

## Desinformación en redes sociales: *Facebook* en la campaña electoral mexicana de 2024

### *Disinformation on social networks: Facebook in the 2024 Mexican electoral campaign*

Érika Verónica Maldonado Méndez<sup>1\*</sup> , Carlos Ruz Saldívar<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Universidad Veracruzana, Facultad de Derecho. Veracruz, México

<sup>2</sup>Universidad Veracruzana, Sistema de Enseñanza Abierta. Veracruz, México

#### RESUMEN

El objetivo general de este estudio es explorar cómo las redes sociales contribuyen a la difusión de desinformación durante las campañas electorales. Se realizó un análisis documental, mediante la recopilación y clasificación de información doctrinal, legal y periodística; además se aplicó un sondeo sobre percepciones y experiencias de personas usuarias de *Facebook* durante la campaña política para la elección presidencial del 2 de junio de 2024 en México. Los resultados revelan que las redes sociales facilitan la veloz y masiva difusión de información falsa y sesgada, mediante diversos mecanismos que suelen circular sin restricciones. Asimismo, durante dicha campaña electoral, la mayoría de las personas sondeadas recibió contenido político que consideró falso o engañoso. Se concluye con el llamado a crear un entorno digital que respete el derecho a la información veraz e imparcial, mediante la implementación de estrategias que combatan, de forma integral y eficaz, la desinformación.

**Palabras clave:** Derecho a la información; desinformación; redes sociales (en línea); internet; elecciones; México

#### ABSTRACT


The general objective of this study is to explore how social networks contribute to the spread of disinformation during electoral campaigns. A documentary analysis was carried out, through the compilation and classification of doctrinal, legal and journalistic information; in addition, a survey was applied on the perceptions and experiences of *Facebook* users during the political campaign for the presidential election on June 2, 2024 in Mexico. The results reveal that social networks facilitate the rapid and massive dissemination of false and biased information, through various mechanisms that usually circulate without restrictions. Likewise, during said electoral campaign, the majority of people surveyed received political content that they considered false or misleading. It concludes with the call to create a digital environment that respects the right to truthful and impartial information, through the implementation of strategies that comprehensively and effectively combat disinformation.

**Keywords:** Right to information; disinformation; social networks (online); internet; elections; Mexico


#### Cómo citar/How to cite:

Maldonado Méndez, E. V, y Ruz Saldívar, C. Desinformación en redes sociales: Facebook en la campaña electoral mexicana de 2024. *Revista científica en ciencias sociales*, 7, e701113. [10.53732/rccsociales/e70113](https://doi.org/10.53732/rccsociales/e70113)

#### Editor Responsable:

**Chap Kau Kwan Chung**   
Universidad del Pacífico. Dirección de Investigación. Asunción, Paraguay  
Email: [wendy.kwan@upacifico.edu.py](mailto:wendy.kwan@upacifico.edu.py)

#### Revisores

**Myrna Ruiz Díaz**   
Universidad del Pacífico. Dirección de Investigación. Asunción, Paraguay  
Email: [myrna.ruizdiaz@upacifico.edu.py](mailto:myrna.ruizdiaz@upacifico.edu.py)

**Hernán Suty**   
Universidad Americana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Asunción, Paraguay  
Email: [her\\_su@hotmail.com](mailto:her_su@hotmail.com)

**Fecha de recepción:** 19/12/2024

**Fecha de revisión:** 06/02/2025

**Fecha de aceptación:** 18/05/2025

#### Autor correspondiente:

Érika Verónica Maldonado Méndez  
E-mail: [ermaldonado@uv.mx](mailto:ermaldonado@uv.mx)

## INTRODUCCIÓN

En la época digital actual, las redes sociales se han consolidado como plataformas predominantes para la comunicación y el intercambio de información. Empero, la veracidad e imparcialidad de la información que circula en ellas se encuentran bajo una amenaza constante, ante el fenómeno de la desinformación. En contextos de campañas electorales, esto es grave porque la información falsa y tendenciosa que circula sin restricciones puede influir en la decisión del voto de la ciudadanía.

Por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo contribuyen las redes sociales a la difusión de desinformación durante las campañas electorales? Delimitando como unidades de observación a la red social *Facebook* y a la campaña política para la elección presidencial del 2 de junio de 2024 en los Estados Unidos Mexicanos (México en adelante). Para responder la pregunta se implementó un diseño de triangulación metodológica, definido por Vicente Mariño (2009) como un proceso de contraste entre técnicas de investigación con el fin de comparar y completar los resultados de cada una de ellas sobre un mismo objeto de estudio, perfeccionando así la validez y la fiabilidad del trabajo de investigación.

Para este efecto, se utilizaron técnicas de corte cualitativo y cuantitativo. En el ámbito cualitativo, se llevó a cabo un análisis de contenido documental, mediante la recopilación y clasificación de información doctrinal, legal y periodística. Por otro lado, la técnica cuantitativa aplicada consistió en un sondeo sobre percepciones y experiencias de personas usuarias de *Facebook* durante la campaña electoral mencionada. La población a la que se dirigió el sondeo fueron personas mayores de 18 años, con nacionalidad y/o residencia en México y usuarias de dicha red social. Para este fin, se obtuvo una muestra no probabilística, seleccionada de forma circunstancial y por bola de nieve, entre individuos disponibles y accesibles, tales como contactos personales o integrantes de grupos de *Facebook* y *WhatsApp*, a quienes se les pidió que, a su vez, compartieran el cuestionario entre sus contactos.

El cuestionario<sup>1</sup> se distribuyó mediante estas mismas redes sociales. El sondeo estuvo abierto del 17 al 26 de julio de 2024, recolectando un total de 116 respuestas, que pasadas las preguntas de filtro para certificar que la persona respondiente cumpliera los criterios de inclusión de la población a la que se dirige el sondeo, se redujeron a 108. Los datos numéricos obtenidos se analizaron e interpretaron para reconocer tendencias sobre las percepciones y experiencias.

El desarrollo del presente artículo se divide en varios apartados. Primeramente, se define el concepto de red social. El siguiente apartado se centra en el fenómeno de la desinformación, partiendo de la delimitación del derecho a la información. A continuación, se exponen las estrategias de desinformación empleadas en las redes sociales tales como las *fake news*, las posverdades y los *deepfake*. Enseguida se analizan la presencia y los efectos de la desinformación durante las campañas electorales. Por último, se explora algunas propuestas para la integridad de la información que se comparte en tales plataformas tecnológicas.

## DESARROLLO

### Redes sociales en la era de la información

Especialistas en la historia han admitido diversos hitos para dividirla: la prehistoria y la historia. La primera termina con la aparición de la escritura y la segunda, a su vez se subdivide en historia antigua, edad media, moderna y contemporánea. Sin embargo, en la actualidad, la

<sup>1</sup> El modelo del cuestionario puede verse en <https://forms.gle/UwkhUP6mD3c9zn19>

Llegada de la sociedad de la información hace necesaria otra división: la prehistoria digital y la era digital o era de la información.

En esta última, se caracterizan por un auge en las relaciones sociales que se dan en cualquier parte y en todo momento. De acuerdo con Dettmer González (2019), las redes sociales han sido un rasgo esencial de las sociedades humanas, desde tiempos remotos. Agrega que, desde una perspectiva antropológica, el concepto de red social se refiere a los vínculos existentes entre un conjunto de individuos. En esta tesitura, define a la red como un conjunto de puntos o nodos (los actores sociales) unidos por un conjunto de líneas o vínculos (las relaciones sociales); en donde, los primeros pueden ser personas, colectividades organizaciones y países; y las segundas comprenden cualquier acción, actividad, transacción, obligación o sentimiento.

Aunque la definición anterior no se enfoca en las redes sociales modernas, es decir, aquellas que operan en el ciberespacio, propio de la era digital, es crucial reconocer que estas plataformas también están basadas en una estructura de actores y relaciones sociales, lo que refleja una continuidad antropológica adaptada al espacio digital. Esto es así, gracias a que Internet ha permitido el establecimiento de las redes sociales en el espacio virtual, por medio de aplicaciones tecnológicas que se caracterizan por su capacidad de llegar a grandes masas, y cuyos fines son la interacción entre personas, ya sea para expresarse o para difundir información.

El Diccionario de la Lengua Española define a la red social como la “Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios” (Real Academia Española, 2023). Gómez Díaz de León y De la Garza-Montemayor (2023) complementan esta definición al señalar que las redes sociales tienen una naturaleza dinámica y global, debido al impulso que reciben las relaciones sociales de Internet, facilitando las interacciones entre individuos y grupos a través de varias plataformas (*Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok*, entre otras) con mensajes, contenidos y videos. Entonces las redes sociales son medios digitales para que las personas establezcan relaciones sociales y compartan información online, en masa y de manera permanente.

En este sentido, Hütt Herrera (2012) asevera que las relaciones sociales son inherentes al ser humano, las cuales se han visto enriquecidas por los medios o espacios virtuales. Añade que la red social se presenta, entonces, como un sitio creado virtualmente para facilitar la interacción entre las personas, la cual está marcada por algunos aspectos específicos como la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, los distintos niveles de seguridad en las relaciones, y la posibilidad del anonimato total o parcial; siendo esto último, lo que, en algunos casos, libera a las personas de asumir responsabilidades sociales o jurídicas por la emisión de criterios encubiertos, que puedan tener impactos negativos sobre terceros.

Es innegable que actualmente las redes sociales se han convertido en ámbitos predominantes para la comunicación y el intercambio de información. Empero, como puntualiza Pérez Salazar (2019) si bien las plataformas socio-digitales constituyen un relevante ámbito de interacción social, en el que tiene lugar un conjunto de actos expresivos relativos a asuntos de interés general, también son susceptibles a diversas estrategias de manipulación en contextos de la comunicación política y los movimientos sociales. Lo anterior resulta en una visión sesgada de la realidad provocando que las personas estén expuestas a la desinformación.

### **Derecho a la información y la desinformación**

Para entender el fenómeno de la desinformación, debe tocarse primero el derecho a la información. De acuerdo con Cendejas Jáuregui (2006) este derecho comprende las libertades

de expresión y de información o imprenta que están reconocidas en los artículos 6° y 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). En México, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (2016) ha delimitado los alcances del derecho a la información, al estipular que comprende tres garantías: el derecho de informar (difundir), el derecho de acceso a la información (buscar) y, el derecho a ser informado (recibir).

Además, ha precisado la noción de información, que es el objeto de protección del derecho en comento. En particular, ha distinguido entre la expresión de opiniones y la emisión de aseveraciones sobre hechos, argumentando que de las opiniones no tiene sentido hablar de verdad o falsedad, cualidades que sí resultan relevantes para las afirmaciones sobre hechos. Ahora bien, este mismo órgano postula que la información que está constitucionalmente protegida es la que cumple con los requisitos de veracidad e imparcialidad. Puntualizando que la veracidad implica la exigencia de que la información difundida esté respaldada por un ejercicio razonable de investigación y comprobación de su asiento en la realidad, mientras que la imparcialidad constituye una barrera contra la tergiversación abierta y la difusión intencional de inexactitudes (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2009, 2014).

Puede verse entonces que el derecho a la información tiene por objeto la protección de la difusión, búsqueda y recepción de información veraz e imparcial. Siendo un derecho indispensable para el ejercicio de otros derechos pues, como manifiesta Valiente Martínez (2023), solo cuando se tiene una información correcta y suficiente sobre las cuestiones que a todos nos ocupan se pueden ejercer con pleno conocimiento de causa otros derechos y libertades como la libertad ideológica, el derecho a la educación, la libertad de cátedra o el derecho de sufragio.

Dicho esto, es plausible volver al concepto de desinformación. Primeramente, es necesario distinguir, como lo hace Galarza Molina (2022), entre dos vocablos de la lengua inglesa: *disinformation* y *misinformation*, donde el primero denota a la desinformación intencional, y el segundo a la no intencional, es decir, a la información falsa que se genera y se difunde por error. Aunque ambos términos se traducen al español como desinformación, el presente estudio se enfoca en la primera acepción, esto es, la que se crea y transmite con un propósito.

Así, se entiende por desinformación como la "...información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promovida para causar intencionalmente un daño público o con fines de lucro"<sup>2</sup> (European Commission, 2018, p. 10). Por lo que este término hace referencia a la difusión premeditada de información que no cumple con los requisitos de veracidad e imparcialidad, esto es, que es falsa y tendenciosa. En palabras de Calderón Marengo y Ráudez Hernández (2024) la desinformación se trata de la manipulación deliberada de la información, que se extiende a toda forma de comunicación, habiéndose utilizado durante siglos como un arma de dominio y poder para influir en la opinión pública.

No es difícil inferir que la desinformación es el peligro más latente para la veracidad e imparcialidad de la información, que en la era digital se propaga de forma fácil y veloz a través de las redes sociales. Pérez Salazar (2019) explica ello al decir que, si bien el alcance de una enunciación individual puede ser sumamente limitado al diluirse entre una gran cantidad de publicaciones en la sociósfera digital, cuando se alcanzan altos valores de viralidad el asunto se traslada al plano de lo colectivo, haciendo que la publicación replicada se vuelva visible para grandes cantidades de usuarios.

---

<sup>2</sup> Traducción propia de "...false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit".

Lo anterior pone de manifiesto cómo la dinámica comunicativa en la era digital trasciende lo individual para convertirse en un fenómeno colectivo a través de la viralidad. Cuando alcanza un alto nivel de difusión su impacto se amplifica exponencialmente, potenciando su capacidad de influencia. No obstante que lo que se viralice sea desinformación, la cual se puede difundir mediante diversas argucias, como se expondrá a continuación.

### **Mecanismos de propagación de desinformación en las redes sociales**

La desinformación utiliza diversas tácticas en las redes sociales para cumplir con sus finalidades. Una de ellas son las *fake news*, que es el término que comúnmente viene a la cabeza cuando se piensa en desinformación en la era digital. Para Baptista et al. (2021) las *fake news* son un tipo de desinformación en línea que copia el formato de las noticias o informaciones tradicionales, con la intención de engañar o manipular al lector con declaraciones engañosas o falsas.

En este tenor, Hurtado Razo (2021) las define como noticias falsas que se hacen pasar por verdaderas con la finalidad de engañar a las personas que las consumen, y que apelan más al factor emotivo que al factor racional; agrega que las *fake news* pueden ser elaboradas por cualquier persona que tenga acceso a Internet, y tienen como objetivo generar un beneficio político y económico; además, las personas destinatarias de ellas son quienes usan Internet, porque el interés de quienes las generan es su viralización. Por consiguiente, las *fake news* son más allá que simples noticias falsas, ya que involucran un mecanismo sofisticado diseñado para manipular la opinión social con el fin de obtener un provecho.

Otra táctica que ocupa la desinformación es la posverdad. Dicho vocablo describe una situación en que la opinión pública se basa en información que se siente verdadera o que confirma las creencias preexistentes de las personas, independientemente de que tengan un sustento objetivo o científico. Como hace notar Avaro (2021), la posverdad se asienta sobre una conspiración sin teoría, es decir, una lógica del rumor particular e históricamente delimitada. Valiente Martínez (2023), a su vez, sostiene que se produce cuando la gente prefiere hacer caso a sus creencias e impulsos en lugar de a la verdad objetiva.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2020), el argumento de quienes defienden la posverdad es que la política y los medios de comunicación se han vuelto tan polarizados y sectarios que la ciudadanía rechaza cualquier hecho con el que no esté de acuerdo. No obstante, este planteamiento pasa por alto el uso intencional de las posverdades como herramienta de manipulación, principalmente por actores políticos, lo que contribuye significativamente a distorsionar la percepción pública de los hechos.

Por último, un modo de desinformación que tiene su origen en la inteligencia artificial son los *deepfakes* que, a juicio de Calderón Marengo y Ráudez Hernández (2024) hacen referencia a contenidos digitales manipulados mediante tal inteligencia, los cuales pueden hacer creer falsamente que una persona realiza determinadas acciones o emite dichos específicos. Según la UNESCO (2020), el término *deepfake* es una combinación de “aprendizaje profundo” y “falso”, el cual involucra a la tecnología de inteligencia artificial en la creación de contenido fraudulento, que es virtualmente indetectable.

También Ballesteros Aguayo y Ruiz del Olmo (2024) los definen como falsificaciones audiovisuales profundas que distorsionan la realidad de forma impactante, cada vez más realistas y resistentes a la detección, las cuales se difunden de manera rápida y generalizada en

las redes sociales. Su precisión y realismo es asombroso, lo que les convierte en un mecanismo efectivo para difundir la desinformación.

De tal suerte, tanto las *fake news*, las posverdades y los *deepfakes*, como estrategias de desinformación en redes sociales, implican la distorsión de la realidad con el objetivo de engañar, manipular y confundir a las personas, afectando su percepción de la realidad y sus decisiones. Sendino et al. (2022) dimensionan el problema de la desinformación, al recalcar que se ha convertido en un problema global, debido a la prevalencia de Internet, al potencial de viralización, a que muchas personas obtienen la mayoría de sus noticias de las redes sociales y a que otras carecen del conocimiento para detectar información falsa.

De acuerdo con una encuesta realizada en 2024 por el Instituto Reuters, el consumo de noticias en la prensa escrita y en la televisión se ha vuelto cada vez menos importante con el tiempo, siendo las redes sociales usadas ampliamente en todos los grupos de edad. Dentro de éstas, es *Facebook* la que más se usa para ver noticias (50%), seguida de *YouTube* (34%) y de *WhatsApp* (28%) (Gutiérrez Rentería, 2024).

En el sondeo realizado para esta investigación, se muestra claramente la frecuencia con la que las personas usuarias de *Facebook* revisan esta red social. Del total de 108 personas, un significativo 64.8% la revisa varias veces al día, lo que subraya la fuerte dependencia y el hábito continuo de consultar la plataforma. Además, al considerar que el 15.7% la inspecciona una vez al día se puede concluir que un abrumador 80% de las personas usuarias incluyen el acceso a *Facebook* como parte de sus actividades cotidianas.

Los anteriores datos subrayan la importancia de las redes sociales como medios para transmitir información veraz e imparcial, o para desinformar, es decir tienen el potencial para garantizar el derecho a la información o para violentarlo. Esto último, es potencialmente pernicioso en todo momento, pero hay circunstancias en que sus efectos son aún más graves, como durante las campañas electorales.

### **Desinformación durante las campañas electorales**

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (2014) en su artículo 242 primer párrafo, define la campaña electoral como el conjunto de actividades realizadas por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto. A su vez, Valdez Zepeda (2010) define a las campañas electorales, en plural, como procesos intensos de proselitismo y cortejo del electorado, que realizan los partidos y sus candidatos, para buscar los votos de la ciudadanía. El mismo autor sostiene que algunas de las características distintivas de las campañas en la nueva sociedad de la información y el conocimiento son: que los votantes disponen de una mayor cantidad de información sobre los candidatos y partidos que obtienen a través de los medios de comunicación, de los mismos candidatos y partidos o de terceros; además de que, dichos votantes, se enteran y discuten sobre los temas de la agenda pública y electoral, motivados por lo que ven, escuchan o leen en los medios de comunicación, especialmente a través de la televisión e Internet (Valdez Zepeda, 2010).

Es por ello, que es relevante que la información que circule, relativa al proceso electoral, debe ser veraz y objetiva. Pues como manifiestan Echeverría y Rodríguez Cano (2023), en periodos electorales la desinformación interfiere en el voto razonado, ya que al deteriorar la calidad del conocimiento público expone a la ciudadanía a ser sujeta de manipulación o confusión.

En cuanto a quienes controlan la desinformación en las campañas electorales, López López et al. (2023) postulan que son principalmente los partidos políticos como parte de su estrategia

política, bien de forma directa (a través de noticias falsas o difundiendo bulos a través de medios propios) o indirecta (con información inexacta o tendenciosa). Añaden que también los medios de comunicación y la misma ciudadanía pueden fungir como actores de la desinformación.

A propósito de lo anterior, según el reporte de Pandemia Digital (2024) sobre la señalada campaña electoral federal para elegir a la persona titular de la Presidencia de México, informó que durante más de sesenta días se encontraron entre las principales tendencias de *Twitter* (ahora *X*) diversos *hashtags* que vinculan al Presidente saliente y a la candidata del partido Morena con el narcotráfico. En el reporte se identificó que al menos el 80% de toda esta actividad fue artificial, realizada de forma automatizada o manualmente por personas desde uno o varios *troll centers*, con el principal objetivo de que personas reales se sumaran a difundir esos contenidos y *hashtags*.

Una vez pasadas las elecciones, el 18 de julio de 2024, la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (2024a, 2024b), en el expediente SRE-PSC-307/2024, determinó que la candidata de la coalición Fuerza y Corazón por México calumnió a Morena y a su candidata, por las declaraciones realizadas durante el segundo debate a la Presidencia, así como en diversas publicaciones en redes sociales de *Facebook*, *Instagram* y *X*, con expresiones que podrían llevar a considerar que existe una alianza entre el partido y la delincuencia, sin que se haya probado la veracidad de ello, imponiendo una multa de \$32,571 pesos mexicanos.

El caso expuesto muestra que, en la reciente elección presidencial de México, la desinformación en redes sociales estuvo presente. Ello se corrobora con los datos del sondeo realizado, que descubren que, de las 106 personas usuarias de *Facebook* sondeadas, 85 (78.7%) recibieron publicaciones, videos o imágenes de contenido político durante la reciente campaña electoral presidencial. Esto subraya la amplia penetración y el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información política.

De este universo de 85 personas que recibió este tipo de contenido, el 62.4% algunas veces consideró que esas publicaciones, videos o imágenes de contenido político eran falsas o engañosas y el 28.2% lo consideraron frecuentemente. Sólo un pequeño porcentaje (9.4%) no lo consideró. Esto significa que una gran mayoría representada en 77 personas dudó de la veracidad de la información política recibida.

De lo anterior se deduce que la desinformación en redes sociales es un fenómeno que busca influir en los procesos democráticos, afectando el voto informado y razonado. En conclusión, es acuciante establecer estrategias para mitigar la desinformación en redes sociales, implementando diversas medidas para convertirlas en espacios virtuales donde las personas usuarias puedan ejercer plenamente su derecho a recibir información veraz e imparcial.

### **Estrategias para combatir la desinformación en las redes sociales**

En este apartado se analizarán algunas propuestas para enfrentar el riesgo de la desinformación en redes sociales. Este desafío requiere la implementación de diversas estrategias integradas para crear un ecosistema digital seguro y resiliente, las cuales se verán en seguida.

#### **1. Alfabetización digital**

La educación como mecanismo de instrucción es el motor que prepara con las herramientas necesarias para la vida, lo que implica que la sociedad de la información requiere instruir a todas las personas en las competencias digitales de prevención, tanto a aquellas que han nacido en la prehistoria digital como quienes nacieron posterior a ella.

La UNESCO (2024) define la alfabetización digital como “...la capacidad de acceder, gestionar, comprender, integrar, comunicar, evaluar y crear informaciones mediante la utilización segura y pertinente de las tecnologías digitales...” (parr. 5). Echeverría y Rodríguez Cano (2023) aseveran que la alfabetización digital reduce la credulidad *a priori* de alguna información como conocimiento verdadero, e incrementa la incredulidad o escepticismo acerca de la validez de dichas informaciones, lo que lleva a la necesidad de convalidarlas a través del fomento de determinadas prácticas y actitudes contra la desinformación.

Esta educación en buenas prácticas digitales debe darse como una política de Estado, lo que involucra la puesta en marcha de programas educativos que formen parte tanto de la educación formal como de la informal, y que estén dirigidos a personas de todas las edades. Tales programas no sólo deben centrarse en el aprendizaje técnico del uso de las herramientas digitales, sino que deben incluir el aprendizaje de competencias para el desarrollo del pensamiento crítico que permitan a las personas usuarias distinguir la información veraz e imparcial de la desinformación. En resumen, la alfabetización digital fomenta una actitud crítica, basada en la desconfianza saludable ante la información recibida en redes sociales.

## 2. Normatividad eficaz

Es menester decir que en Internet no solo no hay territorios, tampoco hay una jurisdicción efectiva. Anna Mancini (2004) lo describe a la perfección al señalar que “Un mundo jurídico clásico atado desde sus orígenes a la tierra, sólo puede quedar perplejo y desorientado frente a un mundo virtual sin tierra y sin fronteras” (p. 9).

La teoría de Kelsen, que juega un papel primordial en el Derecho, fue construida sobre la idea de un Estado asentado en un territorio, pero en la sociedad de la información se deben encontrar soluciones prácticas a los problemas que plantea la falta de jurisdicción territorial, por lo que un acuerdo internacional sería lo más conveniente para combatir la desinformación en redes sociales.

Este acuerdo debe crear un marco integral para la protección integral del derecho a la información veraz e imparcial. De tal suerte, debe establecer las bases de una cooperación internacional para que los Estados cuenten con estrategias efectivas para detectar, rastrear, prevenir y sancionar la desinformación, en todas sus formas de manifestación. Este marco también debe incluir el fomento a la investigación y al desarrollo de herramientas tecnológicas innovadoras para enfrentar el problema global que representa la desinformación. Al mismo tiempo, el pacto supranacional debe salvaguardar el derecho a la libertad de expresión, estableciendo límites precisos para evitar actos injustificados de censura. Además, es fundamental promover una participación inclusiva y representativa de la sociedad civil, instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales, empresas tecnológicas y medios de comunicación. Sujetos que desempeñarían un papel activo en el impulso de legislaciones y políticas públicas nacionales que combatan de manera efectiva la rápida propagación de información falsa y tendenciosa en el espacio digital.

Por ejemplo, en cuanto al uso de la inteligencia artificial, el 21 de marzo de 2024, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2024) adoptó una resolución sobre la promoción de sistemas de inteligencia artificial (IA) en la que destacó el respeto, la protección y la promoción de los derechos humanos en el diseño, el desarrollo, el despliegue y el uso de tal inteligencia. Dentro de tales derechos humanos, sin duda, se encuentra el derecho a la información veraz e imparcial.

Con relación a las normatividades nacionales que se ocupan de la desinformación, en palabras de Echeverría y Rodríguez Cano (2023), el tipo de regulaciones -estrictas o blandas- depende

de las condiciones políticas de cada país, siendo que las primeras conllevan el riesgo de lastimar las libertades políticas de los ciudadanos, mientras que las segundas de no controlar efectivamente la desinformación.

Esto es, las regulaciones estrictas resultan ser más eficaces para combatir la desinformación, pero, al mismo tiempo, pueden restringir excesivamente las libertades de expresión y la de prensa, ya que conllevan a la censura y a un control gubernamental excesivo sobre la información que se difunde en los diversos medios de comunicación, como son las redes sociales. Por otro lado, las regulaciones más blandas si bien respetan tales libertades, pueden resultar insuficientes para enfrentar eficazmente la desinformación, permitiendo que ésta se propague de forma descontrolada con los efectos que, ya se han analizado, sobre la calidad de la información disponible para el público.

La vigencia de uno u otro tipo de regulación depende de las condiciones políticas y sociales de cada país. De tal modo, en contextos donde las libertades políticas están fuertemente protegidas, puede ser posible implementar regulaciones estrictas sin un impacto negativo en ellas; sin embargo, en contextos donde las libertades políticas no están suficientemente resguardadas, el control sobre la información a través de la normatividad puede ser una amenaza.

En síntesis, la existencia y eficacia de recursos jurídicos para garantizar la protección contra la desinformación en redes sociales está directamente vinculada con la normatividad que le sirve de sustento. Con respecto a México, no existe una normativa específica que regule el combate a la desinformación. Sin embargo, existen diversas herramientas legales para que las personas se defiendan de la difusión de desinformación en las redes sociales que les causen afectaciones directas.

En este tenor, Lizárraga García, (2022) analiza tres posibles clases de responsabilidad jurídica que pudieran darse por causa de las *fake news*: la responsabilidad civil, el derecho de réplica y la responsabilidad patrimonial del Estado.

En el primer caso se trata de fincar responsabilidad civil a quien emite *fake news*, al quebrantar los principios de veracidad e imparcialidad de la información. Por otra parte, el derecho de réplica está reconocido en el primer párrafo del artículo 6° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917) y consiste en el derecho que tiene toda persona de que se publique en el mismo medio de comunicación su respuesta, cuando en dicho medio se publicaron hechos inexactos o falsos que le hayan producido un agravio. Finalmente, añade que es posible reclamarle al Estado una indemnización por responsabilidad patrimonial cuando uno de sus funcionarios emite información que no sea veraz sobre una persona, causándole un daño a sus derechos de la personalidad.

A los anteriores habría que agregar, en materia electoral, el procedimiento contra la calumnia -como se vio en el caso del partido Morena contra la candidata de la coalición Fuerza y Corazón por México-, el cual tiene su fundamento en el artículo 41, base III, apartado C, de dicha Constitución Política (1917), que refiere que los partidos políticos y candidatos independientes deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas en la propaganda política o electoral que difundan. Así como en el artículo 443, inciso j) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (2014) que establece como infracción de los partidos políticos la difusión de propaganda política o electoral que incluyan expresiones que calumnien a las personas; y el artículo 471, párrafo segundo, de la misma ley que define a la calumnia como la imputación de hechos o delitos falsos que cause impacto en un proceso electoral y mandata que

los procedimientos relacionados con la difusión de propaganda calumniosa deben ser iniciados a instancia de parte afectada.

Estas vías procesales están disponibles para defenderse de los impactos negativos derivados de la difusión de desinformación en las redes sociales, empero sólo son útiles en casos de afectaciones a los derechos de la personalidad, como serían vulneraciones a la integridad física, al honor, a la privacidad, entre otros. Derivado de esta característica, estos recursos invariablemente deben iniciarse a instancia de parte afectada ya que combaten de forma directa agravios personales causados por la desinformación. Además, debe mencionarse que estas garantías enfrentan el obstáculo, no poco frecuente, de la imposibilidad de identificar a las personas responsables de la desinformación, pues como se expuso anteriormente, dichas plataformas permiten el anonimato total o parcial, e incluso el actuar bajo identidades falsas, lo que coadyuva a que estos actos dolosos queden impunes.

Por otra parte, aunque estos mecanismos jurídicos pudieran tener el efecto indirecto de proteger el derecho a la información veraz e imparcial, lo cierto es que su alcance es limitado, pues no se tratan de garantías diseñadas específicamente para hacer frente a la magnitud y velocidad con la que se difunde la desinformación en las redes sociales, cuyo impacto negativo no sólo afecta a personas que pueden ser víctimas directas, sino también a la sociedad en su conjunto. Por esta razón, es esencial no sólo establecer normativas concretas que regulen la difusión de contenidos digitales, sino también garantizar su aplicación de manera efectiva. Estas normativas deben ser diseñadas para proteger tanto a personas en lo individual, como a la sociedad en general, dado que las consecuencias de la desinformación más van más allá de la dimensión individual, afectando aspectos de interés colectivo como el ejercicio del voto informado en sistemas democráticos. De no implementarse un marco regulatorio particular y eficaz, se seguirá enfrentando los riesgos inherentes a la descontrolada difusión de información engañosa, con total impunidad en muchos de los casos, y en detrimento del goce del derecho humano a la información veraz y objetiva en plena era digital.

### 3. Autorregulación de las plataformas y verificación de información

La autorregulación de las plataformas se refiere a las medidas que las mismas redes sociales implementan de manera voluntaria para gestionar los datos personales y para marcar el contenido falso. También incluye el establecimiento de políticas claras que prohíban la desinformación, así como de recursos sencillos para que las personas usuarias reporten *fake news*, posverdades y *deepfakes*.

En el caso de la red social *Facebook*, la misma red social informa que la ofensiva contra las noticias falsas lo hace mediante diversas medidas. De tal suerte, utiliza el aprendizaje automático para detectar la información errónea y actualiza sus herramientas de detección de cuentas falsas para dificultar al máximo la difusión de dicha información a gran escala. También destaca que ha simplificado el proceso de denuncia de las noticias falsas y ha mejorado su sistema para identificarlas (Meta, 2024).

Sin embargo, en el sondeo realizado, el 56.5% de las 108 personas usuarias de *Facebook* considera que esta red social no toma medidas adecuadas para combatir la información falsa, frente al 4.6% que considera que sí lo hace completamente y el 31.5% que percibe que lo hace parcialmente. Estos datos evidencian la percepción negativa sobre la efectividad de sus esfuerzos en este ámbito. Además, revela que de las 77 personas que recibieron contenido político que consideraron falso o engañoso, sólo el 26% afirmó haberlo reportado a la red social. Un significativo 61% no lo reportó, mientras que un 13% señaló que no supo cómo



hacerlo. Estos datos subrayan la necesidad de que las plataformas hagan aún más accesibles y visibles las herramientas para reportar el contenido engañoso.

Por otra parte, la verificación de información (*fact checking*) consiste en un proceso de revisión de la veracidad de la información que se difunde en las redes sociales. Echeverría y Rodríguez Cano (2023) puntualizan que los ejercicios de verificación de noticias en México han provenido de dos fuentes: sociedad civil y medios periodísticos. Siendo los casos más representativos #Verificado19s en el contexto del sismo de 2017, #Verificado2018, frente a las elecciones presidenciales de 2018 y #Verificovid, que acompañó la crisis sanitaria global durante los años 2020 y 2021.

Sobre el punto, la red social *Facebook* declara que la verificación de información la realizan organizaciones no partidistas de verificación de información externas que han sido certificadas por la *International Fact-Checking Network* (IFCN) (Meta, 2024). Lo cual parece ser un paso importante hacia la transparencia y la fiabilidad de la información que se comparte en la plataforma.

Para concluir la exposición de estrategias, vale la pena mencionar el caso de la India contra los *deepfakes* en las elecciones, en el que se combina la verificación de información con una normatividad. En dicho país, diversas personas trabajadoras del gobierno o de la iniciativa privada buscan contenido generado por inteligencia artificial y al encontrarlo realizan acciones específicas como pedir a las redes sociales que lo eliminen, que se haga público el engaño y, de ser necesario, iniciar acciones penales. Lo anterior es posible porque en dicho país, por medio de una ley promulgada en 2021 se responsabiliza a las plataformas en línea de todo contenido falso y de insultos (Travelli, 2024). La iniciativa tomada por ese país ocupa *software* de detección de inteligencia artificial, para revisar archivos multimedia y determinar si es real, entre ellos la llamada *TrueMedia*, que es una herramienta gratuita para identificar ese tipo de información falsa (Metz y Hsu, 2024).

A partir de lo visto en este apartado, se subraya la viabilidad de implementar una serie de medidas integradas para combatir la desinformación. Estas acciones conjuntas permitirán crear un entorno digital en el que se respete el derecho a la información veraz e imparcial, el cual es indispensable para ejercer el voto informado.

## CONCLUSIÓN

La paradoja de la desinformación en la era de la información significa que, a pesar de tener acceso sin precedentes a una cantidad enorme de información gracias a Internet y a las tecnologías digitales, también existe una sobrexposición a la desinformación. Las redes sociales de la era digital son plataformas tecnológicas basadas en una estructura de actores y relaciones sociales que operan en el ciberespacio. Si bien son ámbitos predominantes de interacción social, también están propensos a diversas estrategias de manipulación.

El ejercicio del derecho a la información veraz e imparcial, garantizado constitucionalmente en México, implica que las personas en cualquier medio de comunicación, incluidas las redes sociales, puedan recibir la información que les permita tener el conocimiento necesario y completo para tomar decisiones informadas sobre aspectos relevantes como en el contexto de la emisión del voto en regímenes democráticos. Sin embargo, en dichas plataformas tecnológicas, la desinformación, entendida como la difusión deliberada de información falsa y tendenciosa, resulta un fenómeno que se propaga fácil y rápidamente, mediante tácticas como las *fake news*, las posverdades y los *deefakes*, que muchas veces quedan impunes.

En materia electoral, se puede demandar las calumnias que se realicen durante las campañas políticas. Empero, su alcance está limitado a proteger derechos de la personalidad de quienes fueron afectados por la imputación de hechos o delitos falsos, por lo que aún está pendiente contar con una garantía procesal que proteja el derecho a recibir información veraz e imparcial en las redes sociales.

En el sondeo realizado a personas mayores de 18 años, con nacionalidad o residencia en México y usuarias de *Facebook* se reveló que existe una alta dependencia a esta red social. También se identificó una percepción negativa sobre la efectividad de las acciones contra la desinformación. Aunado a lo anterior, durante la campaña política para la elección presidencial del 2 de junio de 2024, la mayoría de las personas sondeadas recibió contenido político que consideró falso o engañoso, pero no lo reportó a la red por falta de iniciativa o por desconocimiento, de lo que se colige la necesidad de que las plataformas sociales implementen estrategias para incentivar a las personas usuarias a utilizar los mecanismos para denunciar la desinformación, así como para facilitar la accesibilidad y la visibilidad de las herramientas para realizar dichos reportes.

En consecuencia, es crucial desarrollar una combinación de estrategias que combatan la desinformación en periodos electorales, tales como la alfabetización digital, una normatividad eficaz, la autorregulación de las plataformas y la verificación de información, garantizando así un entorno digital más seguro y confiable para la sociedad de la información.

**Declaración de los autores:** Los autores aprueban la versión final del artículo.

**Declaración de conflicto de interés:** Los autores declaran no tener conflicto de interés

#### **Contribución de los autores:**

- Conceptualización: Érika Verónica Maldonado Méndez, Carlos Ruz Saldívar
- Curación de datos: Érika Verónica Maldonado Méndez
- Análisis formal: Érika Verónica Maldonado Méndez, Carlos Ruz Saldívar
- Investigación: Érika Verónica Maldonado Méndez, Carlos Ruz Saldívar
- Metodología: Érika Verónica Maldonado Méndez
- Redacción – borrador original: Carlos Ruz Saldívar
- Redacción – revisión y edición: Érika Verónica Maldonado Méndez

**Financiamiento:** Este trabajo ha sido autofinanciado.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Avaro, D. (2021). La posverdad. Una guía introductoria. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 18(46), 117-142. <https://doi.org/10.29092/uacm.v18i46.840>
- Ballesteros Aguayo, L., y Ruiz del Olmo, F. J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: El deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Baptista, J. P., Rodrigues Correia, E., Gradim Alves, A., y Piñeiro-Naval, V. (2021). Partidismo: ¿el verdadero aliado de las fake news? Un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 23-47. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1509>
- Calderón Marengo, E. A., y Ráudez Hernández, I. P. (2024). Desinformación digital y democracia en iberoamérica: retos y oportunidades de la Lex Criptográfica. *Derecho Global: estudios sobre derecho y justicia*, 9(26), 377-401. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i26>

- Cendejas Jáuregui, M. (2006). El derecho a la información en México. En D. Cienfuegos Salgado y M. C. Macías Vázquez (Eds.), *Estudios en homenaje a Marcia Muñoz de Alba Medrano. Protección de la persona y derechos fundamentales*. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2253/10.pdf>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (1917, 5 de febrero). Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación del 30 de septiembre de 2024. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>
- Dettmer González, J. (2019). Análisis de Redes Sociales (ARS): Estado del arte del caso mexicano. *Espacio Abierto*, 28(3), 5-24. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/29321>
- Echeverría, M., y Rodríguez Cano, C. A. (2023). ¿La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79-95. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3246>
- European Commission (Ed.). (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2759/0156>
- Galarza Molina, R. A. (2022). Pandemia en tiempos de posverdad: narrativas sobre desinformación acerca de COVID-19 en medios mexicanos. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (33), 120-137. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.33.82197>
- Gómez Díaz de León, C., y De la Garza-Montemayor, D. J. (2023). Redes sociales y administración pública: los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital. *Universitas*, 39, 87-103. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.04>
- Gutiérrez Rentería, M. E. (17 de junio de 2024). *México*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/mexico>
- Hurtado Razo, L. Á. (2021). Fake news, la contra-agenda mediática durante las elecciones federales en México 2021. *Cotidiano-Revista de la Realidad Mexicana*, 37(229), 93-103. <https://elcotidianoenlinea.azc.uam.mx/index.php/numeros-por-articulos/no-229/fake-news-la-contra-agenda-mediatica-durante-las-elecciones-federales-en-mexico-2021>
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2), 121-128. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. (2014, 23 de mayo). Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación del 14 de octubre de 2024. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPE.pdf>
- Lizárraga García, S. I. (2022, junio). Responsabilidad por *fake news* y su regulación en México. *Revista Perspectiva Jurídica UP*, 9(18), 169-188. [https://www.edkpublicaciones.com/up/pdf/perspectiva\\_juridica\\_18.pdf](https://www.edkpublicaciones.com/up/pdf/perspectiva_juridica_18.pdf)
- López López, P. C., Mila Maldonado, A., y Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 8, 69-89. <https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- Mancini, A. (2004). *Justicia e Internet, una filosofía del derecho para el mundo virtual*. Buenos Books America.
- Meta. (2024). *Cómo evitar la publicación de contenido engañoso en Facebook*. Servicio de ayuda de Meta para empresas. <https://es-es.facebook.com/business/help/366867510744964>

- Metz, C., y Hsu, T. (2 de abril de 2024). An A.I. Researcher Takes On Election Deepfakes. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/04/02/technology/an-ai-researcher-takes-on-election-deepfakes.html>
- Organización de las Naciones Unidas. (21 de marzo de 2024). *La Asamblea General adopta una resolución histórica sobre la IA*. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2024/03/1528511>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020). *Periodismo, “noticias falsas” & desinformación*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2024, 17 de julio). *Qué debe saber sobre la alfabetización*. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/literacy/need-know>
- Pandemia Digital. (2 de abril de 2024). *La campaña sucia en redes sociales de Xóchitl Gálvez con bots y troll centers contra AMLO*. Pandemia Digital. <https://www.pandemiadigital.net/reportaje/campana-sucia-xochitl-contra-amlo/>
- Pérez Salazar, G. (2019). Teoría del encuadre y plataformas sociodigitales de interacción: Un análisis de coyuntura. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(236), 333-354. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.236.68820>
- Real Academia Española. (2023). Red. En *Diccionario de la lengua española* (Edición del Tricentenario). <https://dle.rae.es/red>
- Sendino Marcos, L., Vovkodav, V., y Cordero Redondo, A. (2022). Fake news y su impacto en la sociedad: una revisión de la literatura. *Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 13(1), 45-60. <https://doi.org/10.52203/pangea.v13i1.220>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2009). Tesis: 1a. CCXX/2009. Libertad de expresión y derecho a la información. Modo en que deben ser entendidos los requisitos de veracidad e imparcialidad. *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*. Novena Época. <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/165762>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2014). Tesis: 1a. CLI/2014(10a.). Derecho a la información. Los requisitos de su veracidad e imparcialidad no sólo son exigibles a periodistas o profesionales de la comunicación, sino a todo aquel que funja como informador. *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*. Décima Época. <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2006168>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2016). Tesis: 2a. LXXXV/2016(10a.). Derecho a la información. Garantías del. *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*. Décima Época. <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2012525>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2024a). *Candidata presidencial de la coalición “Fuerza y corazón por México” cometió calumnia en el marco de un debate: Sala especializada* (Sala Regional Especializada 29/2024). <https://www.te.gob.mx/front3/bulletins/detail/194749/6>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2024b). *Versión estenográfica de la sesión pública de resolución de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, realizada en las instalaciones de dicho organismo*. [https://www.te.gob.mx/media/estenograficas/especializada/eve\\_18720241100.pdf](https://www.te.gob.mx/media/estenograficas/especializada/eve_18720241100.pdf)
- Travelli, A. (1 de junio de 2024). A Small Army Combating a Flood of Deepfakes in India’s Election. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/06/01/world/asia/india-election-deepfakes.html>

- Valdez Zepeda, A. (2010). Las campañas electorales en la nueva sociedad de la información y el conocimiento. *Estudios Políticos*, 9(20), 155-165. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2010.20.24279>
- Valiente Martínez, F. (2023). El derecho a la información veraz: un análisis (jurídico) razonablemente pesimista. *Global Media Journal México*, 20(39), 1-19. <https://doi.org/10.29105/gmjmx20.39-490>
- Vicente Mariño, M. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En F. Sierra Caballero (coord.), *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital* (17 p.). Universidad de Sevilla. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/18348/CD%20200910%20IX%20IBERCOM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

