



TECNOLOGÍA Y ELECCIONES

La desinformación.
Desafíos en el
contexto electoral
en Paraguay

Maricarmen Sequera

LA DESINFORMACIÓN

Desafíos en el contexto electoral en Paraguay

Maricarmen Sequera

Esta investigación fue elaborada por **TEBIC** en el marco del proyecto financiado por la organización National Endowment for Democracy (NED).

TEBIC es una Organización No Gubernamental fundada en el año 2012, cuya misión es la defensa y promoción de los derechos humanos en el entorno digital. Entre sus principales temas de interés están la libertad de expresión, la privacidad, el acceso al conocimiento y género en Internet.

LA DESINFORMACIÓN. DESAFÍOS EN EL CONTEXTO ELECTORAL EN PARAGUAY

MAYO 2023

INVESTIGACIÓN

Maricarmen Sequera

COORDINACIÓN

Leonardo Gómez Berniga

EDICIÓN Y REVISIÓN

Eduardo Carrillo

COMUNICACIÓN

Araceli Ramírez

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Horacio Oteiza

ILUSTRACIÓN DE PORTADA

Betania Ruttia



Esta obra está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 Internacional (CC BY SA 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/dee>

RESUMEN

En la era digital, las elecciones se han convertido en un terreno fértil para la propagación de la desinformación. Los actores malintencionados utilizan una variedad de tácticas para influir en la opinión pública, incluyendo el mal uso de datos personales, la polarización y los *bots*. Además, la falta de ciberseguridad y educación digital puede aumentar la vulnerabilidad de los individuos a la manipulación y la violencia digital. En este contexto, el papel del estado, la sociedad civil, las empresas de tecnología y el periodismo es fundamental para garantizar elecciones libres y justas. Esta investigación se centrará en los diferentes desafíos que enfrentamos en cuanto a la desinformación en tiempo electoral y cómo estos actores pueden trabajar juntos para mitigar su impacto y proteger la integridad del proceso electoral.

La investigación propone un debate público sobre la desinformación y las campañas políticas en Internet, resultado de una revisión bibliográfica que incluye la campaña política en línea en las elecciones del 2023. El objetivo es explorar puntos de vista a este tema tan controversial para el abordaje de las “fake news”¹ o la desinformación, que ha ocupado el centro de las discusiones sobre política y elecciones en Paraguay.

Palabras Claves: *desinformación, regulación de intermediarios, libertad de expresión, elecciones.*

1 La autora utiliza los términos desinformación y *fake news* como sinónimos. Si embargo se priorizará el término desinformación para abordar mejor este tema.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	6
2. ¿QUÉ ES LA DESINFORMACIÓN?	7
3. ORIGEN Y ANTECEDENTES SOBRE LA DESINFORMACIÓN	9
4. TIPOS DE DESINFORMACIÓN	11
5. EL FENÓMENO DE LA DESINFORMACIÓN EN INTERNET	14
5.1. Sesgos de confirmación	14
5.2. Polarización	15
5.3. Cámaras de eco o burbujas en Internet	16
5.4. Moderación de contenidos y algoritmos opacos	17
5.5. Los bots	19
5.6. Deficientes marcos regulatorios electorales y datos personales en Internet	20
5.7. Falta de políticas de educación digital y ciberseguridad	21
5.8. Violencia digital de género	22
5.9. Neutralidad en la red: zero rating	23
5.10. Propiedad intelectual	23
6. DESINFORMACIÓN EN ELECCIONES	25
7. UN ABORDAJE DE MULTISECTOR PARA ENFRENTAR LA DESINFORMACIÓN	29
7.1. El rol de Estado	29
7.2. El rol de las empresas de internet	32
7.3. El rol de los medios de comunicación	33
7.4. El fact checking en el periodismo y sus limitaciones	34
7.5. El rol de la sociedad civil	35
8. DESAFÍOS PARA PENSAR FUTUROS	36
9. CONCLUSIÓN	38
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40

1. INTRODUCCIÓN

La desinformación en el contexto de las elecciones se ha convertido en un desafío crucial en la era digital. A medida que la información fluye rápidamente a través de plataformas en línea y redes sociales, los actores malintencionados encuentran un terreno fértil para manipular y distorsionar la realidad con el fin de influir en los resultados electorales y en la opinión pública. Sin embargo, abordar este problema plantea una tensión compleja entre la necesidad de proteger la integridad del proceso electoral y preservar la libertad de expresión.

La libertad de expresión es un derecho fundamental que garantiza la diversidad de opiniones y el debate público abierto. Sin embargo, cuando se utiliza para difundir desinformación y noticias falsas durante las elecciones, puede socavar la confianza en el sistema democrático y distorsionar el proceso electoral. Por lo tanto, surge la pregunta de cómo equilibrar la libertad de expresión con la protección contra la desinformación perjudicial. En ese sentido, se busca identificar cuáles son los factores más relevantes que permiten que existe un terreno fértil para la desinformación, tales como: neutralidad en la red, sesgos de confirmación, violencia digital de género, cámaras de eco, deficiencia en la regulación de protección de datos personales, propiedad intelectual, ciberseguridad, bots y moderación de contenidos entre otros.

En ese sentido, será importante comprender este fenómeno que se traslada a Internet con sus factores que se deben tener en cuenta a la hora de pensar soluciones adecuadas, necesarias y proporcionadas a las coyunturas nacionales, regionales y globales.

En este sentido, la regulación se presenta como un tema controvertido y debatido ampliamente. Algunos argumentan que se deben establecer mecanismos regulatorios más estrictos para combatir la desinformación y garantizar elecciones justas y transparentes. Sin embargo, otros temen que la regulación excesiva pueda limitar la libertad de expresión y abrir la puerta a la censura gubernamental o a la supresión de voces disidentes.

En última instancia, abordar la desinformación en el contexto electoral requiere un enfoque equilibrado que proteja la libertad de expresión, promueva la transparencia y garantice elecciones libres y justas. Esto implica la participación activa de diversos actores, como el gobierno, la sociedad civil, las empresas de tecnología y los medios de comunicación, para desarrollar estrategias eficaces de educación digital, promover la alfabetización mediática y fortalecer la responsabilidad de las plataformas en línea. Solo a través de un enfoque multidimensional y colaborativo podemos enfrentar el desafío de la desinformación electoral sin comprometer los valores fundamentales de la democracia.

2. ¿QUÉ ES LA DESINFORMACIÓN?

El concepto de “desinformación” ha sido definido y utilizado por varios autores y organizaciones a lo largo del tiempo. Actualmente, una de las definiciones más utilizadas proviene de la Unión Europea y se encuentra en el informe “Action Plan Against Disinformation” (Comisión Europea, 2018). Según este informe, la desinformación se define como información falsa, inexacta o engañosa que se crea, presenta y difunde deliberadamente para obtener un beneficio económico o para engañar a la audiencia, y puede dañar la confianza en las instituciones y procesos democráticos, así como en la toma de decisiones individuales. Sin embargo, esta definición tiene una limitación, ya que supone que las personas son engañadas y por lo tanto no confían en las instituciones. La verdad es que esta relación es más compleja. En la actualidad, hay una crisis de confianza ²que está afectando a todas las instituciones en general.

Acerca de qué terminología corresponde utilizar, el Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre Noticias Falsas y Desinformación de la Comisión Europea, recomienda abandonar el término “noticias falsas» (‘fake news’) y hablar sólo de “desinformación”. La misma se define como: “información falsa, imprecisa, o engañosa, presentada y promovida para obtener ingresos o causar daño público intencionadamente”. Es decir, que se aborda como una forma de expresión que puede ser nociva y además recae fuera de las ya definidas como ilegales en las normativas y jurisdicciones tales como: difamación, incitación al odio, incitación a la violencia, pornografía infantil, etc³.

Es decir, la falsedad de la información puede atribuirse a distintos factores: errores, interpretaciones, datos incompletos, manipulación, estafas, etc. No necesariamente todos los factores son igualmente reprochables. Así también, el nivel de reproche en algunos casos puede depender de quién imparte o comparte la información. Por ejemplo, es socialmente reprochable (incluso en algunos casos, ilegal) que un funcionario público transmita información falsa. En concreto, en Paraguay durante la pandemia se observó que funcionarios con cargos públicos encabezaron varios bulos de desinformación sobre el uso efectivo de las vacunas e incluso promover proyectos de leyes para utilizar medicamentos y terapias sin evidencias para mitigar los casos de COVID-19.⁴ Este caso no es igual que el de una persona que tuitea una opinión o una noticia sin considerar todos los aspectos o datos que estarían disponibles sobre esa información (Agustina del Campo, 2020).

La protección de la libertad de expresión protege incluso a quienes difunden información falsa, aunque no todos los factores que rodean su divulgación son igualmente reprochables. Ninguna de las convenciones internacionales que reconocen el derecho a la libertad de expresión establece la obligación de que la información sea verdadera para ser protegida. La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Comisión Interamericana (OEA, 2017) y el Relator para la libertad de opinión y expresión de la ONU defienden la protección de la libertad de expresión sin condiciones. La lógica detrás de esta protección sugiere que si se exigiera que la información fuera veraz, se crearía un efecto inhibitorio en la expresión que atentaría contra el acceso a la información, la circulación de ideas y opiniones, el control social sobre los gobiernos y, en última instancia, la democracia (Corte IDH, 1985). Según Catalina Botero, ex Relatora Especial de Libertad de Expresión de la OEA, si se impusiera la necesidad de informar solo la verdad de antemano, se negaría la posibilidad de llevar a cabo el debate necesario para lograrla (CIDH, 2017).

2 Informe Latinobarómetro 2021. <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>

3 Preocupante regulación sobre desinformación en tiempos de COVID19. TEDIC. 2020 <https://www.tedic.org/preocupante-regulacion-sobre-desinformacion-en-tiempos-de-covid19/>

4 Serie sobre los desinformantes en América Latina. Salud con lupa. 2021 <https://saludconlupa.com/series/desinformantes/jorge-bri-tez/>

Así mismo, entre los factores que pueden ser considerados reprochables, la Declaración Conjunta de los Relatores de Libertad de Expresión (2017) establece que los funcionarios públicos tienen la obligación de proveer a la ciudadanía información veraz. Dicha obligación radica en la responsabilidad que los funcionarios públicos tienen por el cargo que ocupan y el derecho de acceso a la información pública de la que gozan las personas (OEA, 2017).

Solo en casos excepcionales las noticias falsas no estarían protegidas por la libertad de expresión. Las opiniones, por más reprochables que parezcan no pueden ser censuradas, a menos que caigan en los ámbitos de exclusión de la protección del derecho a la libertad de expresión: la propaganda a favor de la guerra; la apología del odio nacional, racial o religioso que sea constitutiva de incitación a la violencia; y la pornografía infantil (Al Sur, 2019).

Por su parte, la Constitución paraguaya pone su foco en el derecho fundamental de su artículo 26 que establece: “Se garantizan la libre expresión y la libertad de prensa, así como la difusión del pensamiento y de la opinión, sin censura alguna, sin más limitaciones que las dispuestas en esta Constitución; en consecuencia, no se dictará ninguna ley que las imposibilite o las restrinja. No habrá delitos de prensa, sino delitos comunes cometidos por medio de la prensa” (Asamblea Constituyente, 1992).

La mayor preocupación y riesgo que genera la desinformación se centra en la construcción de símbolos y significados de una construcción de la posverdad⁵. La idea de posverdad no implica la negación de los hechos reales, sino más bien la convicción de que la propia perspectiva es la verdadera, incluso si hay pruebas que demuestran lo contrario. Este concepto no se origina a partir de un evento específico o una noticia falsa, sino que surge de un proceso gradual de construcción de significados. Por lo tanto, en lugar de simplemente hablar de noticias falsas o desinformación, se deberá referirse a *procesos de desinformación* que fomentan la construcción de la posverdad. Estos procesos se basan en un razonamiento motivado, en el cual la evidencia no cambia lo que cree una persona, sino que lo que cree una persona influye en su selección de evidencias (Guadalupe Nogués, 2019).

Siguiendo esta línea, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) remarca en su Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales que “si bien algunos estudios sugieren que algunas personas son más proclives que otras a creer en la información falsa, otros consideran que un porcentaje significativo de la ciudadanía mantiene la capacidad de distinguir, en forma autónoma, la información verdadera de la falsa”. Por otro lado, “a nivel electoral, las investigaciones existentes muestran evidencia contradictoria y mientras algunas señalan que no existen efectos significativos, otras han encontrado que la desinformación tiene un efecto en la determinación de la agenda informativa, que se amplifica en los medios la existencia de la desinformación e incluso puede estar conectada con la erosión de la confianza en las instituciones democráticas” (CIDH, 2019).

Por tanto, la coyuntura global ubica a la desinformación como uno de los problemas del derecho a libertad de expresión y acceso a la información.

5 **Posverdad** o mentira emotiva es un neologismo que implica la distorsión deliberada de una realidad en la que priman las emociones y las creencias personales frente a los hechos objetivos, con el fin de crear y modelar la opinión pública e influir en las actitudes sociales, tal como lo define la Real Academia Española de la Lengua. La posverdad no es una negación de la realidad, sino la creencia de que la postura propia es la verdadera, más allá de cualquier evidencia que demuestre lo contrario. <https://es.wikipedia.org/wiki/Posverdad>

3. ORIGEN Y ANTECEDENTES SOBRE LA DESINFORMACIÓN

El término moderno de “desinformación” tiene sus raíces en la época de la Guerra Fría y la propaganda soviética. Si bien la palabra “dezinformatsia” ya aparecía en la Enciclopedia Soviética en 1952 para referirse a la propagación de información falsa con el objetivo de crear confusión en la opinión pública, fue en 1980, durante el juicio en París contra el editor de un boletín confidencial, Pierre Charles Pathé, cuando el testimonio de un agente de la Direction de Surveillance du Territoire (DST) dio amplia repercusión a las técnicas de la KGB. A pesar de que la palabra es relativamente contemporánea, la práctica de la desinformación como difusión de noticias falsas para crear confusión en el enemigo es mucho más antigua. (Rivas Troitiño J. M., 1995).

Un ejemplo temprano del uso de la desinformación se encuentra en los consejos dados por el escritor chino Sun Tzu en su obra “El Arte de la Guerra” entre los siglos VI y IV a.c. Él afirmó que “todo el arte de la guerra se basa en el engaño, y el supremo arte de la guerra es someter al enemigo sin luchar”⁶. Esta referencia temprana ilustra cómo el concepto de desinformación ha sido utilizado en contextos de guerra y conflicto a lo largo de la historia.

Es decir, la desinformación siempre estuvo presente en nuestra historia, incluso si solo se observa la historia occidental, desde la antigua Grecia hasta la época contemporánea, los líderes y los medios de comunicación han utilizado la desinformación para manipular a las masas y lograr sus objetivos políticos y militares.⁷

En la Edad Media, los poderosos utilizaron la propaganda para convencer a la población de que las cruzadas eran justas y necesarias, y de que las brujas debían ser quemadas en la hoguera⁸. Según el profesor de Harvard, Robert Darton⁹, ya en siglo VI el historiador bizantino Procopio había escrito un libro lleno de historias de dudosa veracidad, con el objetivo de arruinar la reputación del emperador Justiniano. Así también se encuentra la campaña de propaganda de Octavio contra Marco Antonio en tiempos romanos, que difundió frases cortas en monedas para dañar su reputación. Esta táctica de “noticias falsas” fue efectiva y permitió a Octavio, quien se convirtió en Augusto, consolidarse como el primer emperador romano y acabar con el sistema republicano¹⁰. Con la invención de la imprenta de Gutenberg en 1493, la difusión de la desinformación se amplificó aún más, como lo demostró el “Gran Engaño de la Luna” de 1835, cuando el periódico New York Sun publicó artículos falsos sobre la vida en la luna, ilustrados con criaturas ficticias¹¹. La desinformación se ha difundido en momentos de conflicto, cambios de régimen y catástrofes. En el siglo XX, los medios de comunicación, como la radio y la televisión, también han evolucionado, y las noticias satíricas a menudo se confunden con noticias verdaderas.

6 El arte de la guerra. Sun Tzu. https://es.wikipedia.org/wiki/El_arte_de_la_guerra

7 La larga historia de las noticias falsas. El País. 2018 https://elpais.com/cultura/2018/06/08/actualidad/1528467298_389944.html

8 La salvaje violencia contra las brujas: el antiguo feminicidio que aún sucede en nuestros días. BBC News. 2021 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56346291>

9 La verdadera historia de las noticias falsas. El País. 2017 https://elpais.com/cultura/2017/04/28/actualidad/1493389536_863123.html

10 Kaminska, I. (2017) A module in fake news from the info-wars of ancient Rome, Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf-2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6>

11 Thornton, B. (2000) The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, Journal of Mass Media Ethics, 15(2).: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_

Por otro lado, durante la Guerra Fría, la guerra de Cuba, la de Vietnam o la I Guerra del Golfo las superpotencias se acusaron mutuamente de difundir desinformación y propaganda en todo el mundo¹². Ahora simplemente se han trasladado a las redes sociales. Esto se puede observar durante la Primavera Árabe, en donde los regímenes autoritarios utilizaron la desinformación para controlar a la población y difundir propaganda en su favor¹³ así como los casos controversiales como Bell-Pottinger y Cambridge Analytica¹⁴.

En el ámbito local, momentos previos a la explosión del término de desinformación en Internet, el escritor Damián Cabrera sistematizó la campaña contra el periódico ABC Color (el de mayor circulación en Paraguay) entre los años 2010 y 2012, denominada “ABC Ijapu” (ABC Miente)¹⁵, que llevó a un importante debate sobre la credibilidad de este medio, cómo relata los hechos y ¿desde qué lugar se narra esa “verdad” y los valores periodísticos?

A partir del 2012 el acceso a Internet en el país se fue ampliando a casi todos los sectores de la población y esto trajo consigo las tendencias de desinformación que circulaban en el mundo, entre ellas se encuentran las más recientes teorías de conspiración como la campaña contra las antenas 5G¹⁶, contra las vacunas¹⁷ y la desinformación sobre la salud en general¹⁸, contra el rechazo al Plan Nacional de Transformación Educativa (PNTE) del Ministerio de Educación, por promover lo que llaman “ideología de género”¹⁹, contra la crisis climática²⁰ y las campañas de desprestigio, discurso de odio y discriminación contra personas LGBTQ+ en Paraguay entre otros (Rosa Posa Guinea at. 2022).

En estos momentos con Internet, la desinformación se ha vuelto más accesible y efectiva que nunca y podría comprometer la credibilidad de los espacios de información confiable. Ahora, cualquier persona con una conexión a Internet puede difundir información falsa o engañosa a millones de personas en cuestión de segundos. La desinformación también se ha vuelto más difícil de detectar y combatir, ya que los algoritmos de las redes sociales y los motores de búsqueda a menudo priorizan la información que confirma las creencias existentes de las personas usuarias.

12 Las guerras de la era de la desinformación. La Vanguardia. 2018 <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180429/443014307399/guerra-desinformacion-hibrida-fria-fake-news-ruisa.html>

13 Primavera Árabe: la revolución que sí fue televisada, pero en internet. El Salto. 2021. <https://www.elsaltodiario.com/ciberactivismo/primavera-arabe-revolucion-televisada-internet>

14 From Cambridge Analytica's Ashes, An Odd Pair Promises An 'Ethical' Startup. Forbes. 2018 <https://www.forbes.com/sites/thomasbrewster/2018/08/02/from-cambridge-analyticas-ashes-an-odd-pair-promises-an-ethical-startup/?sh=4bdba88a4f2d>

15 Mentira relativa/Abcolor.me y la democracia simbólica. 2014 <https://damiancabrera.blogspot.com/2014/03/mentira-relativaabcolor-me-y-la.html>

16 En Villarrica quemaron una antena de telefonía 5G y agredieron a bomberos. La Nación. 2020 <https://www.lanacion.com.py/pais/2020/06/09/villarrica-quemaron-antena-de-telefonía-5g-y-agredieron-a-bomberos/>

17 Antivacunas perjudican esquema regular de vacunación contra el sarampión. ABC. 2022 <https://www.abc.com.py/tv/abc-noticias/2022/08/05/antivacunas-perjudican-esquema-regular/>

18 Desinformación y salud pública en tiempos de pandemia. Derechos Digitales. 2020 <https://www.derechosdigitales.org/14405/desinformacion-y-salud-publica-en-tiempos-de-pandemia/>

19 Desinformación y presión anti-derechos en un contexto electoral. Agencia Presentes. 2022 <https://agenciapresentes.org/2022/12/21/balance-paraguay-2022-desinformacion-y-presion-antiderechos-en-un-contexto-electoral/>

20 Paraguay vuelve a la cumbre del clima ¿Será negacionista otra vez?. El Surti. 2022 <https://elsurti.com/futuros/reportaje/2022/08/29/paraguay-vuelve-a-la-cumbre-del-clima-sera-negacionista-otra-vez/>

4. TIPOS DE DESINFORMACIÓN

Existen varios tipos de desinformación:

- a. **Desinformación casual o culposa:** Emerge del comportamiento de cada persona. No toda desinformación tiene el fin de manipular o engañar. (Guadalupe Nogués, 2019) A veces, la información que se comparte es simplemente incompleta o errónea debido a la falta de conocimiento o la mala interpretación de los hechos. Por ejemplo, una persona podría compartir una noticia que leyó en línea sin verificar la fuente o la veracidad de la información. Si esa noticia resulta ser falsa, la persona no tenía la intención de engañar a nadie, sino que simplemente no tenía la información necesaria para discernir su autenticidad.

También es posible que alguien comparta información incompleta sin darse cuenta, tal vez porque solo leyó los titulares o solo vió una parte de la historia. En este caso, la persona no está tratando de engañar a nadie, sino que simplemente no tiene toda la información necesaria para hacer una evaluación completa y precisa de los hechos. Sin embargo, aunque la desinformación no tenga una intención maliciosa, aún puede ser perjudicial. Cuando se comparte información incompleta o errónea, se pueden tomar decisiones equivocadas o basadas en supuestos falsos. También puede propagar teorías conspirativas y otros tipos de desinformación que fomentan la desconfianza en las instituciones y socavan la confianza pública en la información y en los medios de comunicación.

- b. **Desinformación dolosa o intencional** que se desagrega de la siguiente manera²¹:

- **Información falsa:** Esta es la forma más básica de desinformación y se refiere a información que simplemente no es verdadera. Puede ser un rumor sin fundamento, una afirmación falsa o un hecho inventado. Las noticias falsas en sentido estricto pueden tener motivaciones económicas, políticas o un poco de ambas. En el primer caso, se trata de operaciones comerciales que buscan generar tráfico a partir de contenidos falsos y, sobre todo, titulares sensacionalistas a los que la gente les da click, pero cuya información relacionada no tiene sentido o relevancia alguna. En el segundo caso, las noticias intentan parecer auténticas no tanto para generar tráfico y ganancias sino para manipular el debate público a favor de determinados intereses políticos. Un ejemplo de esta categoría es la información falsa ya mencionada sobre la adhesión del Papa Francisco a la candidatura de Donald Trump en 2016²² o el caso de la imagen de la candidata Soledad Nuñez apoyando la marcha del derecho a decidir de las mujeres²³.

La información falsa se complejiza cuando son contenidos mezclados y difundidos a través de servicios de mensajería instantánea como Telegram o WhatsApp. En este entorno, la información circula de forma rápida y se comparte en forma de imágenes, videos o memes, sin que se pueda identificar claramente al autor. En última instancia, la legitimidad y la autoridad del contenido son otorgadas por la persona conocida que lo comparte, lo que dificulta aún más la verificación de la información y aumenta el riesgo de que se propague desinformación (Carlos Cortés, Luisa Isaza, 2017).

21 La clasificación es desarrollada por la autora.

22 El curioso origen del fenómeno viral de “las noticias falsas” que el papa Francisco catalogó como una “táctica de serpiente”. BBC. 2018 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42804231>

23 La Precisa – El Surti. Factchecking – Verificación de la imagen. 28-03-2023. <https://twitter.com/eslaprecisa/status/1640798095200997381>

- **Información engañosa:** La información engañosa es aquella que tiene cierto grado de verdad, pero que se presenta de manera que engaña al receptor para que llegue a una conclusión errónea. Por ejemplo, la manipulación de estadísticas para respaldar una afirmación falsa o cuando se presentan unos hechos pero se omiten otros; se saca la información de contexto; se manipula el contenido; se presentan teorías u opiniones como hechos; se le da credibilidad a información altamente discutible; se niega información cierta con el objetivo de crear confusión, o se proclama una verdad única en oposición al ‘otro’ –la estrategia de los movimientos nacionalistas²⁴.
- **Descontextualización:** La descontextualización implica sacar información de su contexto original para cambiar su significado o para presentarla de manera que sea engañosa. Por ejemplo, citar una frase de un discurso fuera de contexto para cambiar su significado original.
- **Manipulación de imágenes y videos:** Esta forma de desinformación implica manipular una imagen o un video para cambiar su significado original. Puede ser desde la edición de una fotografía para añadir elementos que no estaban allí, hasta la utilización de tecnología deepfake o inteligencia artificial para crear videos que parezcan auténticos, pero que en realidad son falsos. Ejemplos de este tipo de desinformación son la difusión de una supuesta publicación de la BBC sobre fraude en elecciones en Paraguay²⁵ o la imagen del Papa Francisco editado con inteligencia artificial²⁶.
- **Noticias falsas:** Las noticias falsas son información que se presenta como noticias, pero que es completamente falsa. A menudo se distribuyen en línea a través de redes sociales y sitios web que imitan a los medios de comunicación tradicionales. En ese entorno, la información se rota de mano en mano a manera de imagen, video o memes, sin autor identificado ni identificable. La legitimidad y autoridad del contenido la da, en últimas, aquel conocido o conocida que lo comparte. Por ejemplos programas televisivos como “El Repasador” del Canal 13²⁷ que buscan desprestigiar con información falsa a personas públicas como el caso de la candidata a Vice presidenta Soledad Nuñez y su supuesta ganancia de dinero a través de una ONG que utiliza fondos del Estado paraguayo²⁸. Y la acusación a la activista y cantante Rocio Robledo como funcionaria del Ministerio de Educación y responsable del programa “Transformación educativa”²⁹.

24 Propaganda is false or misleading information or ideas addressed to a mass audience by parties who thereby gain advantage. Propaganda is created and disseminated systematically and does not invite critical analysis or response”. Huckin, Thomas, “Propaganda Defined”, en: Henderson, Gae Lyn y Braun, M.J (ed.), Propaganda and Rhetoric in Democracy: History, Theory, Analysis, Carbondale, Southern Illinois University Press, 1a ed., 2016, pp. 118-136.

25 BBC Mundo desmiente la autenticidad de esta noticia falsa que circula por redes sociales en Paraguay. BBC Mundo es un medio público e imparcial en internet y no tiene un canal de televisión como el que aparece en la imagen. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-43889456>

26 Papa Francisco: cómo usaron inteligencia artificial para crear estas fotos virtuales del Pontífice. Infobae. Marzo. 2023. <https://www.infobae.com/tecnologia/2023/03/26/papa-francisco-como-usaron-inteligencia-artificial-para-crear-estas-fotos-virtuales-del-pontifice/>

27 El repasador. Programa de Canal 13. Cuenta de Facebook: https://www.facebook.com/ElRepasadorPy/?locale=es_LA

28 “Sole Nuñez y su esposo, Bruno Defelippe, se forran de dinero a costa del Estado. Lucrativo negocio de los dos a través de sus ONG’s”. El Repasador. Abril 2023. <https://www.facebook.com/ElRepasadorPy/videos/1374814176628293/>

29 Transformación Educativa: activista denuncia el uso malintencionado de su imagen. Ultima Hora. 2022. <https://www.ultimahora.com/transformacion-educativa-activista-denuncia-el-uso-malintencionado-su-imagen-n3025331.html>

- **Teorías de conspiración:** Las teorías de conspiración son afirmaciones sin fundamento que sugieren que una o varias personas o grupos están ocultando la verdad o trabajando juntos en secreto para alcanzar un objetivo malintencionado³⁰. Algunos ejemplos son las teorías conspirativas sobre la “ideología de género” en las políticas de reformas educativas (política pública que recibió el nombre de “Transformación educativa” por diversos medios) en Paraguay en el 2022³¹. O las más clásicas como la tierra es plana³², grupos anti vacunas³³ y negacionistas de la crisis climática.

Todos estos tipos de desinformación pueden ser utilizados para influir en la opinión pública y en la toma de decisiones de las personas. **Es importante estar alerta y adoptar un enfoque crítico ante la información que se recibe, y siempre buscar fuentes confiables y verificadas antes de creer y compartir cualquier información en línea.**

-
- 30 Media Matters, “Understanding The Fake News Universe”, <https://www.mediamatters.org/fake-news/understanding-fake-news-universe> . Según Michael Barkun, las teorías de la conspiración se caracterizan por responder a tres principios, a saber: i) nada sucede por accidente, ii) nada es lo que parece y iii) todo está conectado. Barkun, Michael, A Culture of Conspiracy: Apocalyptic Visions in Contemporary America, Berkeley, University of California Press, 2003, pp. 3-4, disponible en: https://www.hugedomains.com/domain_profile.cfm?d=lapidjudaism.com
- 31 Las falsedades que buscan frenar el plan de Transformación Educativa. El Surti. 2022. <https://elsurti.com/laprecisa/chequeo/2022/10/21/las-falsedades-que-buscan-frenar-el-plan-de-transformacion-educativa/>
- 32 No puedes convencer a un terraplanista y eso debería preocuparte. El País. 2019 https://elpais.com/elpais/2019/02/27/ciencia/1551266455_220666.html
- 33 Reducido grupo antivacunas protesta contra la inmunización de niños. Hoy. 2021 <https://www.hoy.com.py/nacionales/reducido-grupo-antivacunas-protesta-contra-inmunizacion-de-ninos>.

5. EL FENÓMENO DE LA DESINFORMACIÓN EN INTERNET

La desinformación ha existido siempre. Sin embargo, cobró mayor conciencia a partir del momento de la influencia de los medios de comunicación y las plataformas de Internet en la opinión pública. Como elemento novel, sí es nuevo y preocupante el hecho de que la desinformación se propague con una celeridad y amplitud inauditas por plataformas digitales como Google o Facebook³⁴.

La desinformación no se presenta como un fenómeno aislado de la realidad social y política, ni mucho menos como una externalidad de la tecnología. Tal como señala la socióloga norteamericana Katherine Cross, hoy en día se suele hablar de la relación de las personas con Internet en términos acrílicos de la ciencia computacional. La desinformación, por su parte, se ha descrito como un “virus” que afecta a usuarios “expuestos” a noticias falsas en línea. Sin embargo, es importante recordar que la desinformación surge y se alimenta de la interacción humana, y es en esa relación donde se debe identificar la dimensión del problema y las limitaciones de las soluciones propuestas (Katherine Cros, 2017).

Aquí algunos factores que contribuyen a la desinformación en Internet:

5.1. Sesgos de confirmación

La complejidad de nuestras creencias es un aspecto fundamental a considerar en la comprensión de la posverdad. A veces, nuestras creencias están sustentadas por evidencias y, en otras ocasiones, no lo están. Las personas expertas en sesgos de confirmación, lo llaman a estas últimas creencias irracionales, ya que se sostienen sin evidencia a su favor o incluso con evidencia en contra. La brújula moral, influenciada por el recorrido en la vida de una persona, es un ejemplo de cómo pueden manifestarse las creencias irracionales de un grupo identitario. Aunque la diversidad de esas creencias pueden parecer difícil de abordar, negar su complejidad solo conllevará a construir más posverdad.

A pesar de la complejidad de las creencias, los hechos pueden ayudar a navegar el territorio hacia los objetivos y medirlos si se han cumplido. Los valores y principios de una persona son importantes, pero se debe ser capaz de evaluarlos en relación con los hechos y la evidencia disponible. Por ejemplo, si se cree en la igualdad de derechos y obligaciones entre hombres y mujeres, se debe ser capaces de evaluar si la evidencia respalda esta creencia y, si es así, actuar en consecuencia. En última instancia, la complejidad de las creencias de los grupos identitarios es una razón más para que las personas sean críticas y cuidadosas en la evaluación de la información que reciben y para buscar siempre evidencia y hechos que respalden las creencias (Guadalupe Nogués, 2019).

Es alarmante que se utilicen mecanismos que explotan emociones como el miedo, la ira o la incertidumbre para fomentar una polarización extrema, en la que los líderes populistas atraen a sus seguidores más extremistas, que justamente votan por estos líderes por sus posturas anticientíficas, negacionistas y promotoras de teorías conspirativas. Los líderes populistas difunden la falsa idea de que pueden tomar el control y se esfuerzan por mostrarse como individuos poderosos, como lo han hecho Bolsonaro y Trump, descuidando la importancia de los aspectos colectivos de la política. Estas acciones alimentan la polarización y ponen en riesgo la estabilidad de la sociedad e incluso la supervivencia humana (Steven Forti, 2022).

34 Información falsa: La opinión de los periodistas. UNESCO. 2017 <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>

Ante tanta necesidad y desigualdad de la población, las personas se vuelven mucho más receptivas a los discursos conspiratorios, esperando sacar así alguna ventaja material o moral, hecho que fortalece la posición de los gobernantes y crea desconexiones a beneficios tan abstractos o intangibles como la defensa de los derechos humanos y la democracia.

5.2. Polarización

La polarización contribuye a la simplificación de las discusiones, lo que hace que se conviertan en binarias y que se centre en si uno está “a favor” o “en contra”, sin abordar la complejidad o la existencia de otras posturas posibles. Esta simplificación facilita la propagación de la posverdad, ya que elimina el terreno común que se necesita para debatir con bases sólidas.

El escepticismo hacia las instituciones políticas y científicas está aumentando en América Latina, lo que ha contribuido a la victoria de líderes populistas y conservadores. La población se vuelve receptiva a los discursos conspiratorios y la deslegitimación de las instituciones debido al vacío dejado por el Estado y la falta de perspectivas de futuro, generando polarizaciones. Por ejemplo en Paraguay, un gran número de personas solo cuenta con la Iglesia o los partidos hegemónicos como apoyo material, moral y cotidiano para paliar sus temores y angustias relativas al desempleo, sus ingresos, la asistencia sanitaria y, principalmente, en relación a la falta de perspectivas de futuro, lo que debilita la posición de los gobernantes y aumenta la importancia de la religión en la vida cotidiana.

En su análisis sobre el ascenso del macrismo al poder en Argentina (2015-2019), el sociólogo Saúl Feldman destaca la construcción meticulosa de un cambio cultural que permitió que Macri llegara al poder. Feldman utiliza el concepto de sentido común para comprender el fenómeno comunicacional de los populismos de derecha. Según su análisis, estos grupos utilizan ideas extendidas en la sociedad que deben ser simples, transparentes en su causalidad y en la identificación de responsabilidades, como por ejemplo: “los pobres son vagos”. Estas ideas permiten la adhesión sin reflexión y evitan la discusión porque son cuestiones “naturales” y conocidas, como “los niños visten de celeste, las niñas de rosa”. También se utilizan ideas que apelan a varias generaciones y son eficaces para explicar acciones potentes, como “la economía de un país es como la de una casa, no se puede gastar más de lo que se produce”, la “necesidad de sencillez y de resonancia emocional” ha sido clave en la victoria del Brexit o de Trump en 2016, así como en el éxito de la Liga de Salvini en 2018. Sus eslóganes: “Take Back Control” (Recuperar el control), “Make America Great Again” (Hacer que Estados Unidos vuelva a ser grande), “Prima gli Italiani” (Los italianos primero), “Kit gay” (slogan de Bolsonaro contra el partido de trabajadores) han conseguido conectar con los sentimientos de la ciudadanía y desplazado la reflexión racional sobre cuestiones técnicas (Steven Forti, 2022).

Según Feldman, una vez establecida la trama de creencias conformada por el sentido común, se trabaja políticamente sobre ella para lograr el cambio cultural requerido para cambiar la política. El sentido común suele ser conservador y, por lo tanto, trabajar sobre su trama de creencias resulta efectivo para enfrentar el ideario progresista, que respalda la integración de minorías y la ampliación de derechos. En América Latina, este ideario conservador atacó especialmente la gestión de quienes implementaron políticas exitosas para sacar a miles de personas de la pobreza, como Lula da Silva en Brasil y Evo Morales en Bolivia.

Feldman describe la política de la posverdad como la “política del cinismo”, a la que varios liderazgos de derecha son afines. Cuando rige esta política, se rompe en primer lugar el contrato de sinceridad entre los sectores de la política y la ciudadanía. La campaña electoral de Mauricio Macri en 2015 se caracterizó, por ejemplo, por ofrecer una serie de promesas que nunca estuvieron en sus planes y que, obviamente, jamás cumplió. Bajo la política del cinismo, se genera un espacio de perversión del sentido y se explota todo aquello que permita obtener beneficios propios sin asumir ninguna responsabilidad ni considerar las consecuencias (Beatriz Busaniche, at, 2021).

Otra característica del discurso cínico es la impunidad, que se basa en la supuesta superioridad del emisor (como los exitosos empresarios Macri, Trump, Cartes o Piñera). El emisor cínico sabe que cuenta con la aprobación de aquellos que lo legitiman, ya sea el poder económico, judicial, religioso, mediático o político, o incluso una base significativa de seguidores. Los líderes políticos pueden ignorar la evidencia, tergiversar los hechos y hacer declaraciones de crueldad absoluta. Cada una de estas acciones se acompaña de una amplificación de las ideas en las redes sociales, grupos de WhatsApp y medios de comunicación, para construir el imaginario colectivo de que “eso es lo que piensa la gente”, lo que legitima ideas y expresiones cada vez más extremas (Beatriz Busaniche, at, 2021).

En resumen, las personas no son engañadas con información falsa, sino que son incitadas a cooperar en la deslegitimación pública de las instituciones y es allí donde se generan los grupos identitarios y generan polarizaciones.

En Paraguay, no se está muy lejos de los ejemplos que anteceden. El electo presidente de las elecciones 2023, Santiago Peña, expresaba en uno de sus discursos “Los argentinos no quieren trabajar”³⁵ y “Los que llegan a los cargos, llegan gracias al Partido Colorado”. “Lastimosamente muchos creen que los tienen porque son ‘guapitos’ o porque tienen la pared llena de títulos. Hay que mojar la camiseta”.³⁶ Por su parte, el candidato a presidencia Euclides Acevedo habló sobre la igualdad de género que está garantizada en la Constitución Nacional y la diferencia con la ideología de género, del cual él está preocupado³⁷.

5.3. Cámaras de eco o burbujas en Internet

Una cámara de eco es un fenómeno en el que las personas se encuentran principalmente expuestas a opiniones y perspectivas que coinciden con las suyas propias, creando una especie de eco de sus propias opiniones. Este término se utiliza comúnmente en el contexto de la tecnología y las redes sociales, donde los algoritmos de recomendación de contenido tienden a mostrar a las personas usuarias información y noticias que refuerzan sus creencias y opiniones previas. Como resultado, las personas usuarias pueden verse aisladas de puntos de vista diferentes y tener una visión limitada y distorsionada del mundo que les rodea. La cámara de eco puede contribuir a la polarización y el extremismo, ya que las personas pueden sentirse validadas y reforzadas en sus propias opiniones, y se vuelven menos abiertas al diálogo y al compromiso con personas y opiniones diferentes (Cass R. Sunstein, 2018).

35 La polémica frase sobre argentina de un candidato a presidente de Paraguay. Febrero 2023. <https://www.latecla.info/138242-la-polmica-frase-sobre-argentina-de-un-candidato-a-presidente-de-paraguay>

36 Peña reivindica la política prebendaria durante discurso. El Nacional. Abril 2023. <https://www.elnacional.com.py/politica/2023/04/02/pena-reivindica-la-politica-prebendaria-durante-discurso/>

37 Twitter de Euclides Acevedo. Mayo 2022. https://twitter.com/euclides_py/status/1530325583170772993?lang=es

En ese sentido, Guadalupe Nogués, autora del libro “Pensar en otros”, advierte sobre los sesgos que presentan los algoritmos de los buscadores, los cuales influyen en la información que se presenta a las personas. Los resultados que se muestran no son necesariamente los más informativos o confiables, sino los que son más populares y relevantes según el algoritmo. Además, los algoritmos están diseñados para optimizar el click, lo que significa que se enfocan en presentar información que atraiga la atención y sea de fácil acceso. Esto crea una ilusión de que la información presentada en la web es un reflejo fiel de lo que existe, cuando en realidad hay sesgos y distorsiones.

El libro concluye sin embargo que los buscadores no son los únicos responsables de los problemas que presentan, ya que su modelo de negocios está diseñado para satisfacer las necesidades de las personas usuarias según el análisis de sus consumos y datos. En lugar de culpar solamente a los algoritmos, es importante reconocer la existencia de sesgos y trabajar activamente para buscar información precisa y confiable. Es crucial hacer un esfuerzo consciente para buscar la verdad y no conformarse con lo que se presenta fácilmente en los buscadores (Guadalupe Nogués, 2019).

5.4. Moderación de contenidos y algoritmos opacos

La desinformación no ocurre por sí sola, sino que es promovida por plataformas controladas por empresas privadas, muchas de las cuales se encuentran fuera de América Latina y el Caribe, y que tienen lógicas de diseño y negocios que favorecen su propagación. A esto se suma que las personas usuarias que interactúan con estas plataformas son una parte importante del problema. Según Cortés & Isaza (2017) es importante comprender las diferencias entre las plataformas y los usos en los que se difunde la desinformación, ya que esto ayuda a entender las soluciones propuestas y sus limitaciones. Por la otra, los autores sitúan el problema de la desinformación en la órbita de la incorporación social de una tecnología. El uso de la tecnología – y, por ende, los cuestionamientos que surjan por el uso de ella– es un proceso mediado por las personas y no una ecuación aislada” (Carlos Cortés, Luisa Isaza, 2017).

La concentración y la escala del alcance de los intermediarios de Internet como las redes sociales y las apps de mensajerías es inigualable en comparación con los medios de comunicación tradicionales. Esto se debe en parte al aumento de acceso a Internet. Según el Informe Digital 2021 de Hootsuite y We Are Social, en julio de 2022, el 63,1% de la población mundial, lo que equivale a 5.030 millones de personas, utiliza regularmente alguna red social³⁸. Sin embargo, el uso está concentrado en pocas plataformas como Alphabet, Amazon, Apple, Microsoft, Meta, TikTok, Twitter, Tencent entre otras. Esto ha llevado a una disminución en la competencia en el mercado reduciendo las opciones para las personas usuarias en términos de plataformas y servicios en línea. Esto puede resultar en una menor diversidad de opiniones y perspectivas, lo que a su vez puede llevar a una mayor polarización y fragmentación en la sociedad.

El modelo de negocio de estas empresas a menudo se centra en controlar una gran cantidad de datos personales de las personas usuarias, lo que les otorga un poder desproporcionado sobre la información y la comunicación. El uso indebido o abusos de esta información por parte de estas empresas o terceros puede tener graves consecuencias para la privacidad y la seguridad de las personas.

38 Informe Global Sobre el Entorno Digital 2022. <https://www.hootsuite.com/es/resources/digital-trends-q3-update>

Además, debido a su posición dominante en el mercado, pueden decidir qué contenido es visible y qué contenido no lo es, qué recomiendan a las personas usuarias a través de algoritmos opacos, generando cámaras de eco donde las personas usuarias solo ven un tipo de contenido, conllevando a una polarización y desinformación. La opacidad de estos algoritmos dificulta la comprensión de cómo las personas usuarias reciben información y cómo se toman las decisiones que afectan sus vidas.

Estos algoritmos opacos traen consigo varios problemas tales como la falta de transparencia, rendición de cuenta y evidencian una falta de responsabilidad de los intermediarios³⁹, entre otros. Si las personas usuarias no entienden cómo funcionan los algoritmos y cómo se toman las decisiones, es difícil para ellas hacer frente a los errores, los sesgos y las manipulaciones. También es difícil para las autoridades y los reguladores crear regulaciones para cumplir la ley y proteger a las personas (Del Campo et al., 2021).

La concentración de poder en manos de estas empresas también puede tener un impacto en la calidad de la información disponible en línea. Como resultado de su dominio en el mercado, estas empresas pueden influir en la presentación de información y en la forma en que se presentan los contenidos, lo que puede conducir a la promoción de noticias falsas, la desinformación y la propaganda. En este sentido, la concentración de estas empresas también puede tener un impacto negativo en el proceso democrático al limitar la diversidad de opiniones y perspectivas (Álvarez, Del Campo, 2021).

Evgeny Morozov, experto en tecnología, sugiere que es importante no explicar todo con la lógica de que las noticias falsas ya existían antes de las redes sociales. En su lugar, afirma que se debe prestar atención a la era de la gran concentración tecnológica y económica y cómo esto afecta lo que la población consume. Morozov argumenta que la narrativa de las noticias falsas es una explicación superficial de un problema más complejo que muchos no quieren abordar. Según él, el problema no son las noticias falsas en sí mismas, sino el capitalismo digital que hace rentable producir historias falsas que generan ganancias económicas. En esencia, el problema es el viejo conflicto de que si alguien tiene demasiado poder, su capacidad de manipulación puede ser peligrosa (Evgeny Morozov, 2012).

Además, la creciente tendencia de usar inteligencia artificial (IA) por parte de algunas plataformas para evitar los diferentes tipos de desinformación a través, por ejemplo, de la moderación de contenidos automatizada son preocupantes. Si bien las plataformas deben buscar soluciones que contribuyan a solapar este tipo de fenómeno, existen suficientes argumentos para desaconsejar descansar exclusivamente en este tipo de soluciones (Al Sur, 2019).

El debate recién comienza pero, a priori, en lo que respecta a temas electorales, la respuesta oscila entre dos posiciones: por un lado, la que alienta la regulación y la penalización sobre las redes sociales que difundan noticias falsas como es el caso de Brasil⁴⁰ y, por el otro, la que propicia el acuerdo entre las autoridades electorales con las plataformas digitales a fin de impulsar el voto informado⁴¹.

39 Término utilizado para referirse a plataformas de redes sociales.

40 Nota da CDR: Regulação pública democrática das plataformas é fundamental, com instituições autônomas e participativas. Mayo 2023. <https://intervozes.org.br/nota-da-cdr-regulacao-publica-democratica-das-plataformas-e-fundamental-com-instituicoes-autonomas-e-participativas/>

41 Consulta de UNESCO sobre el marco regulatorio de plataformas digitales. TEDIC. 2022 <https://www.tedic.org/consulta-de-unesco-sobre-el-marco-regulatorio-de-plataformas-digitales/>

5.5. Los bots

Los bots son programas de software automatizados que pueden realizar tareas específicas en Internet, a menudo de manera repetitiva y sin la intervención humana. Estos programas pueden ser programados para realizar una variedad de tareas, como publicar contenido en las redes sociales, enviar correos electrónicos, realizar búsquedas en la web y realizar compras en línea. A menudo, los bots se utilizan para realizar tareas que serían demasiado tediosas o difíciles para los seres humanos, y también se utilizan para automatizar procesos empresariales y reducir costos⁴².

En el ámbito de las redes sociales, los bots también se utilizan para influir en la opinión pública y en las tendencias en línea. Los bots pueden ser programados para publicar y compartir contenido automáticamente, lo que puede hacer que parezca que hay un gran número de personas que están de acuerdo o están discutiendo un tema o punto de vista particular. Esto puede ser utilizado para difundir información falsa o engañosa, y para manipular la opinión pública. En algunos casos, los bots también pueden ser utilizados para difundir spam, malware y otros tipos de contenidos no deseados en línea.

En el contexto de la desinformación, se habla de robots sociales que producen contenido automático para las redes. Aunque se usan para inflar la cantidad de seguidores en las redes sociales, también son una herramienta efectiva para difundir información y noticias falsas. Además, existen “cyborgs”, es decir, personas reales que son pagadas para crear docenas de cuentas falsas que se usan para influir y manipular la opinión pública en las redes sociales. Como apunta Simona Levi, “la peculiaridad de la situación actual es que los sesgos [informativos] se pueden generar de forma predictiva y se pueden configurar automáticamente. Es lo que se conoce como ‘gobernanza algorítmica’” (Simona Levi, 2019).

En México⁴³ y Brasil⁴⁴, por ejemplo, se han registrado operaciones con bots para modificar la opinión en las personas sobre diferentes temas electorales. Se ha demostrado que los bots se han utilizado en Twitter para apoyar a los candidatos en las elecciones de 2018 y en otros procesos electorales. La desinformación y la manipulación de la opinión pública son algunos de los problemas asociados con el uso de bots y “cyborgs” en las redes sociales.

Sobre esta misma línea, se debe estar alerta ante las posibles regulaciones sobre este tema. Hasta la fecha no hay consenso en los conceptos, por lo cual regular conceptos imprecisos sobre qué son los bots y que son noticias falsas pueden poner en peligro el derecho a la libertad de expresión.

42 Cómo funcionan los bots (y cómo contribuyen a difundir información falsa). IJNET. 2018 <https://ijnet.org/es/story/c%C3%B3mo-funcionan-los-bots-y-c%C3%B3mo-contribuyen-difundir-informaci%C3%B3n-falsa>

43 Elecciones en México: 7 de las noticias falsas más sorprendentes que detectó “Verificado 2018”. BBC. 2018 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44476959>

44 Bot or not: who are the followers of our candidates for president? InternetLab. 2018 <https://internetlab.org.br/en/news/bot-or-not-who-are-the-followers-of-our-candidates-for-president/>

5.6. Deficientes marcos regulatorios electorales y datos personales en Internet

En el contexto de la publicidad política o propaganda electoral, se utilizan técnicas de segmentación para dirigir anuncios personalizados a personas o grupos específicos y aumentar la visibilidad de los mismos. Sin embargo, el abuso en el uso de los datos personales y la micro- segmentación plantean amenazas para la equidad, la transparencia y el derecho a recibir información objetiva en los procesos electorales. Las plataformas digitales recopilan datos personales de los usuarios para llevar a cabo la micro- segmentación, que puede ser utilizada para difundir desinformación y crear cámaras de eco, afectando negativamente los derechos de la ciudadanía, como la libertad de opinión, acceso a la información y la capacidad de tomar decisiones políticas.

El uso de macrodatos⁴⁵ desempeña un papel crucial en la segmentación de la propaganda electoral. Las plataformas de redes sociales y otros proveedores de servicios digitales recopilan datos personales para realizar la micro- segmentación, identificando los intereses y preferencias de las personas usuarias.

Con el objetivo de crear un entorno digital más seguro y justo, el Parlamento Europeo adoptó la Ley de Servicios Digitales (DSA) y la Ley de Mercados Digitales⁴⁶ en 2022. Siguiendo esta línea, el Parlamento Europeo está discutiendo la regulación de la publicidad política donde se pretende prohibir las técnicas de segmentación y amplificación que impliquen el tratamiento de datos personales sensibles enumerados en el artículo 9, apartado 1, del Reglamento general de protección de datos (RGPD). Se prohibiría el uso de datos sensibles con fines de segmentación y entrega de anuncios, y los datos no sensibles solo podrían utilizarse si el interesado ha dado su consentimiento explícito únicamente a efectos de publicidad política en línea y con sujeción a estrictas limitaciones (Parlamento Europeo, 2023).

En América Latina, las normativas de protección integral de Datos Personales también tienen limitaciones para evitar abusos de micro- segmentación de las personas usuarias. Sin embargo hay algunos esfuerzos. En Colombia, la autoridad nacional de protección de datos personales ha realizado diversas acciones tendientes a garantizar el respeto de la regulación sobre recolección, uso y tratamiento de datos en campañas políticas. En Brasil, se destaca el trabajo conjunto entre la autoridad de protección de datos y la autoridad electoral: En el 2021, nació un documento de buenas prácticas respecto al uso de datos, cuyos principales puntos están dedicados al uso de datos que pueden obtenerse públicamente y al fenómeno de venta, compra o cesión de bases de datos⁴⁷.

Un estudio realizado por TEDIC evidencia que tanto la actual normativa que protege los datos personales y normas electorales son insuficientes para los nuevos escenarios de desinformación en Paraguay. Así, se denuncia que la agencia que regula las campañas políticas, el Tribunal Superior de Justicia Electoral (TJSE), no tiene la autoridad para sancionar el uso ilegal de datos personales en elecciones⁴⁸.

45 El análisis de macrodatos hace referencia a los métodos, herramientas y aplicaciones que se utilizan para recopilar, procesar y derivar conclusiones de una amplia variedad de conjuntos de datos de gran volumen y alta velocidad.

46 La Ley de Mercados Digitales y la Ley de Servicios digitales, explicadas. Actualizado Mayo 2023. <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/priorities/transformacion-digital/20211209STO19124/la-ley-de-mercados-digitales-y-la-ley-de-servicios-digitales-explicadas>

47 El Foro de la Sociedad Civil de la Red Iberoamericana de Protección de Datos (FSC) realizó el webinar “Protección de datos y elecciones”. FSC. Setiembre 2022. <https://sociedadcivilripd.org/el-fsc-realizo-un-webinario-sobre-uso-de-datos-personales-en-elecciones%EF%BF%BC/>

48 Habeas Data y afiliaciones fraudulentas por uso indebido de datos personales en el padrón electoral de Paraguay. TEDIC. 2022 <https://www.tedic.org/habeas-data-y-afiliaciones-fraudulentas-por-uso-indebido-de-datos-personales-en-el-padrón-electoral-de-paraguay-estudio-exploratorio/>

Paraguay aún no cuenta con una ley de protección integral de protección de datos personales. Esto deja un vacío legal importante, ya que permite el uso de datos obtenidos de fuentes de acceso público sin el consentimiento del titular⁴⁹. Por otro lado el código electoral paraguayo, no contempla el fenómeno actual de interacción, agregación y perfilación en redes sociales con fines políticos en elecciones. Aunque la ley sí tiene previsiones que favorecen un control sobre la prestación de servicios de agencias de publicidad en general, también hay vacíos en la regulación de la publicidad electoral en medios digitales. Esto oculta los gastos realizados por las agrupaciones políticas y crea la necesidad de actualizar y conciliar las regulaciones sobre reforma electoral, protección de datos personales y acceso a la información pública con las que se refieren al financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales.

5.7. Falta de políticas de educación digital y ciberseguridad

En tiempos electorales, la ciberseguridad es fundamental para garantizar la transparencia y la integridad de los procesos democráticos. La desinformación en línea y las amenazas cibernéticas pueden afectar gravemente la capacidad de la ciudadanía para tomar decisiones informadas en las elecciones.

La UNESCO hizo un aporte a esta discusión con la publicación de sus 5 leyes sobre la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI)⁵⁰, donde se considera como uno de los requisitos más importantes a la alfabetización mediática, para fomentar el acceso equitativo a la información y al conocimiento, y para promover medios de comunicación y sistemas de información libres, independientes y pluralistas. Dicho de otra manera, “contra la información falsa, espíritu crítico”.

La falta de educación digital puede hacer que las personas no sepan cómo proteger sus sistemas o detectar posibles amenazas. La falta de educación digital y la falta de conocimiento de las técnicas de propaganda y desinformación son factores importantes que contribuyen a la efectividad de las campañas de desinformación. Es decir, las personas votantes que no tienen la capacidad de detectar noticias falsas o manipulaciones en línea son más susceptibles a ser influenciadas por estas campañas⁵¹.

En Paraguay, existe un importante esfuerzo de las instituciones del Estado en mitigar la desinformación con más información, además de evidenciar los efectos de la manipulación de la información⁵². Sin embargo, tal enfoque no es suficiente si no se aborda desde los planes educativos del nivel primario, secundario y terciario y sobre cómo desarrollar el pensamiento crítico para poder identificar la desinformación y sus efectos en información de interés público en sociedades democráticas. Sin política públicas en educación digital y ciberseguridad basadas en la evidencia, se seguirá perpetuando la polarización y los sesgos de confirmación y mayor violencia⁵³.

49 Campaña sobre la necesidad de una ley de protección de datos en Paraguay. TEDIC. 2022 <https://www.tedic.org/campana-mis-datos-mis-derechos/>

50 Contra la información falsa espíritu crítico. UNESCO. 2017 <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-espiritu-critico>

51 Aquí uno de los ejemplos que circulaban en Telegram sobre la articulación golpista en Brasil a comienzo de los 2023: <https://desinformante.com.br/atos-antidemocraticos-redes-sociais/>

52 Campaña de MITIC <https://www.mitic.gov.py/noticias/mitic-y-pnud-presentan-iniciativa-chake-fake-news>

53 Aspectos positivos y negativos del Plan de Ciberseguridad en Paraguay. TEDIC. 2017 <https://www.tedic.org/aspecto-positivos-y-negativos-del-plan-de-ciberseguridad-en-paraguay/>

Los planes de ciberseguridad pueden ser aliados efectivos para mitigar la desinformación al establecer medidas y controles para proteger la integridad de la información de interés público, detectar tempranamente la desinformación para aplicar campañas de concientización, proteger la privacidad de las personas y evitar que sus datos sean utilizados de manera malintencionada en la creación y distribución de desinformación, así como para realizar planes de alfabetización digital inclusiva para todas las personas usuarias y organizaciones con perspectiva de género⁵⁴.

5.8. Violencia digital de género

La tecnología no es neutral, porque es creada, diseñada y desarrollada por seres humanos que tienen sus propias perspectivas y sesgos. La tecnología es una herramienta que puede ser utilizada tanto para el bien como para el mal, pero su impacto en la desinformación depende en gran medida de cómo se utiliza y se diseña. La mayoría de las aplicaciones que se usan, los contenidos que se leen o ven en Internet están hechos por hombres blancos, heteros, cisgénero, que hablan principalmente inglés y pertenecen al norte global. Por lo general, ellos copan los espacios donde además se toman decisiones sobre el futuro de esta tecnología y esto tiene un impacto importante en la vida de las mujeres y minorías.

Es decir, la tecnología no es neutral ya que reproduce las violencias sistémicas asociadas con un modelo de mundo conservador y capitalista. Los prejuicios sistémicos de género, raza, clase social, lenguaje, así como otras interseccionalidades y las financiaciones a las grandes industrias tecnológicas surgen en el norte global y son replicados en el sur global. Como resultado, una parte de la población se ve afectada por la desinformación debido a su papel de género en la sociedad y la desigualdad en el acceso, uso y construcción de tecnología (Sequera, 2017).

Para abordar el problema de la desinformación, se necesitan políticas públicas de inclusión que reduzcan la brecha digital de género, planes de ciberseguridad con perspectiva de género y una educación digital inclusiva. Sin estos enfoques, la desinformación seguirá siendo un problema difícil de resolver y continuará afectando a aquellos que ya están en desventaja en la sociedad.

Por otro lado, la violencia de género como acoso online, extorsión, difusión de imagen íntima no consentida y discurso del odio afecta a especialmente a mujeres y minorías⁵⁵. Esto impacta directamente en su forma de ejercer plenamente sus derechos en el espacio en línea. En particular, las mujeres en política son víctimas de campañas de desinformación y odio que erosionan las instituciones democráticas y obstaculizan el progreso de los derechos de las mujeres. Para solucionar este problema, se necesita que los gobiernos, la sociedad civil, la filantropía y cooperación internacional demanden responsabilidad a las plataformas digitales y apoyen soluciones coordinadas que se centren en las experiencias de las mujeres líderes en la lucha por la democracia y los derechos humanos. Las plataformas digitales deben ser reguladas y deben asignarse recursos para abordar el impacto dañino de sus productos. Si no se actúa con urgencia, la democracia y los derechos humanos estarán en peligro (Lucina Di Meco, 2023).

54 Buscando a las mujeres en el Plan Nacional de Ciberseguridad. TEDIC. 2017 <https://www.tedic.org/buscando-a-las-mujeres-en-el-plan-nacional-de-ciberseguridad/>

55 Campaña contra la violencia digital de género. TEDIC <https://violenciadigital.tedic.org/es/>

5.9. Neutralidad en la red: zero rating

Uno de los factores que contribuyen a la desinformación y que a simple vista parece tener buenas intenciones es el zero rating de las proveedoras de Internet.

Las prácticas zero-rating (tasa cero), son prácticas de las proveedoras de telefonía e Internet para ofrecer servicios de forma gratuita. El acceso gratuito a las plataformas Facebook o WhatsApp que predominan en el mercado pueden ser consideradas prácticas de competencia desleal, monopólicas y contrarias a la neutralidad de la red en Paraguay⁵⁶ y muchos países de América Latina⁵⁷.

En el 2016, TEDIC junto a otras organizaciones de la región liderados por la Fundación Karisma, lanzó una investigación sobre el acceso a Internet. Y entre los hallazgos encontrados fue que todas las proveedoras de servicio de telefonía móvil aplican una modalidad de zero-rating favoreciendo a ciertas aplicaciones del mercado (Fundación Karisma, 2016).

Las barreras que enfrentan las mujeres y grupos vulnerables a la hora de acceder a Internet son numerosas, incluyendo limitaciones tanto en términos de tiempo como de recursos financieros. Muchas no cuentan con capacidad de pago de planes de tarifas plenas a Internet y solo se conectan a través de las promociones de zero rating. Esto limita el desarrollo de habilidades tecnológicas y de acceso (Fundación Karisma, 2016).

Es decir, en el análisis de las campañas de desinformación es importante tener en cuenta factores como los servicios zero-rating y la falta de acceso a Internet fuera de las aplicaciones más populares. Estos son factores que contribuyen a las “cámaras de eco” mediante las que se distribuye y consume la desinformación y limitan la posibilidad de elegir qué aplicaciones o páginas web la persona usuaria elige para informarse.

5.10. Propiedad intelectual

La propiedad intelectual puede afectar la lucha contra la desinformación en Internet porque puede limitar la capacidad de las personas para acceder a información precisa y verificable. Las leyes de propiedad intelectual, como los derechos de autor y las patentes, pueden ser utilizadas por las personas propietarias de información para restringir el acceso a la misma o para exigir un pago por su uso. Esto puede hacer que sea más difícil acceder a la información que las personas necesitan para verificar la veracidad de las noticias o para encontrar fuentes alternativas que puedan ofrecer diferentes perspectivas. Además, la propiedad intelectual puede utilizarse para proteger el contenido falso y engañoso, lo que dificulta aún más la tarea de combatir la desinformación (Nicola Lucchi et al., 2021).

Por otra parte, la falta de contenido local y relevante en los países de América Latina puede hacer que las personas usuarias se vuelvan más propensas a la desinformación y la propaganda, ya que no tienen acceso a fuentes de información confiables. Por lo tanto, es importante encontrar un equilibrio entre la protección de la propiedad intelectual y la promoción del acceso a información precisa y verificable para luchar contra la desinformación en Internet.

56 Zero rating es una forma de precarizar internet. TEDIC. 2018 <https://www.tedic.org/zero-rating-es-una-forma-de-precarizar-internet/>

57 WhatsApp: The Widespread Use of WhatsApp in Political Campaigning in the Global South. Tactical Tech Collective. 2016 <https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/whatsapp>

Las redes sociales a menudo utilizan herramientas de moderación de contenido para eliminar publicaciones que infringen la propiedad intelectual de terceros, como el uso no autorizado de música, imágenes o contenidos protegidos por los derechos de autor. Si bien esto puede ser necesario para proteger los derechos de propiedad intelectual, también puede tener un efecto limitante en la libre circulación de información veraz y la diversidad de opiniones en línea, conllevando a la desinformación.

Además, la aplicación inconsistente de las normas comunitarias de las empresas sobre propiedad intelectual tienen problemas serios en la aplicación de principios de debido proceso e impacta desigualmente en el acceso a la información en diferentes regiones del mundo (Marina Pita, 2022).

Uno de los casos controversiales más actuales que se relaciona con la propiedad intelectual y que puede traer graves consecuencias a la libertad de expresión, el acceso a la información legítima y de interés público es el caso Eliminalia.

Esta empresa se dedica a eliminar información y contenido en línea de internet, y se ha visto envuelta en diversas controversias relacionadas con su metodología y prácticas. La empresa ha sido acusada de utilizar técnicas dudosas para eliminar información, incluyendo el uso de falsas identidades y solicitudes engañosas para que se elimine información, por su práctica de utilizar el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea para solicitar la eliminación de información que considera perjudicial para sus clientes y utilizado reclamaciones de propiedad intelectual para eliminar información de sus clientes de internet. La empresa habría presentado supuestas infracciones de derechos de autor para borrar contenido incómodo para sus clientes, utilizando un vacío legal en la ley de propiedad intelectual que permite la eliminación inmediata del contenido supuestamente infractor sin necesidad de que se haya llevado a cabo una investigación exhaustiva⁵⁸.

En el contexto de la reputación de las personas públicas, la eliminación de información relevante puede tener graves consecuencias para la libertad de expresión y el derecho del público a estar informado. Es decir, eliminar información de interés público y legítimo trae consecuencias como la desinformación, la memoria histórica y también puede afectar la confianza en el proceso electoral y la democracia.

58 Eliminalia: su nombre lo dice todo. Armando.Info 2023 <https://armando.info/eliminalia-su-nombre-lo-dice-todo/>

6. DESINFORMACIÓN EN ELECCIONES

Si bien a estas alturas ya se tiene una idea de cómo se ha desarrollado la desinformación por Internet, es importante agregar ciertos elementos contextuales del análisis, de manera de entender por qué este fenómeno se ha vuelto popular en los períodos electorales en Occidente.

A lo largo de la historia, la desinformación y la propaganda durante las elecciones siempre se han valido de la divulgación de información falsa, sesgada o recortada, lo que ha sido instrumental para el auge del populismo y los medios sensacionalistas. Con la llegada de la tecnología, estos efectos se han extendido a una escala global y las redes sociales han permitido que cualquier persona participe en la difusión de información. Sin embargo, su impacto no se limita a la manipulación; en cambio, las redes sociales contribuyen a crear un clima de suspicacia generalizada. A pesar que la desinformación y los trolls han disminuido a medida que las plataformas han depurado sus cuentas y los verificadores han revisado más el discurso público, la confianza institucional no ha mejorado y los grupos fanatizados han evitado las restricciones y han reforzado sus extremismos. Pero no es solo de ellos la resistencia a revisar sus posiciones. Esto se observa también entre los grupos informados (Adriana Amado, 2021).

El director regional de IDEA Internacional para América Latina y el Caribe, el politólogo y jurista Daniel Zovatto, intenta ofrecer una explicación al fenómeno actual. En todo el mundo, hay una profunda crisis de representación, lo que lleva a importantes sectores de la sociedad a sentir que sus líderes no los representan adecuadamente ni los protegen. Como resultado, los partidos políticos están en crisis y la credibilidad y la confianza en los gobiernos están en declive. La indignación hacia la política y las élites locales se está propagando, creando un terreno fértil para la proliferación de noticias falsas, lo que a su vez favorece a los candidatos antisistema. Por lo tanto, el problema no radica en las redes sociales, sino en las causas estructurales que generan este terreno fértil para la desinformación y la manipulación (Laura Serra, 2018).

Por su parte, la periodista Applebaum, en una entrevista a The Atlantic⁵⁹, compartió su preocupación sobre las teorías de conspiración que afectan a la legitimidad de las instituciones y el interés público. En el 2011, un 30% de la población estadounidense creyó en la teoría de conspiración sobre el entonces presidente de EEUU Barack Obama y que planteaba que el mismo había nacido en Kenia⁶⁰, lo que apuntaba a erosionar su legitimidad para ocupar el cargo. Eso significó para esa parte de la población que la Casa Blanca, el Congreso, el FBI, la CIA y los medios les estaba mintiendo a todos y que estaban cometiendo actos ilegítimos. Applebaum afirma también que lo preocupante de este tipo de teorías de conspiración es que cuando se conecta y es aceptada por la población haciendo eco de sus miedos, entonces puedes socavar la confianza de las personas en la democracia.

Algunas de estos escenarios se observaron durante las elecciones del 2016 de los EEUU, una noticia falsa se difundió a través de Facebook en la que se afirmaba que el Papa Francisco había respaldado públicamente a Donald Trump, lo que generó mucha atención. La noticia falsa recibió un total de 960,000 interacciones en la plataforma, lo que la convirtió en la noticia más popular en términos de comentarios, reacciones y compartidos, superando a cualquier otra noticia verdadera sobre las elecciones⁶¹.

59 Anne Applebaum: Social Media Made Spreading Disinformation Easy. The Atlantic. 2022 <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/04/russian-disinformation-social-media-propaganda/629497/>

60 Trump rectifica: "Barack Obama nació en Estados Unidos. Punto". El País, 2016 https://elpais.com/internacional/2016/09/16/actualidad/1474013911_339138.html

61 Obama Reckons With a Trump Presidency, The New Yorker. 2016 <https://www.newyorker.com/magazine/2016/11/28/obama-reckons-with-a-trump-presidency>

En ese mismo año circulaba una información falsa sobre un restaurante de pizza llamado Comet Ping Pong que estaba dirigido por Hillary Clinton y se utilizaba para el abuso infantil. Esta noticia llevó a un hombre a investigar el círculo y finalmente a disparar un rifle de asalto dentro del restaurante⁶². Además, Facebook reveló que una operación, posiblemente basada en Rusia, gastó \$100,000 en miles de anuncios en los EE. UU. durante dos años que incluyeron las elecciones⁶³. Según una investigación de The New York Times y la empresa de seguridad cibernética FireEye, los operadores rusos crearon perfiles falsos de Facebook y Twitter de “estadounidenses” y utilizaron bots de Twitter para publicar mensajes “anti-Clinton”⁶⁴.

En marzo de 2018, un informante filtró información a The Observer, The New York Times y Channel 4 News⁶⁵ sobre el uso de datos masivos de usuarios de Facebook por parte de Cambridge Analytica, una empresa especializada en perfiles psicológicos y mensajes políticos micro-dirigidos, y un académico de psicología de la Universidad de Cambridge. La compañía utilizó estos datos para direccionarse a grupos específicos de votantes antes de las elecciones presidenciales de 2016 en EE.UU. Según los informes de Channel 4, los ejecutivos de la compañía se jactaron de usar sus datos para la propaganda y la desinformación. Steve Bannon fue el vicepresidente de la compañía hasta que se fue para liderar la campaña electoral de Donald Trump en 2016. Según el denunciante de Cambridge Analytica, la compañía también “hizo trampa” en el voto Brexit en 2017 y se presume que la compañía trabajó en más de 200 elecciones internacionales, incluidas Argentina, Nigeria, Kenia, India y la República Checa⁶⁶. La compañía se cerró después de que se revelaran estos hechos.

En 2016, Andrés Sepúlveda, un hacker de Colombia, afirmó en una entrevista con Bloomberg que había intervenido en varios procesos electorales en América Latina. Según Sepúlveda, fue contratado para interrumpir y manipular los resultados de las elecciones presidenciales en nueve países, incluyendo México, Nicaragua, Panamá, Honduras, El Salvador, Colombia, Costa Rica, Guatemala y Venezuela entre los años 2006 y 2014. Sepúlveda también admitió haber dirigido un equipo de hackers que “robó estrategias de campaña, manipuló las redes sociales para crear falsos sentimientos de entusiasmo y ridiculización, e instaló spyware en las oficinas de la oposición” durante las elecciones presidenciales de 2012 en México. Actualmente, Sepúlveda está cumpliendo una sentencia de 10 años por cargos similares durante las elecciones de 2014 en Colombia⁶⁷.

En México en el 2018, se armó un grupo de más de 80 medios que creó una iniciativa conjunta denominada Verificado 2018⁶⁸ para desmentir memes e historias virales que contienen información errónea potencialmente perjudicial. Se trata de la mayor iniciativa de colaboración de este tipo en América Latina, con asociados financieros representantes de fundaciones, el mundo académico y la sociedad civil.

62 N.C. man told police he went to D.C. pizzeria with gun to investigate conspiracy theory, The Washington Post. 2016 <https://www.washingtonpost.com/news/local/wp/2016/12/04/d-c-police-respond-to-report-of-a-man-with-a-gun-at-comet-ping-pong-restaurant/>

63 Facebook says likely Russian-based operation funded U.S. ads with political message. Reuters. 2017 <https://www.reuters.com/article/us-facebook-propaganda/facebook-says-likely-russian-based-operation-funded-u-s-ads-with-political-message-idUSKCN1BH2VX>

64 The Fake Americans Russia Created to Influence the Election, The New York. 2017 <https://www.nytimes.com/2017/09/07/us/politics/russia-facebook-twitter-election.html>

65 Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. 2018 <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far>

66 Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, The New Yorker. 2018 <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vot>

67 How to Hack an Election. Bloomberg. 2016 <https://www.bloomberg.com/features/2016-how-to-hack-an-election/>

68 <https://verificado.mx/>

También, durante las elecciones del 2021 en México, Artículo 19 publicó sobre un conjunto de páginas con publicidad pagada, disfrazadas de portales noticiosos, la empresa de relaciones públicas Wish & Win apuntaló información engañosa y editorializada en internet, con el fin de incidir en los comicios de gubernaturas, alcaldías y diputaciones federales (Juan Gómez, 2022).

En esa misma línea se encuentra una situación similar en las elecciones en el 2018 en Colombia, donde circularon muchas cadenas en WhatsApp con información falsa como que, durante las jornadas electorales, los votantes podían solicitar un tarjetón para la consulta anticorrupción o para votar en contra del maltrato animal⁶⁹.

Por otro lado, el investigador Carles Pont cree que es un error creer que la ciudadanía solo se guía por la información en las redes sociales al momento de votar. Las personas expertas sugieren que existe una fusión y diversificación en la forma en que se accede a la información, lo que disminuye la influencia de la desinformación en las redes. En su mayoría, las personas se informan a través de la televisión, utilizando las redes sociales como complemento, y otorgan mayor credibilidad a los medios de comunicación tradicionales como punto central de las discusiones en las redes.⁷⁰ Como un ejemplo, la encuesta de usabilidad de máquinas de votación electrónica, desarrollada por TEDIC en las municipales de 2021, evidencia que 58,7% de votantes en Asunción se informó sobre que iba a votar con máquinas de votación electrónica mediante la televisión y versus un 47,4 % vía redes sociales (Carrillo et al, 2022).

En esa misma línea, la investigación de InternetLab de Brasil sobre la desinformación en WhatsApp durante las elecciones concluye que aún no se ha confirmado una relación directa entre la recepción de mensajes de desinformación a través de la aplicación de mensajería y la manipulación del voto de la gente (Francisco Brito Cruz et al., 2020).

En las elecciones de Paraguay en 2023, se observó una gran cantidad de información falsa y engañosa que se propagó ampliamente, especialmente a través de grupos de mensajería con autorías anónimas, tales como mensajes o fotos manipuladas con discurso violento a candidatas mujeres⁷¹ o incluso adquisiciones de nombres de dominios similares a los periódicos nacionales como fue el caso de Abc Color⁷².

También se pudo apreciar la participación de los medios de comunicación en la difusión de este tipo de contenidos de forma engañosa y falsa. Tal fue el caso sobre la “repentina” prohibición de las publicaciones de las bocas de urnas publicado por el medio digital GEN y verificado como falsa por parte del medio digital El Surti⁷³. En esa misma línea, se observa que el medio la Nación publicó que Infobae apoyaba al candidato a presidente Santiago Peña, sin embargo fue desmentido por el Surti⁷⁴. Así tam-

69 Estos son los falsos tarjetones que circularon en la jornada electoral. El Tiempo. 2018. <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/falsos-tarjetones-que-han-circulado-en-las-jornadas-electorales-222370>

70 Las guerras de la era de la desinformación. La Vanguardia. 2018 <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180429/443014307399/guerra-desinformacion-hibrida-fria-fake-news-ruisa.html>

71 Las principales víctimas de discursos de odio son mujeres que se candidatán a cargos electivos. Verificación de la Precisa – El Surti. Abril 2023 <https://twitter.com/eslaprecisa/status/1651698009007173632>

72 Crearon un dominio “impersonificando” (suplantación o copia) a @ABCDigital para distribuir desinformación. Marcelo Elizeche. Abril 2023. <https://twitter.com/melizeche/status/1652027022497988608>

73 El medio cartista GEN calificó de “repentina” la prohibición del TSJE de publicar bocas de urna durante el horario de votación. Sostiene que sucedió “ahora”. Verificación de la Precisa – El Surti. Abril 2023 <https://twitter.com/eslaprecisa/status/1652715094734778372?cxt=HHwWiMC9iennz-8tAAAA>

74 La Nación publica sobre el apoyo de Infobae a la candidatura de Santiago Peña. Verificación de la Precisa – El Surti. Abril 2023 <https://twitter.com/eslaprecisa/status/1638985893213253633>

bién, El Surti demostró cómo los medios del grupo Cartes pautaron para desprestigiar a candidatos opositores al partido Colorado⁷⁵.

También se identificaron difusiones de información no contrastada, tales como el caso de la plataforma “En la Tecla Py” que relata un supuesto plan de sabotaje informático a las máquinas de votación por parte de unos hackers extranjeros que ingresaron al país semanas antes de las elecciones⁷⁶.

Así también, destacaron las campañas de desinformación sobre el fraude electoral a través de las máquinas de votación. Aunque la opacidad absoluta de los sistemas de voto electrónico permite construir hipótesis plausibles de fraude, es importante abordarlo en otros momentos para acompañar una real reforma electoral⁷⁷ y evitar violentas manifestaciones que se vivieron en mayo del 2023⁷⁸. Por último, existieron dudas sobre la veracidad del video del ex candidato presidencial Payo Cubas que supuestamente fue obligado a grabar un video desde la Agrupación Especializada de la Policía Nacional para parar las manifestaciones en las calles y que ciertas personalidades atribuyeron como videos falsos realizados por inteligencia artificial⁷⁹.

75 Campaña a favor de Santiago Peña pautó desinformación electoral en Facebook.El Surti. Abril 2023 <https://elsurti.com/chequeo/2023/04/27/campana-a-favor-de-santiago-pena-pauto-desinformacion-electoral-en-facebook/>

76 En la Tecla Py. Texto: ONG para controlar... y ¿hackers para descontrolar?. 2023 <https://twitter.com/EnlaTeclaPY/status/1645791630467956736>

77 Ante denuncias de fraude electoral: Más transparencia y participación ciudadana. TEDIC. Mayo 2023 <https://www.tedic.org/ante-denuncias-de-fraude-electoral-mas-transparencia-y-participacion-ciudadana/>

78 80 detenidos tras las protestas de los seguidores de Payo. Página 12. Mayo 2023. <https://www.pagina12.com.ar/545555-paraguay-80-detenido-tras-las-protestas-de-seguidores-de-payo>

79 Dudas sobre el video de Payo. El Nacional. Mayo 2023. <https://www.elnacional.com.py/politica/2023/05/16/dudas-sobre-video-de-payo-obligado-a-grabar-o-hecho-por-inteligencia-artificial/>

7. UN ABORDAJE DE MULTISECTOR PARA ENFRENTAR LA DESINFORMACIÓN

7.1. El rol de Estado

En el contexto de desinformación y elecciones, el rol del Estado es fundamental y urgente para proteger la integridad de los procesos democráticos y luchar contra la desinformación.

En primer lugar, es importante que el Estado asuma la responsabilidad de garantizar la transparencia y la veracidad de la información que se comparte durante los procesos electorales. Para ello, debe establecer normas y regulaciones claras que promuevan la transparencia en la publicidad política y la protección de los datos personales de la ciudadanía. Esto implica, por ejemplo, la obligación de los partidos políticos, candidatos y candidatas de identificarse claramente en sus anuncios y publicaciones en línea, y de proporcionar información precisa y verificable sobre sus programas y propuestas.

Además, el Estado debe invertir en programas de alfabetización digital y en la educación ciudadana para combatir la desinformación. Muchas personas son vulnerables a la desinformación porque no tienen las habilidades necesarias para distinguir entre información verdadera y falsa en línea. Esto se debe en parte a la falta de educación digital y la falta de conciencia sobre los riesgos y amenazas de la era digital. Por lo tanto, es importante que el Estado promueva la educación digital desde la educación primaria, secundaria y terciaria, y que ofrezca programas de capacitación y concienciación para las personas de todas las edades.

Otro aspecto clave del papel del Estado en la lucha contra la desinformación es la colaboración con empresas y organizaciones de la sociedad civil. Las empresas de redes sociales y los proveedores de servicios en línea tienen un papel importante que desempeñar en la prevención y la eliminación de contenido falso y engañoso. Por ello, es fundamental que el Estado trabaje con estas empresas para establecer regulaciones y normas claras, y para garantizar que las redes sociales, aplicaciones de mensajería y los proveedores de servicios en línea implementen medidas efectivas para combatir la desinformación. La colaboración con organizaciones de la sociedad civil, como los grupos de verificación de hechos y las iniciativas de monitoreo de redes sociales, también puede ser importante para mejorar la transparencia y la precisión de la información durante los procesos electorales.

En ese sentido, se reconoce el gran esfuerzo que están realizando las instituciones y agencias públicas electorales para mitigar la desinformación durante las elecciones. Algunas de las respuestas institucionales sobre la desinformación en elecciones fueron:

En la Unión Europea se busca regular la publicidad política, sobre la base de la Ley de Servicios Digitales. La propuesta impondría obligaciones a los proveedores de servicios de publicidad política. Los anuncios políticos tendrían que etiquetarse como tales para distinguirlos del contenido editorial e ir acompañados de determinada información y un aviso de transparencia, haciendo referencia a la identidad y los datos de contacto del patrocinador, el período de publicación y los importes gastados y sus fuentes. El informe prevé la creación de un repositorio europeo de anuncios políticos en línea, gestionado por la Comisión, que incluya todos los anuncios políticos en línea y la información facilitada en sus avisos de transparencia (Parlamento Europeo, 2023).

La falta de transparencia en el origen de los anuncios políticos puede llevar a que a las personas recibieran información incorrecta o desconozcan quién está detrás del contenido. Esto puede permitir que entidades extranjeras influyan en las elecciones bajo una apariencia neutral. Además, la falta de reglas comunes y el alcance transfronterizo en la publicidad política puede generar desventajas, perjudicando la equidad y la igualdad de oportunidades, especialmente durante los procesos electorales. Las reglas tradicionales son ineficaces en el ámbito en línea, donde estas tecnologías y herramientas brindan oportunidades para influir y dirigirse a los votantes, lo que hace difícil su aplicación y cumplimiento. La manipulación de la micro-segmentación de los datos personales agrava estas situaciones de desventaja y afecta a la igualdad de oportunidades.

Por otro lado, durante las elecciones de 2019 en Argentina, la Cámara Nacional Electoral tuvo un papel destacado en la lucha contra la desinformación. Para ello, estableció alianzas con 13 empresas y medios y tomó medidas para aumentar la transparencia en las cuentas oficiales de los candidatos y partidos, así como en la publicidad y financiación de la campaña electoral⁸⁰.

En las elecciones del 2022 de Brasil, el Tribunal Superior Electoral crea el Frente Nacional de Enfrentamiento a la Desinformación (FRENTE), que integra voluntariamente a funcionarios electorales en la ejecución de acciones contra la propagación de información falsa; y la creación del Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones. (TSE, 2021) Y como segundo paso se alía con las grandes plataformas de Internet para frenar la circulación de las noticias falsas. Por ejemplo con el grupo META se desarrolló estrategias exclusivamente para Facebook e Instagram. Según señaló la gerente de políticas públicas de Meta en Brasil: “La empresa elimina las noticias falsas que desalientan o interfieren en la votación o podrían dañar a personas en el mundo offline. Pero nuestro enfoque hacia la desinformación es marcar el contenido como falso y reducir su distribución. Entendemos que no debemos ser árbitros de la verdad”⁸¹.

La compañía reveló que desde que empezó la campaña electoral brasileña y hasta el asalto —casi cinco meses— eliminaron un millón de contenidos de Facebook y casi otro tanto de Instagram por incitar a la violencia, incluidos llamamientos a una intervención militar⁸².

También colaboraron con cuatro agencias de verificación que analizaron los post sospechosos, denunciados por usuarios, las autoridades electorales o detectados mediante inteligencia artificial. Si los verificadores determinaban que el contenido es falso, Meta limitaba su alcance, evitando la posibilidad de pagarlo para su promoción. Añadía también un filtro gráfico para advertir sobre su falsedad.

Con relación a las apps de mensajería, se logró que Whatsapp evitara los envíos de mensajes en masa. Con Telegram se suspendieron canales de super grupos tales como “B38 oficial”, que con 67.000 miembros se presenta como “el mayor grupo de apoyo a Bolsonaro en Brasil”. Mientras los comentarios del canal de Telegram de Lula estuvieron suspendidos porque alguien había publicado pornografía⁸³.

80 Acuerdan “combatir la desinformación en las redes sociales” en los comicios. TELAM. 2019 <https://www.telam.com.ar/notas/201905/362445-acuerdo-para-combatir-la-desinformacion-en-las-redes-sociales-durante-las-elecciones.html>

81 La ardua batalla contra la desinformación electoral en un Brasil enganchado a Internet. El País. 2022 <https://elpais.com/internacional/2022-06-02/la-ardua-batalla-contra-la-desinformacion-electoral-en-un-brasil-enganchado-a-internet.html>

82 Brasil laboratorio del combate global contra la desinformación. El País. Marzo 2023. <https://elpais.com/internacional/2023-03-06/brasil-laboratorio-del-combate-global-contra-la-desinformacion.html>

83 Idem 61.

En contraste, también se destaca el proyecto de ley de Brasil: Ley 2.630 de 2020 (PL 2623) que crea la ley brasilera sobre libertades, responsabilidades y transparencia en Internet. Esta normativa es considerada por defensores de la libertad de expresión y organizaciones de derechos digitales como peligrosa y controversial si se sigue pensando en una regulación estatal que definirá qué es desinformación o qué es verdad⁸⁴.

Como se observa, para mitigar la desinformación, algunos Estados se enfocan principalmente en castigar a los autores de la misma y atribuir responsabilidad a quienes facilitan su difusión. En ese sentido, también ponen su foco en la responsabilidad de intermediarios buscando que estos implementen diversas técnicas, medidas e instrumentos para abordar este fenómeno.

Una investigación de Al Sur, agrega un nuevo foco aún no abordado en el ecosistema de la desinformación en Internet: las responsabilidades especiales de los funcionarios públicos y candidatos a cargos públicos. La conclusión a la que se llega es que estas personas tienen la obligación de decir la verdad en su discurso público y expresiones, y que esta lógica podría ser útil para encontrar nuevas soluciones a la difusión de desinformación y sus efectos negativos en el debate público (Al Sur, 2022).

El establecimiento de responsabilidades y obligaciones específicas para ciertas personas por sus funciones no constituye necesariamente una restricción ilegítima del derecho a la libertad de expresión. Además sugiere que los partidos políticos y otros actores políticos deben trabajar en mejorar la calidad del ecosistema de información y aumentar la confianza en las instituciones democráticas, así como abstenerse de utilizar tácticas de desinformación en campañas políticas, incluyendo el uso de herramientas encubiertas de manipulación de la opinión pública (OAS, UN, OSCE, ACHPR, 2021).

Por ejemplo, en Paraguay durante las elecciones presidenciales del 2023, personas que ocupan un cargo público como fue el Diputado Derlis Maidana difundió una información dudosa sobre unos 20 supuestos informáticos brasileños que ingresaron al país como “piratas electorales” para sabotear elecciones en el país⁸⁵.

Por tanto, es fundamental que la regulación logre establecer estándares y principios internacionales, sin vincularse a plataformas o tecnologías específicas, sino que pueda adaptarse a nuevas formas de intervención. La tarea de regular estas cuestiones implica un esfuerzo conjunto para encontrar soluciones que respeten los derechos de los usuarios y fomenten la transparencia y la rendición de cuentas por parte de los intermediarios. La complejidad de estas cuestiones también requiere una aproximación multidisciplinaria, que incluya a expertos en tecnología, derecho, género y derechos humanos, entre otras áreas, para encontrar soluciones efectivas y justas.

84 Regulación de plataformas en Brasil: necesidad, peligros y contradicciones. CELE. Mayo 2023. <https://observatoriolegislativocele.com/regulacion-de-plataformas-en-brasil-necesidad-peligros-y-contradicciones/>

85 Diputado denuncia ingreso irregular de “piratas electorales”. ADNdigital. Abril 2023. <https://www.adndigital.com.py/diputado-denuncia-ingreso-irregular-de-piratas-electorales/>

7.2. El rol de las empresas de internet

El avance de la tecnología ha tenido un gran impacto en la discusión sobre la responsabilidad de los intermediarios, relacionándolo con las consecuencias de moderar los contenidos para los derechos de las personas usuarias. Actualmente, las plataformas tienen habilidades de monitoreo de contenido interno mucho más avanzadas que hace una década. El desarrollo de algoritmos cada vez más complejos y oscuros para clasificar y difundir contenido en la comunidad plantea nuevos desafíos.

El crecimiento y la centralización del poder en un pequeño número de actores a nivel mundial han generado la necesidad de reconsiderar la función social y el impacto público individual y colectivo de los intermediarios, y no solo sus funciones o las capas en las que operan (Del Campo et al., 2021).

En primer lugar, las empresas de tecnología no deben ser responsables por el contenido de las personas usuarias. El principio jurídico conocido como “el buen samaritano digital” establece que las empresas de tecnología no son responsables del contenido que publican las personas usuarias, siempre y cuando estas empresas estén haciendo un esfuerzo razonable para eliminar contenido ilegal o dañino cuando se les notifica de su existencia. Este principio es importante porque protege la libertad de expresión y evita que las empresas tengan un control excesivo sobre lo que la gente puede decir en línea (Los principios de Santa Clara, 2022).

Los avances tecnológicos de los últimos años han llevado a un examen más profundo de la responsabilidad y rol de los intermediarios, no solo por el contenido de terceros, sino también por sus propios actos. El desarrollo de algoritmos, la priorización de contenidos, el cumplimiento de criterios de no discriminación y debido proceso, son algunos de los aspectos que se consideran al evaluar su responsabilidad. Además, la complejidad creciente de estas acciones hace que la regulación sea un desafío, lo que requiere la participación de diversas partes interesadas y expertos en el debate regulatorio.

En ese sentido, las empresas de tecnología deben trabajar en estrecha colaboración con las autoridades y organizaciones de la sociedad civil para combatir la desinformación. Esto puede incluir la promoción de campañas de concienciación y educación sobre cómo detectar la desinformación y cómo evitar compartirla. También pueden trabajar y apoyar económicamente a organizaciones especializadas en verificación de hechos para garantizar que el contenido compartido en sus plataformas sea preciso y esté respaldado por pruebas verificables.

Actualmente se está llevando una discusión a nivel global sobre la transparencia, rendición de cuenta y moderación de contenido en la UNESCO y con miras a producir una guía para los Estados. La regulación, la auto-regulación y co-regulación son las tres formas que se busca explorar en esta guía que busca mitigar los riesgos de la desinformación, la violencia digital, polarización del debate público así como promover las obligaciones de igualdad y no discriminación tanto hacia personas como contenidos⁸⁶.

86 Consulta de UNESCO sobre el marco regulatorio de plataformas digitales. TEDIC. 2022 <https://www.tedic.org/consulta-de-unesco-sobre-el-marco-regulatorio-de-plataformas-digitales/>

7.3. El rol de los medios de comunicación

En la actualidad, el periodismo está motivado a dar primicias y ahorrar recursos, pero tiene pocos incentivos para evitar errores, lo que lleva a algunos medios y periodistas a difundir información falsa, ya sea intencional o accidentalmente e incluso sin retractarse.

En un mundo lleno de información, sesgos y grupos identitarios, es esencial que el periodismo sea creíble, confiable y consistente. Según el profesor Ivor Gaber⁸⁷, las informaciones falsas han transformado el periodismo, ya que le plantean un serio desafío en la medida en que no siempre resulta evidente distinguir lo que hay en ellas de verdadero y falso. No obstante, los bulos e informaciones trucadas contribuyen al mismo tiempo a reforzar considerablemente el papel del periodismo. Si hay alguien capaz de denunciar la información falsa, son precisamente los periodistas, los periodistas responsables evidentemente. Gaber cree que a corto plazo esas informaciones falsas son como una espina clavada en el pie de los profesionales, pero a más largo plazo van a reforzar la legitimidad de su profesión y darles mayor peso en la sociedad.

Uno de los grandes desafíos que hoy encuentra el periodismo es mantener el rigor periodístico profesional de las noticias. Sin embargo, ante la aparición del periodismo ciudadano e influencers⁸⁸ que han aumentado en popularidad, existe un en peligro en los valores y rigor periodístico y que puede contribuir a la propagación de información errónea.

Otra preocupación que se suma es que en el contexto paraguayo y otros países de la región, existe una gran concentración de medios que tiene un impacto serio y directo en la calidad de la información que recibe la ciudadanía, así como en el aumento de la desinformación. La falta de diversidad en la propiedad de los medios significa que hay muy poca variedad en las voces y perspectivas que se presentan en los medios de comunicación. Esto puede llevar a la exclusión de ciertos temas, especialmente aquellos que no son del interés de los propietarios de los medios o son de conflicto de interés de los mismos⁸⁹. En este contexto, la desinformación puede florecer. Cuando hay poca variedad en las fuentes de noticias, las personas pueden estar expuestas a una sola perspectiva o incluso a noticias falsas o engañosas que se difunden a través de medios de comunicación de propiedad privada. La falta de diversidad también significa que hay menos espacio para el periodismo de investigación independiente que puede exponer la corrupción y otras formas de abuso de poder. En ese sentido, surgen varios desafíos a tener en cuenta ¿quién vigila a los vigilantes de la verdad? ¿Qué sucede si los medios utilizados para verificar la desinformación son ocupados por los mismos generadores de desinformación y se convierten en herramientas de censura? ¿Cómo la ciudadanía puede identificar la información adulterada?

87 Información falsa: La opinión de los periodistas. UNESCO. 2017 <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>

88 The World's Dream Job: The Careers People are Searching for the Most. Remitly. 2023. <https://www.remitly.com/gb/en/landing/dream-jobs-around-the-world>

89 Los propietarios de medios de comunicación más poderosos de Paraguay. Revista Plus. 2018 <https://www.revistaplus.com.py/2018/08/25/los-propietarios-de-medios-de-comunicacion-mas-poderosos-de-paraguay/>

7.4. El fact checking en el periodismo y sus limitaciones

El fact-checking, o verificación de hechos, es un proceso que se utiliza para confirmar o desmentir la veracidad de una afirmación o noticia en base a pruebas y evidencias. Consiste en verificar los datos, fuentes y pruebas presentadas en una afirmación y en compararlos con otras fuentes y pruebas disponibles para determinar si son exactos y confiables. El objetivo del fact-checking es proporcionar información precisa y confiable a la audiencia, y ayudar a prevenir la propagación de noticias falsas o engañosas (Vázquez-Herrero, J., Vizoso, A & López-García., 2019).

Aunque el fact-checking es una herramienta útil para detectar algunas noticias falsas, no es una solución completa para combatir su propagación en las redes sociales. No todas las noticias falsas pueden ser identificadas, y a menudo se distribuyen más rápidamente que las verificaciones.

Es necesario recurrir a la investigación profesional para encontrar y evaluar las evidencias que respaldan las afirmaciones. El periodismo profesional también es crucial, ya que se encarga de comunicar adecuadamente las noticias verificadas. Sin embargo, también se necesita mayor involucramiento de la población en la selección de información confiable. La metodología científica, que se utiliza en muchas áreas del conocimiento para responder preguntas, puede ser una herramienta útil para lograrlo.

Sin embargo, la verificación por parte de los medios tiene varias limitaciones tales como la subjetividad de los relatos y sus interpretaciones. El caso de Chequeado y Primereando las Noticias en Argentina ilustra algunos de los interrogantes que plantea el papel de los fact-checkers en el periodismo actual, como la definición de los límites de la verificación, la amplificación de los resultados del chequeo de datos y las medidas que deben pensarse frente a un chequeo negativo o falso. Además, la visibilidad de las verificaciones depende de alianzas con medios de gran poder, y no siempre se difunden tanto como las noticias falsas (Agustina del Campo, 2020).

Siguiendo esta línea, las políticas o regulaciones que sugieren marcar las noticias falsas con herramientas de verificación y advertencias, deben tener en cuenta que tales acciones no necesariamente cambian la percepción del usuario, y que, incluso, si un usuario ve historias con advertencias de posible falsedad, puede concluir que todas las que no tienen advertencia son verdades, lo cual es una generalización equivocada. Si bien no se busca descalificar acciones como el fact-checking o las advertencias, se identifica que estas herramientas tienen limitaciones e incluso pueden afectar al derecho de libertad de expresión de las personas usuaria porque pueden ser medidas restrictivas o arbitrarias que empeorarán el problema (Carlos Cortés, Luisa Isaza, 2017).

7.5. El rol de la sociedad civil

¿Cómo las personas deben actuar frente a la información que reciben en la era de la desinformación? La autora del libro “Pensar con otros” comparte algunas ideas para mitigar la desinformación desde la ciudadanía. En primer lugar, idealmente se debe bloquear la difusión de noticias falsas y colaborar con la propagación de información verdadera. Sin embargo, a veces resulta difícil determinar si una información es confiable o no, y puede haber situaciones en las que no se sabe lo suficiente o no se cuenta con los recursos necesarios para verificar su veracidad. En esos casos, es recomendable ser humildes, controlar las emociones y analizar tanto el riesgo de compartir información falsa como el de no compartir información verdadera (Guadalupe Nogués, 2019).

La sociedad civil tiene un papel importante en la lucha contra la desinformación. En primer lugar, es importante que las personas sean críticas y verifiquen la información antes de compartirla en las redes sociales o en otros medios. También es importante que se fomente la educación en medios y en alfabetización digital para que las personas puedan identificar las noticias falsas y los contenidos engañosos.

Además, la sociedad civil puede presionar a los gobiernos y a las empresas para que tomen medidas para combatir la desinformación. Por ejemplo, puede exigir que las plataformas en línea hagan más para identificar y eliminar la información falsa y promover la información verificada. También puede abogar por la regulación de los medios de comunicación y las redes sociales para garantizar la transparencia y la honestidad en la información que se difunde.

Finalmente, la sociedad civil puede trabajar en colaboración con los medios de comunicación y las organizaciones sin fines de lucro para promover la educación y la conciencia sobre la desinformación. Esto puede incluir la creación de campañas de sensibilización, la organización de eventos públicos y la promoción de la verificación de hechos. En resumen, la sociedad civil puede desempeñar un papel clave en la lucha contra la desinformación a través de la educación, la presión y la colaboración.

8. DESAFÍOS PARA PENSAR FUTUROS

En primer lugar, no existen pruebas contundentes que sugieran que las campañas de desinformación sean el factor principal en la alteración de los resultados de las elecciones en un contexto particular. En lugar de ello, hay factores económicos y políticos que deben considerarse. Por tanto, se debe cuestionar cualquier intento de modificación legislativa o de política pública que busque “combatir la desinformación” sin evidencias sólidas, ya que la responsabilidad de purificar la discusión no debería ser atribuida al Estado ni a las plataformas privadas. Aunque la propaganda y la divulgación de información falsa son perjudiciales para el proceso democrático, resulta aún más dañino que se les atribuya a estas entidades la responsabilidad de regular la discusión pública. En resumen, no hay soluciones simples ante un problema social y político como este (Al Sur, 2019).

Entre algunos desafíos se describen las siguientes:

- **Modernizar los controles en los procesos electorales para enfrentar el desafío de las campañas de desinformación en la región de América Latina y el Caribe.** El problema es complejo en diferentes dimensiones y para enfrentarlo se propone la creación de una instancia regional democrática, transparente y participativa que involucre a todas las partes interesadas para observar y emitir recomendaciones y propuestas tanto a las plataformas como a los países. La instancia regional sería un espacio para cooperación pública y privada que trabajen en conjunto en la emisión de recomendaciones y propuestas ante las campañas políticas en periodos electorales (Al Sur, 2019).
- **Existe una necesidad urgente de que Paraguay cuente con una ley de protección integral de datos personales,** es la única en América del Sur que aún no cuenta con una. En contexto de campañas de desinformación en elecciones, los sistemas de protección de datos personales de América Latina deben modernizarse e incluir atribuciones tanto a la agencia de protección como a los sistemas electorales en la protección de los mismos⁹⁰.
- **Promover un discurso pluralista y evitar la censura.** Será clave incluir políticas de acceso, inclusión y alfabetización a la población. El acceso efectivo a un ecosistema informativo diverso es clave para mitigar la desinformación y expresarse en internet, así mismo reduce las cámaras de eco, sesgos de confirmación, polarizaciones y violencias digitales de género.
- **Regular y garantizar el cumplimiento de la neutralidad en la red.** La concentración del ecosistema digital en la región también es un problema, ya que puede permitir la promoción de campañas de desinformación a través de prácticas como el zero-rating. Esta práctica no solo viola el principio de neutralidad de la red, sino que también restringe el acceso de las personas usuarias a fuentes alternativas de información, lo que puede permitir que la desinformación se propague.
- **Fortalecer la diversidad de voces en el periodismo investigativo y medios de prensa.** La concentración de medios, al igual que la concentración de las empresas de tecnología y sus modelos de negocios, facilita la proliferación de información engañosa o falsa.

90 Urgen tratamiento de proyecto que protege datos personales. Coalición de Datos Paraguay. 2021 <https://www.datospersonales.org.py/urgen-tratamiento-de-proyecto-que-protege-datos-personales/>

- **Llevar a cabo un proceso de reforma legal después de un amplio debate con las partes interesadas** (medios de comunicación, empresas, academia, Estado) y personas expertas, con el fin de proporcionar herramientas adecuadas y efectivas a la Justicia Electoral para combatir la desinformación de acuerdo con los principios constitucionales y las normas interamericanas de derechos humanos.
- **Continuar fortaleciendo las medidas de combate a la desinformación y la gestión de la comunicación por parte de la Justicia Electoral**, desde una perspectiva integral y multisectorial, y aumentar los recursos humanos y financieros necesarios para cumplir con esta tarea.

9. CONCLUSIÓN

En resumen, la desinformación ha sido una herramienta utilizada por los líderes y los medios de comunicación durante siglos para influir en la opinión pública y lograr objetivos políticos y militares. Con la llegada de Internet, las redes sociales, apps de mensajerías, la desinformación se ha vuelto más accesible y efectiva que nunca, lo que representa un desafío para los defensores de la verdad y la precisión informativa. Sin embargo, no hay evidencia concluyente de que las campañas de desinformación en Internet tengan o no tengan un rol decisivo en las elecciones.

La desinformación también puede ser utilizada para socavar la confianza de los votantes en el proceso electoral y en las instituciones democráticas en general. Si la gente no confía en el sistema electoral, puede sentir que su voto no cuenta y no participar en las elecciones, lo que a su vez afecta la legitimidad del proceso.

En cuanto al papel de las plataformas digitales y aplicaciones de mensajería durante las elecciones, se destaca que varias plataformas han anunciado medidas para garantizar un espacio digital más seguro y proporcionar información confiable sobre el proceso electoral en los países. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, siguen siendo utilizadas para amplificar la difusión de la desinformación. Esto evidencia que las medidas tomadas por las empresas han sido insuficientes y deben continuar un proceso de revisión con miras a lograr los objetivos para los cuáles fueron diseñadas.

En cuanto a la libertad de expresión y la justicia electoral, el sistema interamericano atribuye una importancia fundamental a la libertad de expresión para la preservación de la democracia y el disfrute de todos los demás derechos humanos. Sin embargo, esto no implica que la desinformación en el contexto del discurso político y electoral no pueda estar sujeta a restricciones y sanciones. El sistema interamericano reconoce que el derecho electoral puede desarrollar respuestas específicas para abordar la desinformación en este contexto, enfatizando que cualquier regulación que afecte la libertad de expresión debe cumplir con requisitos legales, necesidad y proporcionalidad, y tener en cuenta el alto nivel de protección otorgado al discurso de interés público y al debate político. La existencia de un marco legal claro y sólido contra la desinformación en materia electoral garantiza la seguridad jurídica y fortalece la eficacia de las respuestas de todas las partes involucradas.

Hoy en día, los medios de comunicación tradicionales, las redes sociales, los equipos de comunicación social de los gobiernos y las redes sociales de los políticos son algunos de los medios utilizados para transmitir información. En consecuencia, la población se encuentra ante un escenario distinto, en el que se producen y se consumen grandes cantidades de información. Este aumento en la cantidad y diversidad de canales de comunicación ha cambiado la forma en que la información se propaga y se recibe. Como resultado, el problema de la desinformación se ha vuelto más complejo y difícil de combatir. Además, las personas son cada vez más propensas a consumir información que confirma sus prejuicios y opiniones preexistentes, lo que dificulta aún más la lucha contra la desinformación. En ese sentido, la población tiene la responsabilidad de ser crítica con la información que se recibe y se comparte, y de hacer su parte para evitar la propagación de la desinformación.

Los filtros burbuja y las cámaras de eco son fenómenos que están estrechamente relacionados con el sesgo selectivo y de confirmación. Estos fenómenos fomentan el gregarismo en línea y generan una polarización ideológica y estructural en las interacciones en línea. La preferencia de las personas por la simplicidad y la rapidez en lugar de la complejidad y la profundidad, también afecta lo que se presenta en los buscadores. Los algoritmos aprenden de los clicks de las personas y les presentan lo que creen que les interesa. Por lo tanto, no siempre es fácil encontrar información precisa y confiable, y es importante tener en cuenta la posibilidad de que existan sesgos en la información que nos es presentada. El negocio del perfilamiento y microsegmentación de votantes está al alza y la polarización se va acentuando cuando las personas usuarias perciben que la relación entre las personas y las campañas infringe la privacidad.

En esa misma línea, la concentración de empresas de tecnologías y redes sociales tiene impactos significativos en la vida virtual de las personas. Desde la reducción de la competencia y la disminución de la diversidad de opiniones hasta el control de los datos personales de los usuarios y el impacto en la calidad de la información disponible, esta tendencia puede tener graves consecuencias para la privacidad, la seguridad y la democracia en línea.

No es papel de los legisladores ni de las empresas privadas –plataformas de contenidos– definir qué es “verdadero” y qué es “falso”. El desafío está en generar medidas preventivas, enfocadas en el desarrollo del pensamiento crítico de las personas, para poder analizar y decidir en medio de tanta sobre-información que existe en las redes. Es decir, la educación en como construimos nuestros pensamientos y en base a qué evidencia, es clave para hacer frente a la desinformación y poder ejercer plenamente derechos, como el de la libertad de expresión en línea.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Adriana Amado. (2021). *La desinformación como síntoma político*. <https://dialogopolitico.org/comunicacion/la-desinformacion-como-sintoma-politico/>
2. Agustina del Campo. (2020). *¿La desinformación en democracia o la democracia de la desinformación?* CELE. https://www.palermo.edu/Archivos_content/2020/cele/septiembre/La-desinformacion-en-democracia.pdf
3. Agustina Del Campo, Morena Schatzky, Laura Hernández, & J. Carlos Lara. (2021). *Mirando Al Sur Hacia nuevos consensos regionales en materia de responsabilidad de intermediarios y moderación de contenidos en Internet*. <https://www.alsur.lat/sites/default/files/2021-06/Responsabilidad%20de%20intermediarios%20ES.pdf>
4. Al Sur. (2019). *Desinformación en Internet en contextos electorales de América Latina y el Caribe*. https://www.alsur.lat/sites/default/files/2020-04/Consulta%20p%C3%BAblica_%20Desinformaci%C3%B3n%20en%20contextos%20electorales_ContribucionRegional-ALSur.pdf
5. Al Sur. (2022). *La mentira de los funcionarios, ¿tiene patas cortas o efectos largos?* https://www.alsur.lat/sites/default/files/2021-09/ALSUR_La_mentira_de_los_funcionarios.pdf
6. Asamblea Constituyente. (1992). *Constitución Nacional de la República del Paraguay*. <http://www.bacn.gov.py/constitucion-nacional-de-la-republica-del-paraguay.php>
7. Beatriz Busaniche, at. (2021). *Mentiras, odio y desinformación. Tiempos postfácticos en América Latina*. Heinrich-Böll-Stiftung. https://cl.boell.org/sites/default/files/2021-01/201216A_Boell_Perspectivas_Spanisch_Web_Final.pdf
8. Carrillo, Eduardo at (2022) *Encuesta sobre uso de máquinas de votación electrónica en las elecciones municipales 2021*. TEDIC. <https://www.tedic.org/wp-content/uploads/2022/01/Voto-Electronico-Municipales-WEB.pdf>
9. Carlos Cortés, Luisa Isaza. (2017). *Noticias falsas en Internet: La estrategia para combatir la desinformación* (CELE).
10. Cass R. Sunstein. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media* (Princeton University Press). <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>
11. CIDH. (2019). *Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos*.

12. Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). (2017). *Libertad de expresión: A 30 años de la Opinión Consultiva sobre la colegiación obligatoria de periodistas: Estudios sobre el derecho a la libertad de expresión en la doctrina del Sistema Interamericano de Derechos Humanos*. http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/OC5_ESP.PDF
13. Corte IDH. (1985). *Opinión Consultiva OC 5/85 del 13 de noviembre de 1985*.
14. Evgeny Morozov. (2012). *El desengaño de internet. Los mitos de la libertad en la red*. Destino.
15. Francisco Brito Cruz, Heloisa Massaro, Thiago Oliva, & Ester Borges. (2020). *Internet e eleições no Brasil diagnósticos e recomendações*. http://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-in-fopol-26919_4.pdf
16. Fundación Karisma. (2016). *¿Cómo se contrata en América Latina el acceso a Internet?* <https://www.tedic.org/como-se-contrata-en-america-latina-el-acceso-a-internet/>
17. Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre Noticias Falsas y Desinformación de la Comisión Europea. (2018). *Action Plan Against Disinformation*. https://www.eeas.europa.eu/node/54866_en
18. Guadalupe Nogués. (2019). *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. El gato y la caja. <https://elgatoylacaja.com/pensarconotros/la-era-de-la-posverdad>
19. Juan Gómez. (2022). *Red de desinformación e influencia operó durante las elecciones mexicanas de 2021*. Artículo 19. <https://articulo19.org/cartografias-de-la-desinformacion-en-mexico-perspectivas-desde-el-periodismo/>
20. Katherine Cros. (2017). *The Art of the Real: Disinformation vs. Democracy*. The Baffler. <https://thebaffler.com/salvos/art-of-the-real-cross>
21. Laura Serra. (2018). *Fake news. Una alerta para el sistema democrático*. <https://www.lanacion.com.ar/opinion/fake-news-una-alerta-sistema-democratico-nid2178565/>
22. *Los principios de Santa Clara*. (2022). <https://santaclaraprinciples.org/es/cfp/>
23. Lucina Di Meco. (2023). *MONETIZING MISOGYNY Gendered Disinformation and the Undermining of Women's Rights and Democracy Globally*.
24. Maricarmen Sequera. (2017). *Ojos que no ven, tecnologías que no sienten*. https://cyborgfeminista.tedic.org/wp-content/uploads/sites/15/2021/06/RLP_Maricarmen-Sequera-.pdf
25. Marina Pita. (2022). *Transparencia de la moderación privada de contenidos—Una mirada de las propuestas de sociedad civil y legisladores de América Latina*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381391>
26. Nicola Lucchi, Enrico Bonadio, & Oreste Pollicino. (2021). *Desinformación y derechos de autor: Una coexistencia difícil*. <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/ripi/article/view/671/965>

27. OAS, UN, OSCE, ACHPR. (2021, octubre 20). *Joint Declaration on politicians and Public officials and freedom of expression*. https://www.ohchr.org/sites/default/files/2022-04/Joint-Declaration-2021-Politicians_EN.pdf
28. OEA. (2017). *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y «Noticias Falsas» («Fake News»), Desinformación Y Propaganda*. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>
29. Parlamento Europeo. (2023). *Regulación de la publicidad política*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739311/EPRS_ATA\(2023\)739311_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739311/EPRS_ATA(2023)739311_ES.pdf)
30. Ramiro Álvarez Ugarte, Agustina Del Campo. (2021). *Noticias falsas en Internet: Acciones y reacciones de tres plataformas*. CELE. https://www.palermo.edu/Archivos_content/2021/cele/papers/Desinformacion-y-acciones-de-plataformas-2021.pdf
31. Rivas Troitiño J. M. (1995). *Desinformación. Revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2, 75. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESM-P9595110075A>
32. Rosa Posa Guinea, Carolina Robledo Desh, Erwing Szokol, Walter Morínigo, Florencia Falabella. (2022). *Derechos humanos en Paraguay. Capítulo: No digan tatú con tatú* (Codehupy).
33. Simona Levi. (2019). *#FakeYou. Fake news y desinformación*. Rayo Verde.
34. Steven Forti. (2022). *Posverdad, fake news y extrema derecha contra la democracia*. <https://nuso.org/articulo/posverdad-fake-news-extrema-derecha-contra-la-democracia/#footnote-12>
35. TSE. (2021). *TSE - Brasil propagando contra la lucha contra la desinformación*. <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/tse-brasil-programa-de-lucha-contra-la-desinformacion-2022-1.pdf>
36. Vázquez-Herrero, J., Vizoso, A & López-García. (2019). *Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. El profesional de la información*, 28(3), pp. 1-12.

