

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA



DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ
DANIEL DÍAZ-ROJAS
COORDINADORES

Transdigital[®]
editorial

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA

DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ

DANIEL DIAZ-ROJAS

COORDINADORES

ALEXANDRO ESCUDERO-NAHÓN, ALFONSO URIEL BELLO-GONZÁLEZ, AMADOR GONZÁLEZ-HENÁNDEZ, ANA MARÍA GARCÍA, ANA RUTH ULLOA PIMIENTA, ANAYA AVILA CARLOS EDUARDO, ANDREA SALOMÉ ALDACO LÓPEZ, ANTONIO AGUIRRE ANDRADE, AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ, ARIADNA CRISANTEMA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ, ASTRID SOFÍA PÉREZ MAAS, BELÉN VELÁZQUEZ GATICA, CHRISTIAN JONATHAN ÁNGEL RUEDA, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO, DAMIÁN MADAY MERINO, DANIEL DIAZ-ROJAS, DARINA JOCELYN ESPINOSA TLATELPA, DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ, ELENA PATRICIA SÁNCHEZ MARTÍNEZ, FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL, INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ, IVONNE RODRÍGUEZ PÉREZ, JESÚS GUILLERMO FLORES, JESÚS JONATHAN LIRA-VALLEJO, JORGE SADI, JOSÉ ÁNGEL VILLALOBOS RODRÍGUEZ, JOSÉ AURELIO SOSA-OLIVIER, JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARÍAS, JOSÉ RAMÓN LAINES-CANEPA, JUAN CARLOS REA ANGUIANO, JUAN MANUEL MANCILLA DÍAZ, JUAN SOTO, KENYA MUNGUÍA, LAURA GEORGINA VÁZQUEZ LARA-DE LA CRUZ, LUCILA ARIAS-PATIÑO, LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS, MA. DEL CARMEN BEAS JARA, MANUEL LÓPEZ-BELLO, MARCELA RÁBAGO DE ÁVILA, MARÍA DEL PILAR ANAYA AVILA, MARÍA ELENA VALIELA VIDAL, MARÍA GUADALUPE VEYTIA BUCHELI, MARIANA VALDEZ AGUILAR, MARTHA CECILIA RAMÍREZ-SALGADO, MARTÍN JOAQUÍN AGUILAR MUÑOZ, MERY PESANTES-ESPIÑOZA, MIGUEL ÁNGEL HERNÁNDEZ-ACOSTA, MIGUEL ÁNGEL MEDINA-ROMERO, MIGUEL ÁNGEL VITE PÉREZ, MOISÉS SALINAS ROSALES, MÓNICA MIRAMONTES IBARRA, MÓNICA REA ANGUIANO, MYRNA MÉNDEZ MARTÍNEZ, NATALIA URIBE-BÁRCENAS, OMAIRA CECILIA MARTÍNEZ MORENO, RAQUEL MONDRAGÓN HUERTA, REYNA MORENO BELTRÁN, ROBERTO DEL CARMEN MORENO-GUZMÁN, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD, ROSALÍA VÁZQUEZ-AREVALO, ROSSY LORENA LAURENCIO MEZA, SAMUEL JOSEPH LIZARRAZU CERÓN, SARAÍ CÁRDENAS-MATA, SILVIA GRAPPIN-NAVARRO, SOFÍA GUTIÉRREZ, SOFÍA RUIZ LIÉVANO, SONIA EDITH REYNA MORENO, VINH ILICH POBLANO, VIRIDIANA LEAL SOTO, XÓCHITL LÓPEZ AGUILAR.

AUTORES Y AUTORAS

Título original: Digitalización de la vida cotidiana / Diego Escudero-Sánchez y Daniel Diaz-Rojas (Coords.) — Ciudad de Querétaro, México: Editorial Transdigital, 2025 — 443 páginas.

International Standard Book Number (ISBN): 978-968-9724-10-0.

Digital Object Identifier (DOI) del libro: <https://doi.org/10.56162/transdigitalbc03>

Clasificación DEWEY. 604 - Temas especiales de tecnología. Tipo de Contenido: Libros universitarios. Clasificación the-ma: J - Sociedad y ciencias sociales. Tipo de soporte: libro digital gratuito descargable. Formato: PDF. Tamaño: 4.7 Mb.



Este libro es una publicación de acceso abierto con los principios de Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY-NC-SA). Esta licencia permite a los reutilizadores distribuir, remezclar, adaptar y desarrollar el material en cualquier medio o formato únicamente con fines no comerciales y siempre que se otorgue la atribución al creador. Si remezcla, adapta o construye sobre el material, debe licenciar el material modificado bajo términos idénticos.

Esta obra ha sido dictaminada por pares académicos expertos con el método de doble ciego. Los dictámenes están resguardados en los archivos de la Editorial *Transdigital*.

D.R. 2025 Diego Escudero-Sánchez y Daniel Diaz-Rojas (Coordinadores).

D.R. 2025 Alexandro Escudero-Nahón, Alfonso Uriel Bello-González, Amador González-Henández, Ana María García, Ana Ruth Ulloa Pimienta, Anaya Avila Carlos Eduardo, Andrea Salomé Aldaco López, Antonio Aguirre Andrade, Aquiles Raziel Rojas Martínez, Ariadna Crisantema Martínez Hernández, Astrid Sofía Pérez Maas, Belén Velázquez Gatica, Christian Jonathan Ángel Rueda, Claudia Marina Vicario Solórzano, Damián Maday Merino, Daniel Diaz-Rojas, Darina Jocelyn Espinosa Tlatelpa, Diego Escudero-Sánchez, Elena Patricia Sánchez Martínez, Francisco Alonso Esquivel, Indira Lizeth de la Garza López, Ivonne Rodríguez Pérez, Jesús Guillermo Flores, Jesús Jonathan Lira-Vallejo, Jorge Sadi, José Ángel Villalobos Rodríguez, José Aurelio Sosa-Olivier, José Porfirio González-Farías, José Ramón Laines-Canepa, Juan Carlos Rea Anguiano, Juan Manuel Mancilla Díaz, Juan Soto, Kenya Munguia, Laura Georgina Vázquez Lara-de la Cruz, Lucila Arias-Patiño, Luis Alberto Aldape Ballesteros, Ma. del Carmen Beas Jara, Manuel López-Bello, Marcela Rábago de Ávila, María del Pilar Anaya Avila, María Elena Valiela Vidal, María Guadalupe Veytia Bucheli, Mariana Valdez Aguilar, Martha Cecilia Ramírez-Salgado, Martín Joaquín Aguilar Muñoz, Mery Pesantes-Espinoza, Miguel Ángel Hernandez-Acosta, Miguel Ángel Medina-Romero, Miguel Ángel Vite Pérez, Moisés Salinas Rosales, Mónica Miramontes Ibarra, Mónica Rea Anguiano, Myrna Méndez Martínez, Natalia Uribe-Bárceñas, Omaira Cecilia Martínez Moreno, Raquel Mondragón Huerta, Reyna Moreno Beltrán, Roberto del Carmen Moreno-Guzmán, Rosa del Carmen Sánchez Trinidad, Rosalía Vázquez-Arevalo, Rossy Lorena Laurencio Meza, Samuel Joseph Lizarazu Cerón, Sarai Cárdenas-Mata, Silvia Grappin-Navarro, Sofía Gutiérrez, Sofía Ruiz Liévano, Sonia Edith Reyna Moreno, Vinh Ilich Poblano, Viridiana Leal Soto, Xóchitl López Aguilar (autores y autoras).

D.R. 2025 Sello Editorial *Transdigital*.



Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales, S. C. Nombre de marca: *Transdigital*. Dirección: Circuito Altos Juriquilla 1132. Colonia Altos Juriquilla. C. P. 76230, Juriquilla, Querétaro, México. +52 (442) 301 32 38. editorial@transdigital.mx www.editorial.transdigital.mx



Registro en el Padrón Nacional de Editores como agente editor Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales, S. C., con el Dígito Identificador 978-607-99594.



Afiliación a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) con el número 4069, de conformidad con el artículo 17 de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones en vigor.

Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) de México con el folio: RENIECYT 2400068.



Sugerencia de referencia para el libro en APA 7a. edición:

Escudero-Sánchez, D., y Diaz-Rojas, D. (2025) (Coords.). *Digitalización de la vida cotidiana*. Editorial Transdigital. <https://doi.org/10.56162/transdigitalbc03>

CONTENIDO

01. ANÁLISIS INTRODUCTORIO	9
DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ Y DANIEL DIAZ-ROJAS	
02. TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE: CREANDO EMPRESAS CON BASE EN EL ANÁLISIS DE SUELOS	23
FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL, INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ , SONIA EDITH REYNA MORENO Y LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS	
03. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE GESTIÓN PARA EL EJERCICIO DEL LIDERAZGO EN SECTOR PÚBLICO	35
JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARIÁS, MARTHA CECILIA RAMÍREZ-SALGADO Y NATALIA URIBE-BÁRCENAS	
04. APROXIMACIÓN TEÓRICA DEL IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL TURISMO MÉDICO EN LA CIUDAD DE TIJUANA, MÉXICO	49
OMAIRA CECILIA MARTÍNEZ MORENO	
05. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE VALLE HERMOSO: IMPACTO DEL USO DE PÁGINAS WEB EN SUS VENTAS	59
JUAN CARLOS REA ANGUIANO, MÓNICA REA ANGUIANO E INDIRA LIZETH DE LA GARZA LÓPEZ	
06. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y JUSTICIA UNIVERSITARIA EN MÉXICO: ANÁLISIS DE LAS LIMITACIONES Y DESAFÍOS ESTRUCTURALES	73
MIGUEL ÁNGEL MEDINA-ROMERO	
07. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN INSTITUCIONES ACADÉMICAS: EL CASO DE LINKEDIN EN LAS UNIVERSIDADES DE LA COMUNIDAD DE MADRID, ESPAÑA	85
MARÍA ELENA VALIELA VIDAL	
08. METODOLOGÍAS PARA LA APROPIACIÓN DE UNA CIUDADANÍA DIGITAL. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA	107
VINH ILICH POBLANO, BELÉN VELÁZQUEZ GATICA Y JESÚS GUILLERMO FLORES	
09. INFLUENCIA DEL LIDERAZGO SITUACIONAL EN LA PLUSVALÍA DE UN FRACCIONAMIENTO RESIDENCIAL	129
MIGUEL ÁNGEL HERNANDEZ-ACOSTA, LAURA GEORGINA VÁZQUEZ LARA-DE LA CRUZ Y JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ-FARIÁS	

10. EL SERVICIO SOCIAL: APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO O MANO DE OBRA GRATUITA.....	145
MARÍA DEL PILAR ANAYA AVILA, ROSSY LORENA LAURENCIO MEZA Y CARLOS EDUARDO ANAYA AVILA	
11. TRAZABILIDAD DE LA CALIDAD: INTEGRACIÓN DE LEAN SIX SIGMA EN SCRUM	155
MERY PESANTES-ESPINOZA Y VIRIDIANA LEAL SOTO	
12. NEOLOGISMOS Y DESINFORMACIÓN.....	167
JUAN SOTO	
13. LA VIDA COTIDIANA Y LA DESINFORMACIÓN.....	179
JUAN SOTO	
14. DIGITALIZACIÓN DE LA CLÍNICA DE ACUPUNTURA DE LA ESCUELA NACIONAL DE MEDICINA Y HOMEOPATÍA DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL ...	189
ASTRID SOFÍA PÉREZ MAAS, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y MOISÉS SALINAS ROSALES	
15. FACILITADORES DE TALLERES EN CIENCIA, TECNOLOGÍA, INGENIERÍA, ARTE Y MATEMÁTICAS: UNA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.....	197
LUCILA ARIAS-PATIÑO Y KENYA MUNGUÍA	
16. CUANDO EL AMOR SE ESCRIBE CON EMOJIS: CONEXIÓN DIGITAL Y FRUSTRACIÓN FEMENINA EN EL ROMANCE MODERNO.....	205
SOFÍA GUTIÉRREZ Y ANA MARÍA GARCÍA	
17. IDENTIDAD Y AUTOESTIMA EN LA ERA DIGITAL: EFECTOS DE LAS REDES SOCIALES SOBRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	219
SARÁ CÁRDENAS-MATA Y MARÍA GUADALUPE VEYTIA BUCHELI	
18. ENTRE LA INMERSIÓN Y EL MALESTAR: EFECTOS FÍSICOS SECUNDARIOS PRESENTADOS POR EL USO DE TECNOLOGÍAS DE REALIDAD EXTENDIDA EN EL CONTEXTO FORMATIVO	231
DARINA JOCELYN ESPINOSA TLAELPA, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ	
19. REPRESENTACIONES QUEER E IDENTIDADES DE GÉNERO EN ENTORNOS DE REALIDAD AUMENTADA: HACIA UN DISEÑO INCLUSIVO EN MUNDOS VIRTUALES	243
JOSÉ ÁNGEL VILLALOBOS RODRÍGUEZ, CLAUDIA MARINA VICARIO SOLÓRZANO Y AQUILES RAZIEL ROJAS MARTÍNEZ	

20. COAHUILA, CONSUMO DE MEDIOS EN UNA SECUNDARIA LOCAL DEL PUEBLO MÁGICO DE VIESCA, MÉXICO	253
JORGE SADI	
21. INFLUENCIA DEL USO DE DISPOSITIVOS PARA LA AUTONOMÍA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS PERSONAS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA	263
MYRNA MÉNDEZ MARTÍNEZ Y MARCELA RÁBAGO DE ÁVILA	
22. FABRICACIÓN SOSTENIBLE DE PLACAS DE POLIPROPILENO RECICLADO: CONTRIBUCIONES AL DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.....	273
JOSÉ RAMÓN LAINES-CANEPA, ROBERTO DEL CARMEN MORENO-GUZMÁN Y JOSÉ AURELIO SOSA-OLIVIER	
23. EL DISPOSITIVO DIGITAL: ¿VIGILAR Y CONTROLAR?	277
MIGUEL ÁNGEL VITE PÉREZ	
24. RESPONSABILIDAD COMPARTIDA EN 4D: DETECCIÓN, DERIVACIÓN, DINAMIZACIÓN Y DIÁLOGO DIGITAL EN LA INTERVENCIÓN DE NIÑOS CON RETRASO ORAL	287
ELENA PATRICIA SÁNCHEZ MARTÍNEZ	
25. MUNDOS VIRTUALES SONOROS: UN PRIMER ACERCAMIENTO A ENTORNOS TRIDIMENSIONALES ACCESIBLES PARA PERSONAS CIEGAS.....	299
MARTÍN JOAQUÍN AGUILAR MUÑOZ, ALEXANDRO ESCUDERO-NAHÓN Y CHRISTIAN JONATHAN ÁNGEL RUEDA	
26. POSTURAS DE MUJERES JÓVENES CON TRASTORNOS ALIMENTARIOS ANTE PÁGINAS DE INTERNET Y REDES SOCIALES	313
ALFONSO URIEL BELLO-GONZÁLEZ,, ROSALIA VÁZQUEZ-AREVALO Y XÓCHITL LÓPEZ-AGUILAR	
27. LA ERA DIGITAL EN LA VIDA UNIVERSITARIA: UN ESTUDIO EN EL CENTRO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, VALLE DE MÉXICO.....	325
IVONNE RODRÍGUEZ PÉREZ	
28. ALFABETIZACIÓN DIGITAL EN EL PAISANO MUNICIPIO DE LAS VIGAS DE RAMÍREZ, VERACRUZ, MÉXICO	337
MANUEL LÓPEZ-BELLO, SILVIA GRAPPIN-NAVARRO Y AMADOR GONZÁLEZ-HENÁNDEZ	

29. ACTIVIDAD FÍSICA EN UN TRATAMIENTO MULTIDISCIPLINARIO EN LÍNEA PARA TRASTORNO POR ATRACÓN: UN ESTUDIO EXPLORATORIO.....	351
ANDREA SALOMÉ ALDACO LÓPEZ, ROSALÍA VÁZQUEZ-ARÉVALO, MARIANA VALDEZ AGUILAR, XÓCHITL LÓPEZ AGUILAR, MA. DEL CARMEN BEAS JARA Y JUAN MANUEL MANCILLA DÍAZ	
30. MARKETING DIGITAL EN MICROEMPRESAS DE COMALCALCO, TABASCO, MÉXICO.....	365
ANA RUTH ULLOA PIMIENTA, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD Y ANTONIO AGUIRRE ANDRADE	
31. DESAFÍOS ÉTICOS DEL DERECHO EN LA NUEVA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO	381
DAMIÁN MADAY MERINO, ROSA DEL CARMEN SÁNCHEZ TRINIDAD Y SOFÍA RUIZ LIÉVANO	
32. ACCESO UNIVERSAL AL CONOCIMIENTO EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA	395
DIEGO ESCUDERO-SÁNCHEZ, REYNA MORENO BELTRÁN Y RAQUEL MONDRAGÓN HUERTA	
33. USO DE QUICK RESPONSE CODES EN ALMACENES QUÍMICOS UNIVERSITARIOS.....	407
JESÚS JONATHAN LIRA-VALLEJO, ARIADNA CRISANTEMA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ Y MÓNICA MIRAMONTES IBARRA	
34. LA REALIDAD VIRTUAL COMO HERRAMIENTA PRINCIPAL PARA UN TRATAMIENTO EFICAZ DE LA DISCALCULIA POR TIPOLOGÍA.....	417
SAMUEL JOSEPH LIZARAZU CERÓN Y ALEXANDRO ESCUDERO- NAHÓN	
35. CREACIÓN Y APLICACIÓN DEL INDICADOR DE EMPRENDIMIENTO MUNICIPAL EN EL MUNICIPIO DE OAXACA DE JUÁREZ, MÉXICO.....	429
DANIEL DIAZ-ROJAS	



13. LA VIDA COTIDIANA Y LA DESINFORMACIÓN

JUAN SOTO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, MÉXICO

ORCID: 0000-0001-9289-327X

13. LA VIDA COTIDIANA Y LA DESINFORMACIÓN

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la desinformación se ha convertido en un fenómeno omnipresente que afecta a la comunicación y a la percepción de la realidad en niveles sin precedentes. Con el auge de Internet y la proliferación de redes sociales, la forma en que consumimos y compartimos información ha cambiado radicalmente. Este texto se adentra en las dinámicas de este nuevo espacio informativo donde las fronteras entre la verdad y la falsedad se han vuelto difusas.

A medida que los usuarios se convierten en actores activos en la circulación de información, o incluso desinformación, se observa un cambio notable en cómo se construyen y comparten las narrativas contemporáneas. La interacción entre los flujos de información, la participación individual y los intereses comerciales crea un entorno donde la inmediatez y el deseo de compartir a menudo superan el rigor de la verificación de los hechos.

A través de un análisis crítico de estas dinámicas, exploraremos cómo la desinformación no solo afecta la comprensión individual, sino que también tiene repercusiones sociales y culturales más amplias, perpetuando una cultura de la desinformación que busca diluir la capacidad crítica y el pensamiento reflexivo de la sociedad.

DESARROLLO

Con la llegada de internet, la popularización de *social media*, su uso cada vez más generalizado -que casi alcanza ya a la mitad de la población mundial-, y las tecnologías digitales, la desinformación ya no solo llega a través de los medios. La circulación de la información responde a “una mezcla de fuerzas verticales (de arriba abajo y de abajo a arriba) determina cómo se comparte el material a través de las culturas -así como entre ellas- de forma mucho más participativa (y desordenada)” (Jenkins et al., 2015, p. 26).

Pasamos de un *servilismo tecnológico* dócil y pasivo a otro dócil también, pero participativo. Si la docilidad pasiva representaba un problema, la docilidad participativa parece empeorar la situación. Gracias a internet, las tecnologías digitales y *social media*, el conocimiento propio de la sociedad de la información se mezcla, compete y suele perder

muchas batallas contra el conocimiento, llamémosle, espontáneo y de sentido común que, ahora también, recorre a toda velocidad las redes digitales.

Pero esto, digamos, no es algo nuevo. No es algo que realmente desconozcamos, lo nuevo es la forma en que ocurre. Y ocurre con mayor velocidad y en mayores cantidades. “En nuestra sociedad hay determinadas fuerzas muy interesadas en convertir la información en desinformación. ¡No vivimos en una sociedad de la información, sino en una sociedad de la desinformación!” (Otte, 2010, p. 16).

Las grandes cantidades de información que se convierten en grandes flujos de información recorren con facilidad, y a gran velocidad, las distintas redes digitales distribuyéndose selectivamente y de manera eficiente. Su alcance parece ser inconmensurable y, al respecto, solo se puede trabajar mediante estimaciones. Más allá del alcance, topamos rápidamente con la eficacia simbólica de dicha distribución en la cual participan los usuarios jugando el papel perfecto de catalizadores en el proceso de la transmisión (de ahí el carácter participativo).

La desinformación, que tiene que ver con la sobrecarga de información, tiene un fundamento que “no es tanto científico-social como literario” y está relacionada “con la *cultura* (global) de la información”, vinculada también a la teoría mediática (Lash, 2005, p. 244). A diferencia de la información del tipo científico-social “es efímera. Actúa por medio de una secuencia, un *collage* de particulares” (Lash, 2005, p. 245). Podemos decir que no toda la desinformación persigue los mismos objetivos pues en algunas ocasiones puede solo buscar la burla o el ridículo (mofarse de los desinformados), pero en otros casos puede buscar la difusión del miedo, el pánico y la incertidumbre.

Y, en casos más extremos, la inducción del voto. Por ejemplo, En *La Dictadura de los Datos*, Brittany Kaiser (2019), la fundadora de la campaña #OwnYourData y cofundadora de *Digital Assets Trade Association (DATA)*, quien en su momento trabajó para Alexander Nix (líder de *Cambridge Analytica*), empresa que utilizó datos personales de usuarios de *Facebook* para favorecer la elección de D. Trump, relata de forma detallada y burda, su versión de los hechos sobre cómo, entre otras cosas, se utilizaron *psypops* para identificar *votantes vulnerables*.

Las herramientas de las que se vale la desinformación tienen que ver, entre otros, con la frivolidad de los acontecimientos, los desvíos de atención hacia asuntos sin importan-

cia que son presentados espectaculares, la marginación de voces que realmente importan y las mentiras. “El panorama de desinformación de la misma víctima -el ciudadano de a pie- no ha mejorado” (Serrano, 2009, p. 20). El asunto aquí es que mientras esa condición del ciudadano común no mejora, las herramientas y las estrategias de la desinformación sí se han sofisticado (y bastante).

CLICS SOCIALES

En junio de 2016, Gabelkov, M. (INRIA-MSR Joint Centre y Columbia University); Ramachandran, A. (Columbia University); Chaintreau, A. (Columbia University); y Legout, A. (INRIA-MSR Joint Centre y Columbia University), publicaron los resultados de una bonita investigación titulada *Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?* El conjunto de datos con el que trabajaron estuvo conformado por 2.8 millones de mensajes compartidos (que podrían haberse traducido en 75 mil millones de potenciales mensajes vistos solo en *Twitter* y en 9.6 millones de *clicks*).

Para su estudio consideraron cinco dominios de los medios más populares en dicha red social de *microblogging*. Eligieron tres medios (*BBC*, *CNN* y *Fox News*); un periódico (*The New York Times*); y una fuente estrictamente en línea (*The Huffington Post*). Entre otros resultados encontraron que en el 59% de las URL mencionadas en los mensajes de *Twitter* no se hizo *click* y que simplemente, se compartió. Presumiblemente, el contenido de lo que se compartió no fue leído. Lo cual supone que, si acaso, se leyeron los encabezados. Es decir, que después de leer los encabezados, la información simplemente se compartía (sin leer el contenido de la información que se compartía).

Los resultados de la investigación nos llevan a pensar también que la gente está más dispuesta a compartir una información que a leerla, conocerla, revisarla, verificarla, etc. Compartir información sin saber *de qué va*, es algo muy parecido a recomendar un libro del cual solo se leyó el título en la portada. O a recomendar una película de la cual solo se vio el *trailer*. O a cantar y bailar una canción de la cual no se sabe qué dice. Y esto representa una contradicción interesante en términos sociales y culturales: la gente está compartiendo más información de la que conoce a fondo (es decir, se comparten más artículos de los que se leen, por ejemplo).

Social media es el terreno ideal para que la información sin verificar se deslice como un alud en una montaña, arrasando con todo lo que encuentra a su paso (los desinformados

primero). A diferencia de los montañistas que quedan sepultados y casi muertos debajo de la nieve tras un alud, los internautas desinformados terminan satisfechos por haber compartido contenidos mal intencionados, engañosos, falsos y tendenciosos. A cambio, reciben palmaditas digitales (en forma de pulgar arriba, corazón, carita sonriente, carita de asombro, carita llorando o carita enojada), de otros desinformados que quedan, junto con ellos, debajo de las pesadas capas de desinformación cuando un mensaje falso se vuelve viral gracias a su desesperación por compartir, antes que conocer, mínimamente, el contenido de lo que comparten.

Compartir el contenido y conocerlo, en realidad, guardan un bajo nivel de correlación. A los desinformados les importa compartir. Informar e informarse no es su prioridad. Compartir importa más que informar (e informarse). Compartir información falsa, maliciosa, engañosa, mal intencionada, etc., puede tener efectos negativos a nivel social, sobre todo en situaciones críticas como las que vivimos actualmente. La desinformación puede elevar la incertidumbre (y de paso el miedo). Y también, como dijimos, poner en riesgo la vida de las personas.

El jueves 23 de abril, durante una rueda de prensa, Donald Trump sugirió la posibilidad de tratamientos con luz ultravioleta para pacientes infectados con SARS-CoV-2, así como inyectarse desinfectante para eliminar el virus dentro del cuerpo (BBC, 2020). Acto seguido de la desinformada declaración, las reacciones de especialistas del área de la salud (CNN, 2020), tuvieron que reaccionar rápida y enfáticamente para prevenir una ola de desinformación que podía declarar dicha especulación. Incluso la firma *Reckitt Benckiser* (propietaria de las marcas *Lysol* y *Dettol* entre otras), advirtió que en ninguna circunstancia se debían inyectar en el cuerpo o ingerir sus productos. No obstante, no bastó. El viernes 24 de abril, el Centro de Control de Envenenamientos de Nueva York reportó haber recibido una treintena de llamadas relacionadas con la exposición a *lejía*, el desinfectante *Lysol* y otros productos de limpieza poco después de las declaraciones de Trump (El País, 2020).

EL CASO DE LA MARIHUANA Y EL ADN ALIENÍGENA

Para celebrar el *April Fool's Day*, la *National Public Radio (NPR)*, organización de medios, puso en circulación un encabezado que decía: *Why Doesn't America Read Anymore?* Si las personas hacían clic sobre el enlace para leer la nota podían encontrarse con un mensaje de felicitación que decía: ¡Felicitaciones, lectores genuinos y feliz Día de los Inocentes! En realidad, no se trataba de una nota sino de una broma que le ponía en claro a los lectores

que los editores del diario “a veces tenemos la sensación de que algunas personas están comentando historias de NPR que realmente no han leído” (NPR, 2014). Pedían a los lectores que si estaban leyendo la nota solo le dieran *me gusta*, y que no hicieran comentarios al respecto para ver qué sucedía.

Sin datos precisos como los que analizaron los profesores de *INRIA-MSR Joint Centre* y *Columbia University*, los editores nos dejaron ver que iban por buen camino en cuanto a sus impresiones sobre los desinformados a los que les gusta compartir contenidos sin leerlos o conocerlos. *El Día*, por su parte, publicó el 25 de julio de 2020 una simpatiquísima nota cuyo encabezado decía *La NASA confirma que la marihuana contiene “ADN alienígena” del exterior de nuestro sistema solar*. Encabezado que invitaba a las carcajadas apenas hubiese sido terminado de leer. La nota, que era deliberadamente falsa e inocente, era el pretexto para invitar a los lectores a conocer algunos resultados del estudio sobre los *clics sociales* que se refirió en este texto y también la broma con motivo del día de los inocentes que *NPR* había montado en su portal. El mensaje final del diario decía:

Si usted es uno de los pocos afortunados que logró hacer clic y leer este artículo, ¡lo felicitamos! Aunque nos disculpamos por el titular engañoso. Mientras tanto, diviértete compartiendo el artículo y viendo quién se encarga de dirigir una discusión sobre la genética de la marihuana sin leerlo (El Día, 2020)

EL TURNO DE LA COVID-19

Con toda la información falsa, engañosa, mal intencionada, tendenciosa, etc., que ha circulado sobre la covid-19 en blogs, foros, aplicaciones de mensajería instantánea, redes sociales (de *microblogging*, fotografía, video, profesionales, etc.), bien se podría editar un libro de tamaño tipo *Handbook* que podría llevar el título de *Todo lo que compartí del coronavirus durante la contingencia y no me atreví a verificar*. Lo peor, es que probablemente se vendería bien. Decepciónese así. La policía china no persiguió enfermos contagiados con el nuevo coronavirus como se hizo creer a los despistados a través de un video donde veía a la policía de Hong Kong ir tras algunos manifestantes que habían realizado algunos destrozos en una estación del metro. El engañoso video, hasta hace poco, podía verse en *YouTube*

¿Recuerda si alguien de sus contactos de *Facebook* lo compartió desesperadamente pensando que con esa acción estaba realizando una especie de denuncia y visibilización de lo que el gobierno chino estaba haciendo con los supuestos enfermos de la covid-19? Este

video suscitaba reacciones y comentarios de enojo, miedo y asombro. El artículo que cuenta sobre lo que realmente ocurrió en *South China Morning Post* (2019), aún está disponible.

Nada prueba que hacer gárgaras con enjuague bucal o con agua de sal elimine el coronavirus de la garganta (en realidad es, simplemente, un remedio casero muy socorrido para tratar de aliviar el dolor). No se tiene certeza alguna, hasta el momento, de que el covid-19, fenezca a una temperatura de entre 26 y 27° C. Beber agua caliente en tés o infusiones, no tiene ningún efecto sobre el coronavirus. No todas las mascarillas, ahora lo sabemos mejor, sirven para impedir el contagio por medio de las gotas de saliva infectadas con el virus. No hay pruebas de que ciertos desinfectantes (como *Pinol* y *Lysol*), tengan eficacia contra el coronavirus (aunque se presenten de otro modo y afirmen ser efectivos contra otros tipos de coronavirus). Los *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC), no recomendaron afeitarse la barba para disminuir o evitar el riesgo de contagio de coronavirus. El coronavirus no puede diseminarse en un paquete proveniente de China (tal como lo predijeron los *Simpson*). Giuseppe Conte, el primer ministro de Italia, nunca hizo un llamado a orar por su país, ni dijo: “Hemos perdido el control, hemos matado a la epidemia física y mentalmente. No podemos entender lo que más podemos hacer, todas las soluciones están agotadas en tierra. Nuestra esperanza permanece en el cielo. Dios rescate a tu pueblo”. Ni tampoco lloró, ese fue Bolsonaro y por otra razón (Saavedra, 2020). Y, por si fuera poco, Bill Gates tampoco predijo la pandemia de coronavirus en el 2015. Hasta el momento, la plataforma denominada *4Cchan*, no ha presentado las evidencias de que las cuentas de la fundación de Bill Gates hayan sido víctima de los *hackers*, como lo publicó escandalosamente *The Washington Post* (Mekhennety y Timberg, 2020). Ni los cisnes, ni los delfines regresaron felizmente a recorrer los canales de Venecia después de que los turistas dejaron de tirar basura desde las góndolas y la población local se retiró a sus casas por las medidas gubernamentales que obligaron a la población al confinamiento para tratar de detener los casos de contagio por el *nuevo* coronavirus. Y no, no existe relación entre la diseminación del covid-19 y el funcionamiento de la red 5G. Etcétera.

La lista podría continuar. Toda esta información aquí enunciada ha sido verificada por el fabuloso equipo de *AFP Factual* quienes han realizado una labor que merece un gran reconocimiento para luchar contra la desinformación. Invite a sus contactos de redes sociales, familiares, amigos, etc., a que lo visiten (independientemente de que compartan información falsa, imprecisa, malintencionada, etc.). Sea amable con los desinformados, a

nadie le gusta que le restrieguen en la cara que ha sido víctima de los tsunamis de desinformación: <https://factual.afp.com/>. Y mientras la pandemia dure, seguiremos viendo nuevas notas de este tipo (incluso en medios acreditados y de alcance nacional o internacional).

Todo está conectado de una forma cada vez más fina para evitar que nosotros pensemos. La vida se mercantiliza y aunque la sociedad piense que dispone cada día de más información, cada vez está más desinformada porque las recomendaciones que nos hacen se asientan en datos que hemos dado sobre nuestras preferencias y nos ciegan ante otras posibilidades. Es un ordenamiento de la sociedad de forma algorítmica que acaba con el humanismo y cercena el juicio propio personal (Sadin, 2018).

CONCLUSIONES

El fenómeno de la desinformación no es nuevo. De hecho, ha sido un tema recurrente entre los historiadores. Le Goff (1988, p. 17), nos recuerda que la propagación de noticias falsas inspiró a M. Bloch a escribir uno de sus más notables artículos titulado *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*, publicado en 1921. La diferencia con lo que sucede hoy día tiene que ver con el acceso masivo -no democrático- a internet, las plataformas publicitarias y los medios sociales. Gracias a esto, la manera en que los individuos interactúan a través de las pantallas y la manera en que los flujos de información son incesantes, han modificado nuestras formas de entender el mundo. De preguntar y responder.

Hoy día mantenemos un diálogo con el mundo fundamentalmente a través de internet. Si queremos preguntarle algo al mundo, actuamos como usuarios de internet. Y si queremos contestar las preguntas que el mundo nos hace, actuamos como proveedores de contenido [...] Google desempeña el papel que tradicionalmente tenía la filosofía y la religión. Google es la primera máquina filosófica conocida y regula nuestro diálogo con el mundo (Groys, 2016, p. 168).

A medida que los usuarios participan en la creación y difusión de contenidos, los volúmenes de desinformación que circulan se incrementan. La propagación de datos no verificados, engañosos o falsos, ahora que la inteligencia artificial se ha ido incorporando en las actividades cotidianas, es algo común. Enfrentamos un problema de indistinción entre lo real y lo que no lo es, cada vez más grave. La tendencia a compartir información sin verificarla implica una separación entre la difusión de contenido y su veracidad. Esto tiene consecuencias sociales significativas, ya que la desinformación puede generar miedo, pánico, manipulación y control, especialmente en tiempos de crisis, como la pandemia

provocada por el SARS-CoV-2. Los tiempos de crisis, las catástrofes, los cambios sociales, los tiempos de incertidumbre, las pandemias, etc., son tiempos ideales para que los flujos de desinformación se incrementen.

La cultura de la inmediatez y la superficialidad afectan notoriamente el análisis crítico de la información. Ayudan a perfilar masas desinformadas y construyen una ciudadanía vulnerable a los engaños. La saturación de información tiende a confundir y dificultar la identificación de fuentes confiables. Así, es fundamental impulsar una alfabetización mediática, pero también la politización de internet, así como la cooperación de los gobiernos y los corporativos. Los entornos digitales deben politizarse. La configuración de los filtros no es suficiente.

REFERENCIAS

- BBC (2020). *Coronavirus en EE.UU. / La alarma de los médicos por la idea de Trump de probar inyecciones de desinfectante contra el coronavirus*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52417742>
- CNN (2020, 23 de abril). *No ingieras ni te inyectes desinfectante, pide la FD (después de que Trump lo sugiriera)*. <https://cutt.ly/erFfp4Jh>
- El Día (2020, 25 de julio). *La NASA confirma que la marihuana contiene “ADN alienígena” del exterior de nuestro sistema solar*. <https://ovallehoy.cl/increible-nasa-asegura-que-la-marihuana-contiene-adn-alienigena/#:~:text=Según%20la%20agencia%20espacial%2C%20el%20cannabis%20contiene,dice%20el%20portal%20argentino%20-%20pero%20desafortunadamente%2C>
- El País (2020, 25 de abril). *Nueva York registra casos de intoxicación por desinfectante horas después de las palabras de Trump*. <https://cutt.ly/hrFfsWMr>
- Gabielkov, M., Ramachandran, A., Chaintreau, A., y Legout, A. (2016). Social clicks. *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, 44(1), 179-192. <https://doi.org/10.1145/2964791.2901462>
- Groys, B. (2016). *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Caja Negra.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2015). *La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.
- Kaiser, B. (2019). *La dictadura de los datos. La verdadera historia desde dentro de Cambridge Analytica y de cómo el Big Data, Trump y Facebook rompieron la democracia y cómo puede volver a pasar*. Harper Collins
- Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Amorrortu.

- Le Goff, J. (1988). Prólogo. En M. Bloch, *Los reyes Taumaturgos. Estudio sobre el carácter sobrenatural atribuido al poder real, particularmente en Francia e Inglaterra* (pp. 11-58). Fondo de Cultura Económica.
- Mekhennety, S., & Timberg, C. (2020). Nearly 25,000 email addresses and password allegedly from NIH, WHO, Gates Foundation and others are dumped online. *The Washington Post*. <https://cutt.ly/8rFfklra>
- NPR. (2014). *Why Doesn't America Read Anymore?*. <https://www.npr.org/2014/04/01/297690717/why-doesnt-america-read-anymore>
- Otte, M. (2010). *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Ariel.
- Saavedra, A. M. (25 de marzo, 2020). *Este no es el primer ministro de Italia, es el presidente de Brasil*. ColombiaCheck. <https://cutt.ly/jrFfG1U1>
- Sadin, E. (2018). *La silicolonización del mundo*. Caja Negra.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación: Cómo los medios ocultan el mundo*. Península.
- Yau, C., y Lo, C. (3 de septiembre, 2019). Hong Kong security chief John Lee praises police for railway station actions during night of protest mayhem. *South China Morning Post*. https://www.scmp.com/news/hong-kong/law-and-crime/article/3025391/hong-kong-security-chief-john-lee-praises-police?utm_source=youtube&utm_medium=social

DIGITALIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA



ISBN: 978-968-9724-10-0



Trans[®]
digital
editorial