de la información como base del conocimiento teórico desempeña un papel determinante en la estructura central de la nueva economía. Dicha sociedad se integra de cuatro elementos: los usuarios (quienes pueden tener acceso a contenidos); infraestructuras (permiten el acceso a contenidos, a terminales, redes, servidores); contenidos (información, datos); soporte para contenidos (formación, consultoría y diseño) (Tecuatl Quechol, 2018). En esencia, la información se refiere a la manifestación de conocimiento registrado mediante formatos físicos o digitales, para difusión y análisis.

La desinformación se puede definir como la propagación de un dato falso, inexacto o erróneo. Esta es la información engañosa diseñada, presentada y promovida para causar intencionalmente daño público o con fines de lucro, que involucra contenido que no es real o incompleto. El Consejo Europeo define la desinformación como la fabricación deliberada o manipulación de información falsa o contenido descontextualizado con la clara intención de compartirla o filtrarla para dañar (Wardle y Derakhshan, 2017). Para ello es puntual revisar algunas de las formas en que la desinformación se hace presente en nuestros días. Asimismo, se entiende como un fenómeno intencional y manipulador. La intención permanece oculta sin que los receptores tengan conciencia de su influencia. Por tal razón se atribuye a fuentes falsas. La difusión de informaciones engañosas y empleo de mentira es la esencia de comunicación.

## Metodología

El artículo se elabora desde un enfoque cualitativo, alcanzando un nivel descriptivo y diseño no experimental (Hernández et al., 2014). De esta manera, para la construcción del marco teórico sobre la desinformación en la percepción de los usuarios de internet, se consultaron un total de cuarenta y un (42) referencias bibliográficas, utilizándose como objeto de análisis ideas y argumentos que fueron interpretados desde una perspectiva crítico-analítica. Con relación a la comprensión del problema de investigación, se recopilaron fuentes secundarias que comprenden documentos académicos. En el marco de referencia se definieron los conceptos básicos relativos a manifestaciones de desinformación, memes, noticias falsas, redes sociales, intencionalidad del emisor y medidas legales contra la

desinformación, se seleccionó y analizó la información para, finalmente, realizar las respectivas conclusiones respecto a este proceso (Lechuga et al, 2022).

## Resultados y discusión

### Algunas manifestaciones de la desinformación

La creación de contenidos ha sido posible debido a las facultades de los usuarios en la web 2.0 y tienen sus distintas manifestaciones en espacios como páginas web, blogs y redes sociales. Adicionalmente a los propios usuarios, los algoritmos tienen la capacidad de controlar la proliferación de mensajes debido a la fragilidad del ecosistema digital, aunado a diversos riesgos y posibilidades sin descubrir.

Es relevante considerar que la información falsa, la desinformación, los contenidos inexactos pueden operar en contra de las personas sin percatarse de ello. Lo anterior debido a los sesgos cognitivos que permite integrar a un grupo en un círculo vicioso de información manipulada. Dichos errores son producto del análisis personal de datos, mediante intuición, prueba y error y algunos métodos informales sin considerar que exista un mal funcionamiento en la forma de pensar (Hancock, 2014). Es decir, en los espacios digitales se materializan las manifestaciones de sesgos cognitivos, llegando a influir o relacionarse con comportamiento informativo, lo que provoca que fácilmente se comparta información sin su análisis previo.

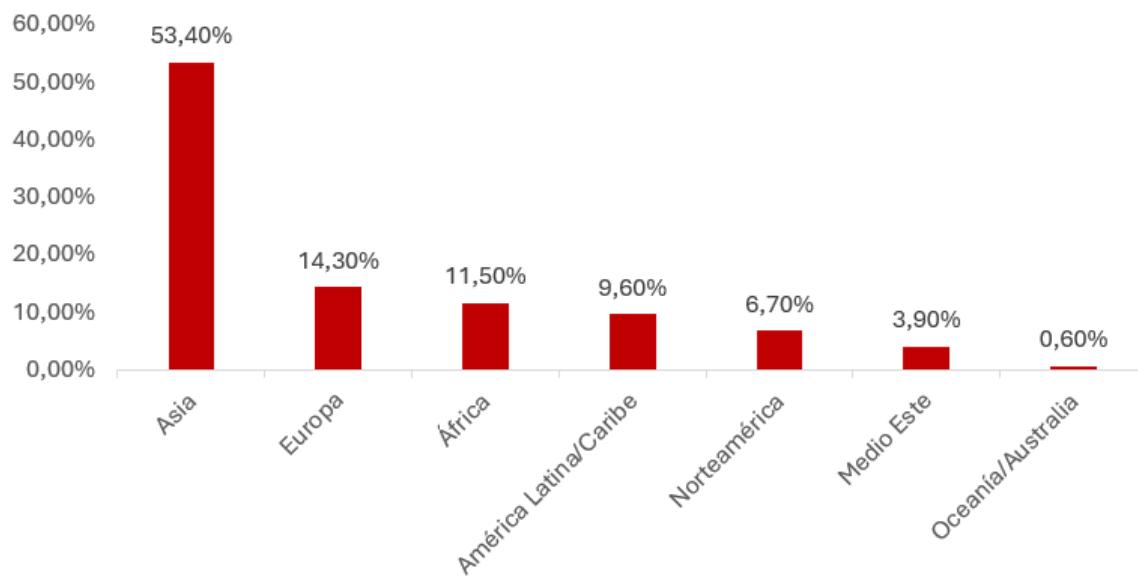
### Los memes

Una forma utilizada como vínculo que facilita la desinformación son los memes. Mediante mensajes satíricos y con un sentido humorístico reflejan costumbres y hechos de la vida cotidiana propiciando una empatía bien asimilada. Esto refleja la facilidad de encontrar en las redes sociales el escenario propicio para filtrar contenidos falsos por la velocidad, cantidad y variedad de tipos de información que se recibe, siendo complejo percibir la veracidad del mensaje. Los memes cuentan con características distintivas como fidelidad, que conserva en su estructura original; fecundidad, por su velocidad de aceptación y longevidad en relación su ciclo de vida en la red.

Poe su parte, Hernández (2014) define el término meme, como aquel que en Internet expone una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento mani-

festado en un medio virtual o multimedia y que logra popularizarse en la red ya sea sitios web, blogs, foros, chats o redes sociales. Para efecto de visualizar el alcance del internet en los distintos contextos mundiales, la figura 1 expone el porcentaje de usuarios de internet en cada región.

**Figura 1.** *Distribución de los usuarios de internet en el mundo (2021)*



Fuente: Internet World Starts ([www.internetworldstats.htm](http://www.internetworldstats.htm)) (2021). Nota:  
Base 5,168,780,607 usuarios de internet en 31 de marzo de 2021

La información falsa que se comparte en los medios es conocida mediante varios nombres, como *fake news* que se refiere específicamente a la información con intención de engaño o no correcta y que intenta parecer noticia real en temas de política, economía o cultura (Harsin, 2018). Asimismo, es de uso común el término bulo o mensaje falso diseñado en las redes por usuarios y/o colectivos que tiene el objetivo de formar una determinada opinión (Aparici et al., 2019). Por otra parte, la omisión de información también juega un papel importante en la desinformación de masas. Denotando la explicación de este punto, es el hecho de que algún medio por su interés particular simplemente realce unas cosas y omita otras.

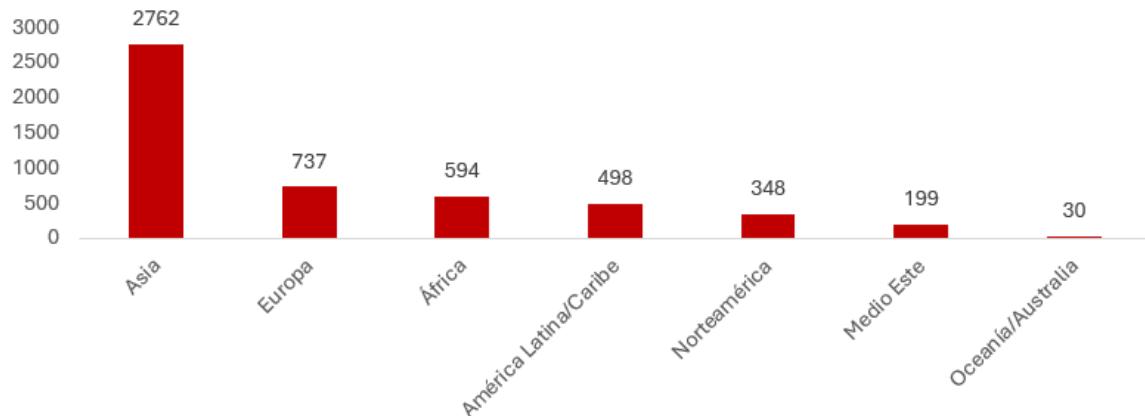
### **Noticias falsas**

El término de noticias falsas se refiere a las que carecen de lo que los griegos denominaban *aletha*, que determina la sinceridad de los hechos y la realidad; o lo

que los romanos establecen como *veritas*, la verdad, que sustenta que las noticias deben preservar esta veracidad (Richer, 2018). Según Vosoughi et al. (2018) durante 2006-2017, en *Twitter* las noticias falsas impactaron a un público de entre mil y cien mil personas, mientras que las auténticas rara vez llegaron a mil el grado de novedad. Por lo tanto, las reacciones emocionales de los receptores podrían explicar dichas magnitudes, es decir, las noticias falsas se ven incentivadas por los prejuicios individuales o emociones de los usuarios (Ruchansky et al., 2017).

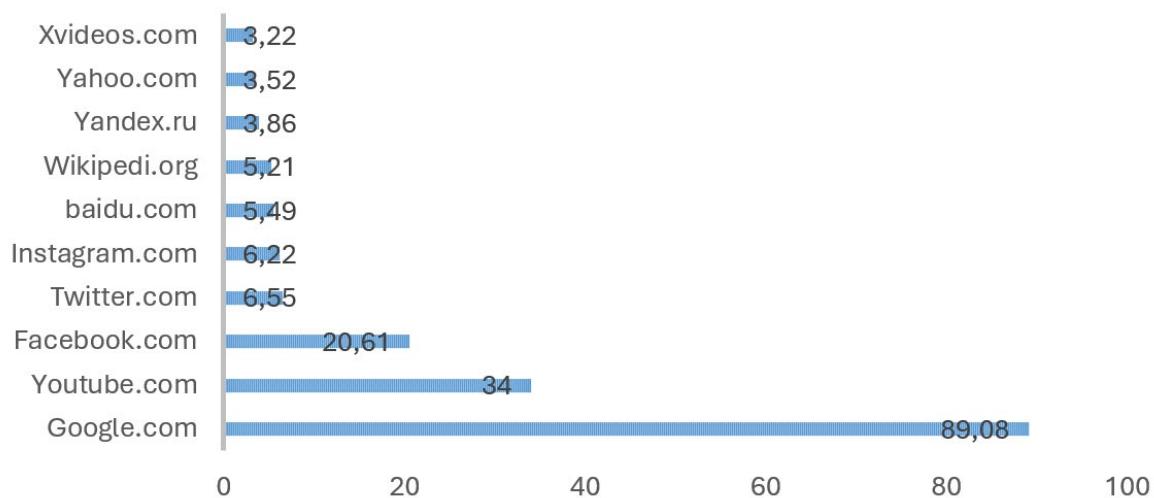
La diseminación de la desinformación va en aumento exponencial cuando se propaga por redes sociales una vez que cada receptor además pasa a ser emisor, por medio del compartir y comentar contenidos. *Facebook* y *Twitter* reconocen ellos mismos la falta de fiabilidad de contenidos difundidos en sus medios, es decir, el público ahora es editor de su propia información y desinformación (Pérez & Velasco, 2020). Por lo tanto, por medio de las redes sociales, cualquier usuario participar activamente y emitir mensajes ante prácticamente cualquier entidad, persona y/o organización (Chen et al., 2015). Por otra parte, el internet es el medio por el cual las redes sociales son propagadas, por lo cual es preciso considerar el alcance del internet globalmente.

**Figura 2.** Usuarios de internet en el mundo por regiones geográficas-2021



Fuente: Internet World Starts ([www.internetworkstats.htm](http://www.internetworkstats.htm)) (2022).

**Figura 3.** *Sitios de internet más visitados en el mundo (2021, billones)*



Fuente: Statista (2022).

La figura 2 muestra el número de usuarios de internet por región geográfica y la figura 3 muestra los sitios en internet más recurridos globalmente. Por otra parte, las redes sociales han encontrado una particular forma de comunicación y un activismo que responde a la velocidad del proceso de generación de noticias en redes como *Twitter* (Aguirre-Nieto y Zeta del Pozo, 2017; Letamendia, 2018) y que derivado de la rapidez en su difusión, incita a los usuarios a reproducir de forma viral dichos mensajes. De tal manera que se conforma una gran cantidad de *fake news* (Rochlin, 2017) consideradas abiertamente falsas, carentes de fundamento real y que de ser sometidas a un proceso de verificación básico serían fácilmente refutadas (Bounegru *et al.*, 2017).

Estudios donde se emplearon técnicas y metodologías para verificar las noticias verdaderas de las falsas indican que las noticias falsas prevalecen sobre las verdaderas, siendo esto un auténtico problema. Las redes sociales han beneficiado la diseminación de la información a un ritmo sin precedentes, lo cual también dificulta la veracidad de estas (Shanika y Leckie, 2020).

La repercusión final para desinformar, o bien, difundir opiniones emitidas con una específica intención se puede encontrar en particulares y organizaciones con intereses propios que suelen realizar campañas de des prestigio, *banneos*, difamación, y socavación económica hacia otros individuos, u otras organizaciones.

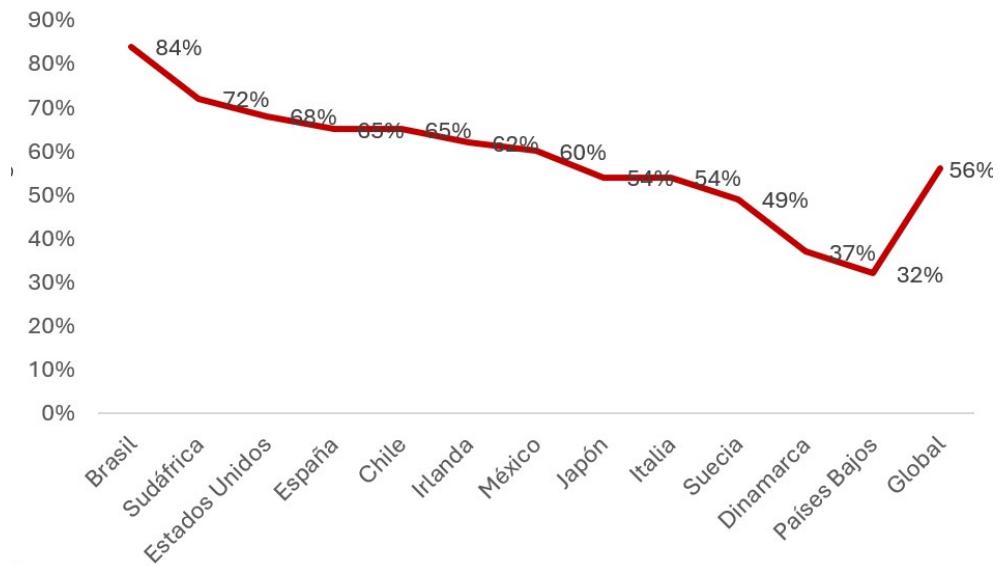
En sintonía con la aseveración de que la desinformación del siglo XXI encuentra un escenario nuevo de interacción en Internet (Argemí, 2013; Gómez, 2013). Esto puede repercutir en cambios ideológicos hacia temas sociales, económicos, políticos, ideológicos, religiosos y culturales con el objetivo de manipular la opinión pública, generando un reto, debido al incremento de personas que se informan a través de una red social (*WhatsApp; Twiter*, etc.) antes que consultar a los medios tradicionales de comunicación (Shearer y Gottfried, 2017).

El mayor peligro del acceso excesivo e ilimitado a la información es que las personas la consuman sin generar ningún tipo de cuestionamiento sobre el origen, fuente y organismo que las acredite. Esto debido a que la mayoría de los usuarios en redes sociales se ven más influenciados por la información que viaja de manera inmediata y que no requiere de esfuerzo cognitivo de adquirir, aunque esta carezca de rigurosidad periodística y de veracidad. A lo anterior también se le puede denominar sofisticación de la ignorancia (Pintado, 2020).

Existe una gran preocupación de discernir lo que es real y lo que no en internet debido a la gran masa de información o desinformación disponible y al alcance de cualquier usuario en el mundo García et. al (2020). Esto es gracias a las reacciones emocionales causadas en los receptores, es decir, las noticias falsas se ven incentivadas por los prejuicios individuales o emociones de los usuarios (Ruchansky et al., 2017; Rosas, 2020). En la figura 4 se puede apreciar la preocupación de adultos de distintos países sobre el grado de certeza y veracidad de las noticias.

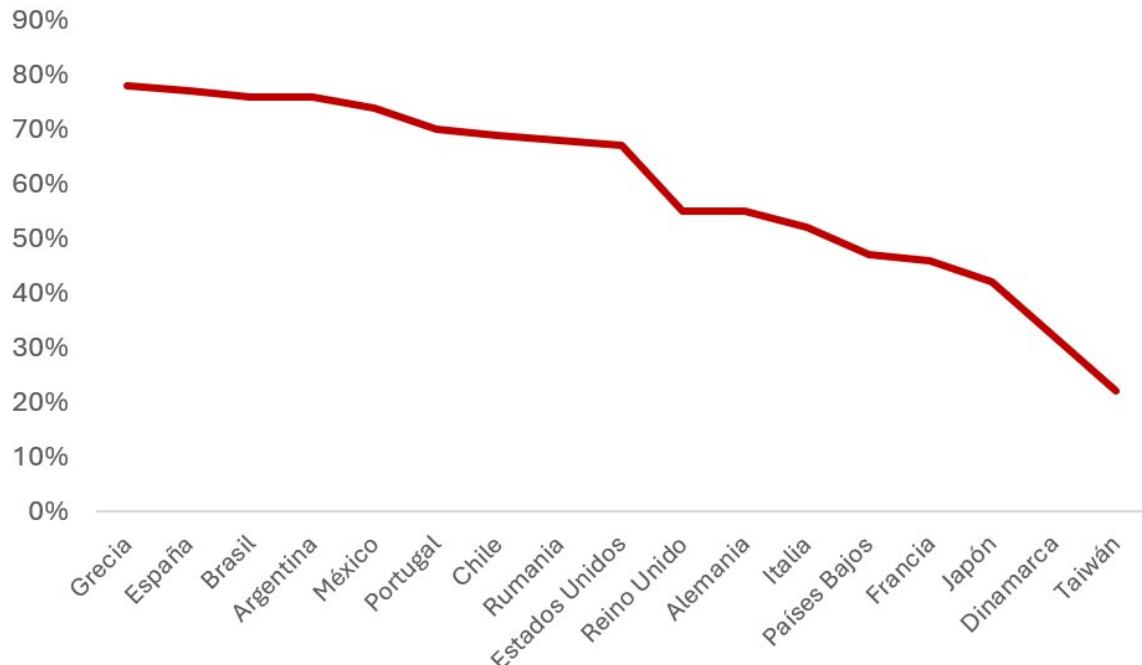
Si bien es de considerar la propagación de la información en redes sociales, los estudios indican que la preocupación por parte de los adultos sobre la veracidad de los contenidos en noticias e información es mayor en determinados países. Lo anterior refleja un incremento en la reflexión con respecto a lo que recibimos y catalogamos como veraz. Adicionalmente, la manipulación por medio de las redes sociales es un factor que se considera preocupante en determinados países, de una muestra selecta, por lo que cabe la duda en cuanto a la autenticidad de los datos e información que se recibe (figura 5).

**Figura 4.** Adultos preocupados por veracidad de noticias en internet, países seleccionados



Fuente: Statista (2022).

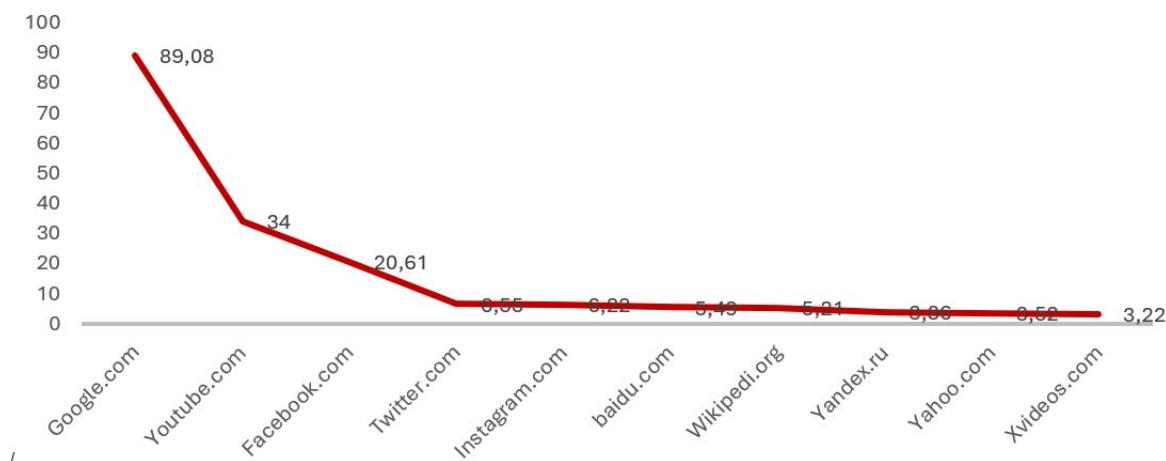
**Figura 5.** ¿Dónde preocupa más la manipulación informativa?



Fuente: Statista (2022).

En la siguiente imagen se puede ver la importancia del alcance con el que cuentan algunas plataformas en internet, destacando *Google*, *Youtube* y *Facebook* y *Twitter* en los primeros lugares.

**Figura 6.** *Sitios de internet más utilizados en 2021*



Fuente: Statista (2021).

En dicho sentido, lo anterior nos ayuda a comprender que, si estos medios propagan, omiten o castigan cierta información sobre algún fenómeno, ideología o personaje en particular, o cualquier otro aspecto, existe una gran posibilidad de que estos influyan en la percepción y postura de una gran cantidad de gente en el mundo con la posibilidad de cambiar la atmósfera de una región en el ámbito social, cultural y político.

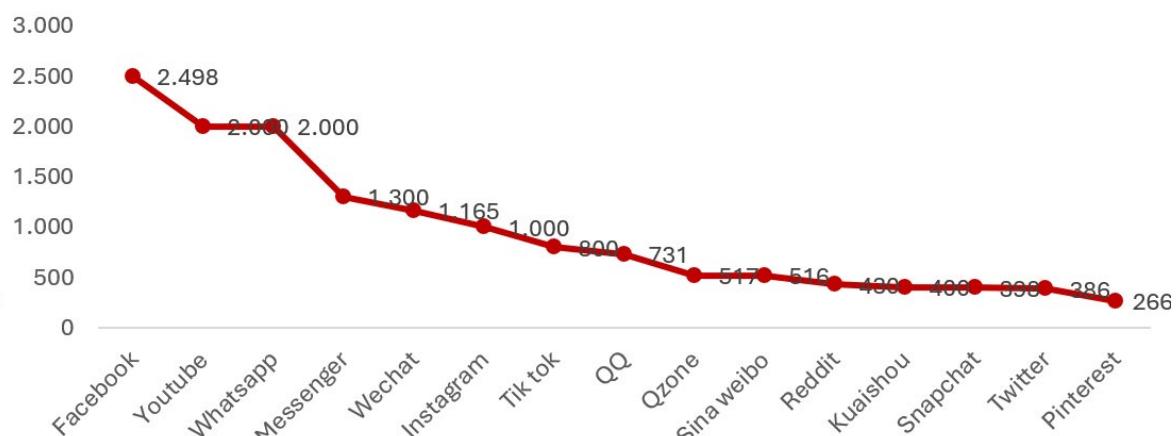
## Redes sociales

Las redes sociales se conforman mediante elementos como los nodos de interacción entre actores de la web para distintas funciones, en las que las personas publican y comparten información tanto del plano personal como profesional con otras personas (Celaya, 2008 citado por Hütt, 2012). Los mensajes en redes sociales alcanzan un alto grado de difusión (viralización). No hay límites prácticamente entre una noticia difundida en medios de comunicación tradicional (televisión o radio) y aquella propagada por medios de internet como lo son las redes sociales (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*) (Díez, 2018).

En dicho contexto, los usuarios de las redes sociales interactúan como creadores de contenido, generando una proliferación de información, en algunos casos

sin aporte y fuera de contexto provocando la desinformación. Como lo establece Acevedo (2019), mediante la manipulación de la información que se comparte en las plataformas disponibles se suele vincular para distorsionar hechos, dejar sin valor el periodismo crítico e independiente y promover propaganda o mentiras que hacen de los medios de interacción como celulares, tabletas y computadoras instrumentos de confusión masiva.

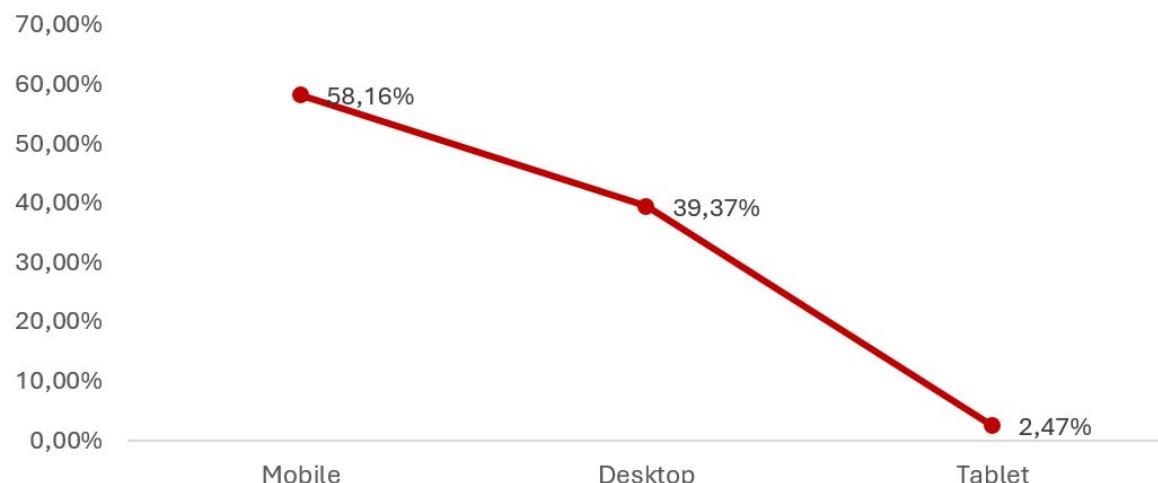
**Figura 7. Uso de redes sociales en 2020**



Fuente: Global Statshot de DataRaportal (2021)

En la imagen se aprecian los primeros sitios con mayor número de usuarios. Esto nos da pauta de donde se puede influenciar más y propagar de una manera más efectiva la información por medio de las redes sociales. Cabe destacar que los medios *Facebook*, *Youtube* y *Whatsapp* son los de mayor presencia en este rubro.

En las redes sociales los usuarios de estas interactúan como creadores de contenido, generando una proliferación de información, en algunos casos sin aporte y fuera de contexto provocando la desinformación. Acevedo (2019) establece que mediante la manipulación de la información que se comparte en las plataformas disponibles, se suelen vincular mensajes para distorsionar hechos, dejar sin valor el periodismo crítico e independiente y promover propaganda o mentiras. Además, dichos mensajes se propagan por celulares, tabletas y computadoras e instrumentos que provocan confusión masiva.

**Figura 8.** Participación en la red por aparato (abril, 2020)

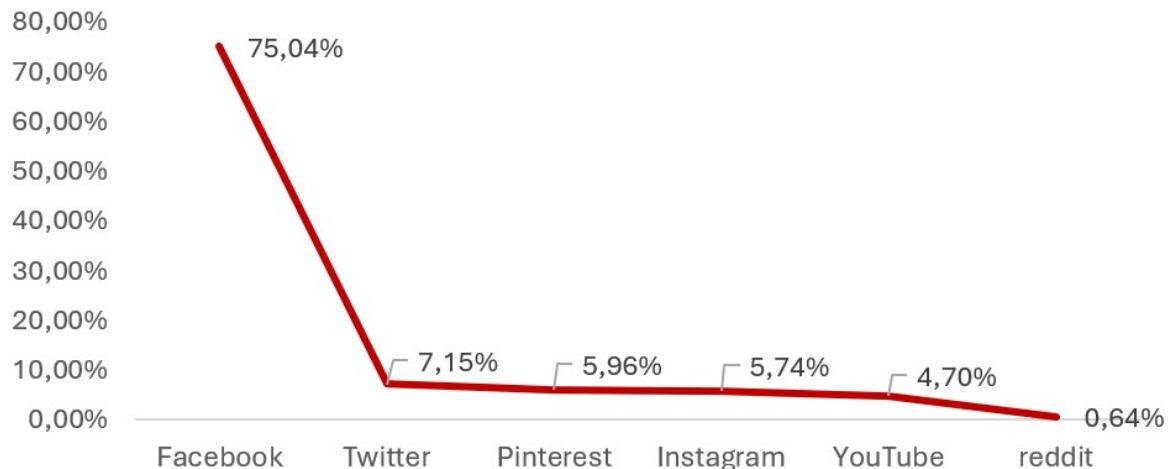
Fuente: StatCounter, GlobalStat (2020).

Es importante mencionar que gran parte de la propagación de las noticias falsas se elabora por medio de la manipulación de videos, publicidad dirigida, seguidores falsos, *bots*, *trolling* organizado, memes, etc. La desinformación se difunde también a través de publicar, comentar, compartir, tuitear y volver a tuitear falsa información (European Commission, 2018). Conforme pasan los años, la propagación de temas de tendencia tienen su punto de inflexión en gran medida por medio de las redes sociales. Es a través de estas redes que se origina en mayor cantidad la desinformación, o bien, noticias falsas (*fake news*), las cuales anteriormente podían ser propagadas casi de manera exclusiva por los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, periodismo) (García, Del Hoyo & Blanco, 2020). Para ilustrar lo anterior, en la figura 9 podemos apreciar el uso de los distintos medios, en proporción a su uso en el mes de abril de 2022.

En la actualidad, el internet y las redes sociales hacen posible que variedad de temáticas y noticias se propaguen alrededor del mundo de manera inmediata, con algunas excepciones como lo es el caso de Cuba o China donde los gobiernos de estos países controlan el libre flujo de información (Agramón et al. 2021).

Por otra parte, la inmediatez con la cual recurren los usuarios de las redes sociales, no les permite meditar ni razonar sobre la información recibida. De tal manera que, antes de que se determine si fue verdad o mentira algún dato, este ya se propagó en masa, creando la desinformación. Asimismo, el consumo de las noticias

**Figura 9.** Social Media Stats Worldwide (April, 2022)



Fuente: Stat Counter. GlobalStat (2022)

a través de los medios digitales es una moneda con doble cara, brinda ventajas como la gratuidad, la inmediatez, la ubicuidad y el acceso permanente e ilimitado a los contenidos (García, 2017), por el otro lado estas conviven con riesgos como lo es la proliferación de noticias falsas.

En un minuto en internet se propagan 69 millones de mensajes por redes sociales, 695 mil historias visualizadas en Instagram, 1.4 millones de contenido visto en Facebook, se visualizan 500 horas de contenido en YouTube, se mandan 3 millones de imágenes, entre otros datos (véase figura 10). Es por tal razón que es importante analizar la información una vez que la tenemos ante nuestras manos y también analizar quien la emite, que persona y que organización se encuentra detrás de la nota.

La inmediatez de la información nos inunda de manera excesiva, además de que influye considerablemente nuestra percepción, sin embargo, esta información que nos rodea proviene de un ecosistema donde conviven tanto información falsa como verdadera. Las redes sociales que están prácticamente al alcance de todos han beneficiado la diseminación de la información a un ritmo sin precedentes, lo cual también dificulta verificar la veracidad de estas (Shanika y Leckie, 2020). La instantaneidad atrae a los usuarios (Chen, Conroy y Rubin, 2015). Cabe añadir que la velocidad en que se propagan las noticias falsas, noticias que además no son contrastadas, es mucho más rápida y amplia, que las fuentes verdaderas de información. Esto ocasiona que la desinformación incremente en demasía en la cultura

**Figura 10.** Lo que sucede en internet en un minuto (2021)

Fuente: Lori Lewis (2021)

de occidente, especialmente en los últimos años, donde las redes sociales han venido ganando terreno.

### Intencionalidad del ente emisor

Como se ha mencionado anteriormente, en el proceso de comunicación de mensajes por medio de redes sociales el receptor ha dejado de ser exclusivamente pasivo y ahora puede participar activamente y emitir mensajes ante prácticamente cualquier entidad, persona y/o organización (Chen et al., 2015). Adicionalmente,

el emisor de un mensaje rara vez se despoja de su propia intención cuando este informa algo; ya sea en el ámbito de engañar, manipular o desinformar (García et. al., 2020). Es decir, que tanto intenciones, como sesgos, dañan la objetividad y realidad de la información en la noticia.

El emisor de información cuenta por lo general con una intencionalidad y tiene la posibilidad de hacer uso de su libertad en la transmisión de mensajes no veraces. Por ejemplo, algún emisor puede trabajar para cierta organización de la cual este perciba dinero a cambio de hablar bien, o mal, sobre cierto aspecto de algún fenómeno o personaje, algún otro detalle de algo que alguien haya dicho, tergiversar, y omitir palabras o alguna otra estrategia mediática para realzar una nota, entre otras cuestiones.

La información que no es verdadera puede darse en una situación no intencionada, por desconocimiento o poca atención y profundidad sobre el suceso. En dicho sentido, se establece la desinformación y no existe una intención previa de engañar de quienes promueven y realizan la información (Romero, 2013). Es entonces que el fenómeno intencional estriba en que el emisor busca un beneficio derivado de ejercer alguna influencia y control en los receptores, provocando una actuación deseada ya que no se percata de que la noticia está tergiversada y se confirma la impunidad del emisor, evitando que la audiencia desconozca la operación en que se ha involucrado.

Adicionalmente, si el emisor es ferviente seguidor de alguna ideología, concepto, etc., este también puede manipular, omitir y tergiversar información con propósito de convencer al receptor de información. Por consiguiente, si el receptor de tal información no tiene en cuenta tales detalles, existe una probabilidad notable de que este tome como cierta alguna noticia amarillista o impresionista y la adopte y propague como verdadera. Por ello, los receptores pueden interpretar el mensaje de manera errónea y propagar y replicar la desinformación masivamente por redes sociales (Derakhshan y Wardle, 2017).

Es relevante mencionar que la publicación de noticias falsas genera graves problemas ya que su refutación, retracción y retirada son insuficientes para reparar el daño causado y sus posibles consecuencias (Ioannidis, 2020). A ello, en varios países han surgido leyes y/o reglamentos para tratar de evitar tales acciones.

## Medidas legales contra la desinformación

La difusión de información falsa se origina por distintos motivos, para infundir pánico, incertidumbre y/o desconocimiento, lo cual ocasiona en la sociedad efectos de agitación social, desbalance en tiempos electorales, surgimiento de movimientos sociales, entre otros efectos. Un ejemplo de ello es el virus COVID 19 que llegó por medio de la Infodemia, la cual consiste en acelerar el proceso epidémico a través de la difusión de información errónea. Este proceso consistió en brindar medidas precauciones y/o remedios para cuidarse del virus, las mismas que cambiaron a través del tiempo de manera muy constante llevando a que un sector considerable de la población mundial tuviese miedo, inseguridad y precauciones excesivas (Rosas, 2020).

La preocupación en la elaboración 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, como lo es el caso de Alemania y de Francia quienes han instaurado leyes para mitigar este problema (Rosas, 2020), debido a que en varios países existen regímenes que censuran y controlan de forma extrema el flujo de información. Tal es el caso de China y Malasia, en donde esta última logró una aprobación en la cámara baja del parlamento de la ley que prohíbe noticias falsas, consistiendo en la primera medida en este sentido en el mundo. Dicha propuesta considera un castigo de hasta 6 años de prisión tanto por publicar como distribuir información engañosa (Beech, 2018). Sin embargo, a pesar de las medidas mencionadas para evitar la desinformación, siguen existiendo vacíos legales, por ejemplo, en cuanto a la creación de perfiles falsos o de blogs utilizados para difundir noticias falsas y hacer que se vuelvan virales (Fregoso, 2018).

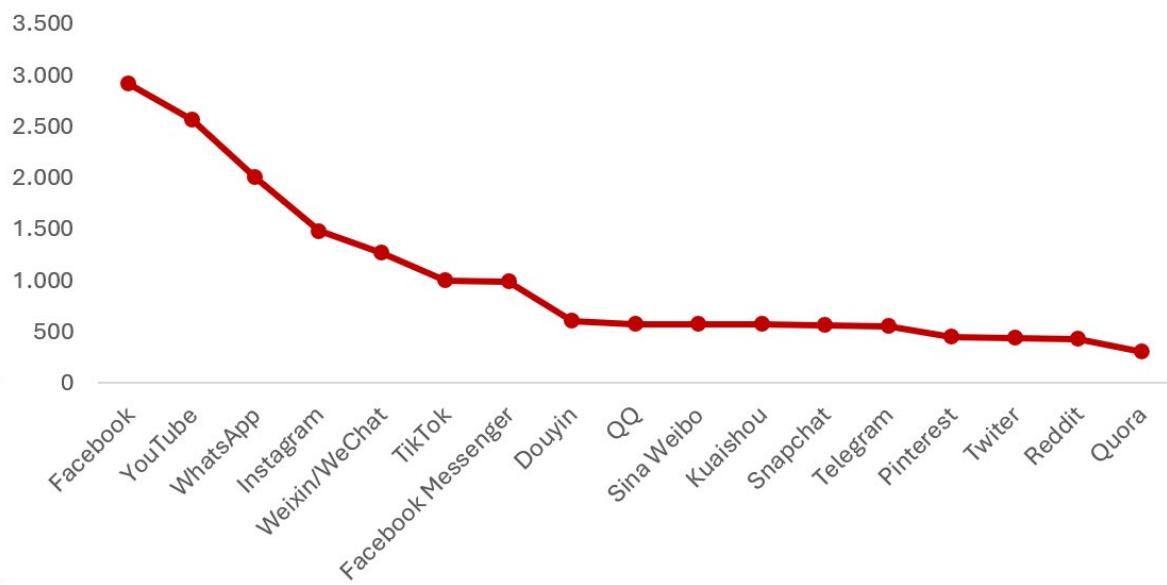
Adicionalmente, existen reglas y disposiciones que podrían ser usadas como arma de doble filo, cayendo en la censura (Rosas, 2020). Tal es el caso de las redes sociales *Facebook* y la de *Twitter* y la plataforma *Google* lideradas por Mark Zuckerberg y Jack Dorsey y Sundar Pichai respectivamente, quienes han censurado arbitrariamente a usuarios por presuntamente incitar al odio y/o a principios que van en contra de las políticas comunitarias de dichas plataformas (BBC News, 2021).

Como ejemplos de censura arbitraria existen los casos de censura a Trump en 2021, así como el de la censura constante al escritor Agustín Laje quien ha sido numerosas veces censurado en Facebook e Instagram al parecer por disentir con políticas determinadas de las redes mencionadas (BBC News, 2021; Tobit, R, 2021).

La parte peligrosa de estas censuras es el hecho de que son promovidas por jueces arbitrarios absolutos sin injerencia de otra instancia imparcial para imponer resoluciones.

En la actualidad si no estás en redes sociales existe gran posibilidad de que la población no te conozca y al contrario si estás vigente efectivamente en estas, existe gran ventana de exposición hacia las masas regional y globalmente. Esto conlleva a que, por ejemplo, un mandatario político que no cuenta con redes sociales sea afectado considerablemente debido al gran impacto que estas tienen en la actualidad por *YouTube*, *Twitter*, *Facebook*, *TikTok*, y otras tienen en la población, como se puede apreciar en cuanto a su popularidad, en la siguiente gráfica.

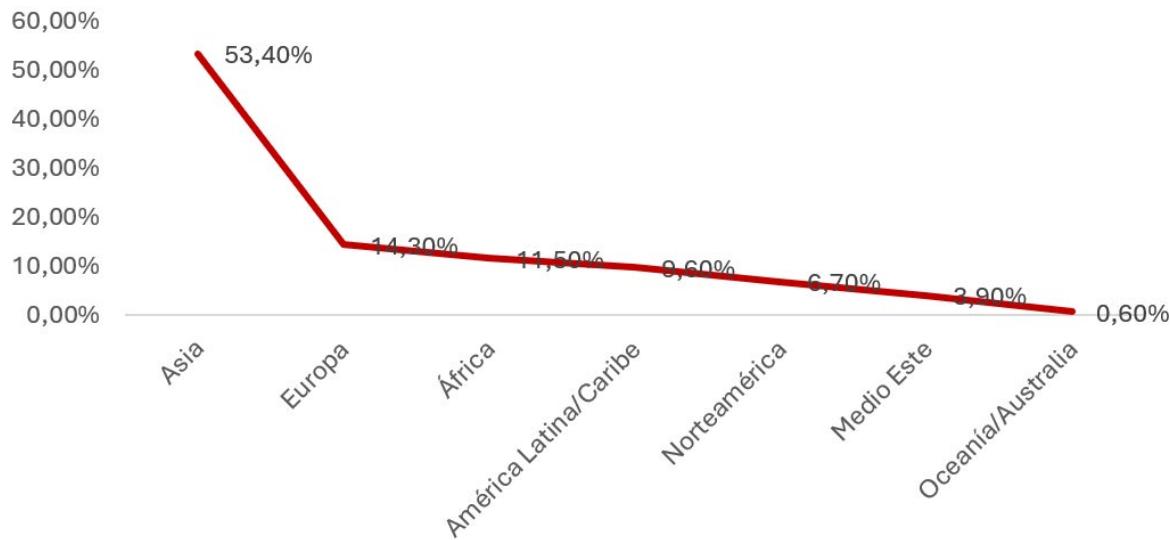
**Figura 11.** *Redes sociales más populares en el mundo.*  
(Enero 2022, por usuarios activos, mensual en millones)



Fuente: Statista (2022).

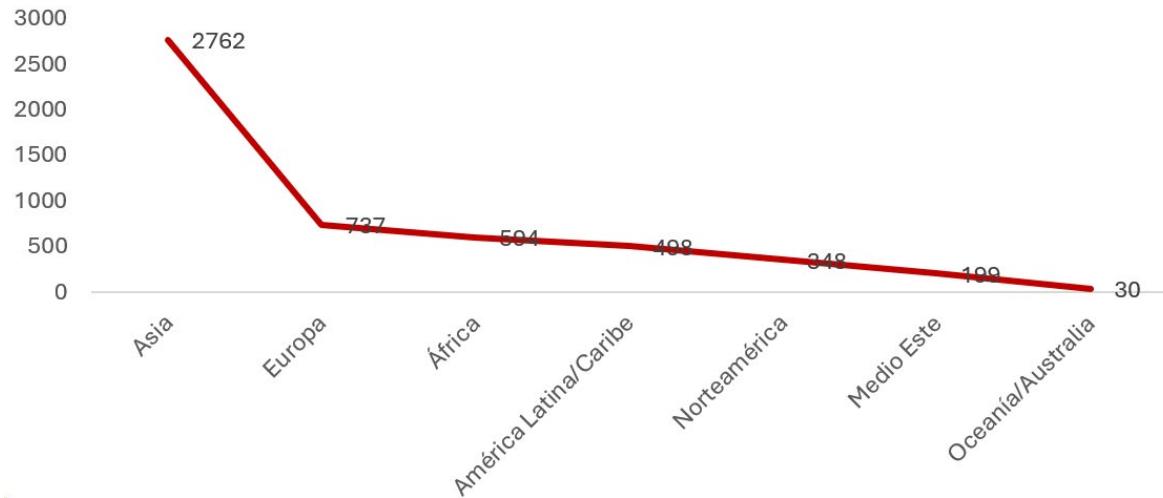
Por su parte, el internet tiene alcance global, (como se aprecia en las figuras 12 y 13), lo cual implica que, de manera similar, si no se está vigente en plataformas como *Google*, la cual es un buscador altamente práctico, probablemente no se encuentre en el radar de la mente de la población. Por otra parte, el internet también puede ser un canal de difusión masiva global para la desinformación.

**Figura 12.** Distribución de los usuarios de internet en el mundo (2021)



Fuente: Internet World Starts (2022).

**Figura 13.** Presencia de internet en el mundo por regiones geográficas-2021



Fuente: Internet World Starts (2022).

## Conclusiones

Las distintas manifestaciones de la desinformación y su velocidad de dispersión global han logrado modificar la percepción de millones de usuarios sin que estos se percaten de dicho fenómeno y de esta manera adoptando información falsa, to-

marla como verdadera y hacerla viral diseminándola exponencialmente. Este comportamiento informativo de inmediatez carece de barreras y se realiza en tiempo real y usualmente está aunado a un sesgo cognitivo notable del usuario quien no valida previamente la información que tiene ante sus ojos, aun cuando ésta carezca de fuentes significativas.

La presencia de medios masivos de información ha ido migrando desde los tradicionales hacia los contemporáneos como los sitios web y las redes sociales. Por consiguiente, el flujo masivo de información y/o desinformación se da por estos medios de una manera más libre y práctica. El papel del receptor de información ha cambiado de manera que, ahora este se convierte también en emisor con posibilidad de crear y diseminar contenidos libremente de manera masiva y prácticamente sin costo.

Existe una ausencia de análisis de la información por parte de los receptores, omisión de verificar fuentes de origen de información. Adicionalmente, existe un aumento de desconfianza y poca credibilidad en los medios de comunicación (Rosas, 2020). Lo anterior se puede permear en distintos ámbitos como el político, comercial, económico, social entre otros.

Si bien el origen de la desinformación como se ha descrito es la presencia de un sesgo cognitivo, además es producto de las características socioculturales que rodean a la misma, por lo cual, cabe reflexionar sobre la pertinencia de construcción de un tejido crítico individual y colectivo en la sociedad, que oponga resistencia a dicha práctica evitando, o al menos, frenando la proliferación sin límite de la desinformación.

## Referencias

- Acevedo, E. (2019, 29 agosto). *Información Chatarra* (Milenio). <https://www.milenio.com/opinion/enrique-acevedo/en-voz-alta/informacion-chatarra>
- Aguirre-Nieto, María y Zeta de Pozo, R. (2017). La verdad en la era de la posverdad. En: Cetina Presuel, Rodrigo; Fernando Gutiérrez, Atala y Loreto Corredoira, Alfonso (eds.). Periodismo de frontera y dignidad humana. Universidad Complutense de Madrid. (referencia no debe tener dos nombres)
- Agramón-Mata, J., Lechuga-Cardozo, J. y Arjona, M. (2021). Las repercusiones de la apertura económica de Cuba con Estados Unidos en el contexto de las relaciones internacionales. *Revista Relaciones Internacionales*, 94(1), 37-54.

- Aparici, R.; García-Marín, D. y Rincón-Manzano, L. (2019). Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.13>
- Argemí Ballbè, M. (2013). Rumores en Guerra: desinformación, internet y periodismo. A Contravent.
- BBC News, (2021). *Trump sues Twitter, Google and Facebook alleging 'censorship'*. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-57754435>
- Beech, H. (2018, 2 abril). *A medida que Malasia se mueve para prohibir las noticias falsas se preocupa por quien decide la verdad* (Reuters). <https://web.archive.org/web/20181216150737/https://www.nytimes.com/2018/04/02/world/asia/malaysia-fake-news-law.html>
- Bounegru, Liliana; Gray, Jonathan; Venturini, Tommaso y Mauri, M. (2017). Field Guide to Fake News. Ámsterdam: Public Data Lab y First Draft.
- Chen, Y., Conroy, N. y Rubin, V. (2015). Misleading online content: Recognizing Clickbait as "False News". *WMDD '15: Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection*, 15-19. <https://doi.org/10.1145/2823465.2823467>
- Dawkins, R. (1985). "El gen egoísta". Editorial Salvat.
- Derakhshan, H. y Wardle, C. (2017). Information Disorder: Definitions. Annenberg School for Communication (Ed.). *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem* (pp. 5-12). Knight Foundation, First Draft y Annenberg School for Communication. <http://bit.ly/32F7v5n>
- Díez, L. (2018). La libertad de expresión en las redes sociales. *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política*, 27, 5-16.
- European Commission (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.
- Fregoso, J. (2018). *#Mexico2018 Fake News and Social Media: The New Heads of the Hydra*. (Reuters Institute y University of Oxford). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/mexico2018fake-news-and-social-media-new-heads-hydra>
- García, J. (2017). Periodismo digital en la Sociedad Red: innovar en un entorno competitivo. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 3-5. <http://bit.ly/2Tv6dWj>

García M., Del Hoyo, M. y Blanco I. (2020). Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news producidas en entornos periodísticos profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 105-118. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.16>

Gleick, J. (2012). *La información: historia y realidad*. BAJA EBooks.

Gómez Arriagada, H.F. (2013). “Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales”. En Revista Gestión de las Personas y Tecnología, 6 (16), <http://www.rhsm.usach.cl/ojs/index.php/revistagpt/article/viewFile/1095/1069>

Hancock, J. (20 septiembre 2014). Columna. “Guía para luchar contra tu cerebro: los sesgos cognitivos”. (El País). [https://verne.elpais.com/verne/2014/09/29/articulo/1411970154\\_000194.htm](https://verne.elpais.com/verne/2014/09/29/articulo/1411970154_000194.htm)

Harsin, J. (2018). A critical guide to fake news: From comedy to tragedy. Pouvoirs. *Revue française d'études constitutionnelles et politiques*, (164), 99-119. <http://www.revue-pouvoirs.fr/A-CriticalGuide-to-Fake-News-From.html>

Hernández Pérez, J. (2014). Las peripecias de la imagen: los memes, la digitalización y las portadas. H. Alfaro López y C. Pérez Meléndez (Coord.). El giro visual en bibliotecología: intersecciones de la información, la imagen y el conocimiento (pp.37-50) UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información. [https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI\\_UNAM/CL355](https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/CL355)

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91 (2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Ioannidis, J. P. (2020). Coronavirus disease 2019: the harms of exaggerated information and non evidence based measures. European journal of clinical investigation, 50(4), 1-5.

Lechuga, J.; Arjona, M.; Leyva, O. y Agramón, J. (2022). Conceptual approach to actor network theory in international business. G. Mata (Ed.). *Actualidad y prospectiva de las relaciones internacionales: implicaciones para México* (295-306). Tirant Lo Blanch.

Letamendia, Arkaitz (2018). Movilización, represión y voto: rastreando las claves del referéndum de autodeterminación del 1 de octubre de 2017 en Catalunya. En: Anuari del Conflicte Social, no7, 1-32.

Lewis, L. (2021). "Infographic: What Happens In An Internet Minute 2021 by Lori Lewis", All Access, 2021. [En línea]. en: <https://www.allaccess.com/merge/archive/32972/infographic-what-happens-in-an-internet-minute>. [Accedido: marzo 10, 2022]

Pérez C. y Velasco, A. (2020). Tendencias narrativas de fact-checking en Twitter. Códigos de verificación y fake news en los disturbios del Procés (14-0). *Revista científica de estrategias Tendencias e Innovación en Comunicación*, 20, 95-122. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>.

Pintado, J. M. E. (2020). La desinformación: Una aproximación al estado de la cuestión. *Revista general de marina*, 278(3), 511-522.

Richter Morales, U. (2018). *El ciudadano digital: fake news y posverdad en la era de internet*. Océano.

Rochlin, Nick (2017). Fake news: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35 (3), 386-392. doi: <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>

Rosas, M. (2020). El ecosistema de la desinformación en internet: una radiografía de su estructura. UNAM.

Romero Rodríguez, L. (2013). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación. *Correspondencias & Análisis*, 3, 319-342.

Ruchansky, N.; Seo, S. y Liu, Y. (2017). CSI: A Hybrid Deep Model for Fake News Detection. In CIKM '17 Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management (pp. 797- 806). Association for Computing Machinery. <http://doi.org/dntn>

Sartori, G. (1998). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Taurus.

Shanika, Y. y Leckie, C. (2020). *Graph Neural Networks with Continual Learning for Fake News Detection from Social Media*. ACM.

Shearer, E. y Gottfried, J. (2017). *News use across social media platforms 2017* (Pew Research Center). <https://goo.gl/qi6N9V>

Statista (2021). *La amenaza de las "fake news"*. <https://es.statista.com/grafico/24043/adultos-que-estan-preocupados-por-lo-que-es-ciento-y-lo-que-es-falso-en-el-ambito-de-las-noticias-en-internet/>

Tecuatl Quechol, M. G. M. (2018). La información: entre la verdad y la posverdad. E. Morales Campos (Coord.). La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

Tobit, R. (23 de julio, 2021). *Red social censura al politólogo Agustín Laje*. <https://www.catolin.com/red-social-censura-al-politologo-agustin-laje.php>

Vosoughi, S.; Deb Roy. y Sinan A. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <http://doi.org/gc3jt6>

Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinar Framework for Research and Policy Making* (Consejo de Europa). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

**Disponible en:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=736981633007>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante  
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la  
academia

María-del Pilar Arjona-Granados,  
Juan-Francisco Agramón-Mata,  
Jorge-Isaac Lechuga-Cardozo

**La desinformación en la percepción de los usuarios de  
internet**

**Disinformation in the perception of internet users**

*Saber, Ciencia y Libertad*  
vol. 19, núm. 2, p. 143 - 165, 2024  
Universidad Libre,  
**ISSN:** 2382-3240

**DOI:** [https://doi.org/10.18041/2382-3240/  
saber.2024v19n2.12008](https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2024v19n2.12008)