OPINIÓN

Y cuando eliminaron a los bots, la desinformación aún seguía ahí

Por Ernesto Ángeles · 7 de septiembre de 2022 · 7 min de lectura

Actualmente somos testigos del debilitamiento de una serie de creencias y discursos que hasta hace relativamente poco tiempo se consideraban como comunalmente compartidos, algo así como “verdades generales” de las cuales era muy difícil discrepar, como el caso de la redondez de la tierra o la efectividad de las vacunas; sin embargo, hoy en día estos discursos de autoridad y, aún más, la noción compartida de verdad cada vez son menos aceptados.

En este proceso, la invención y consolidación del Internet, junto con la creación y masificación de las redes sociales, fueron elementos fundamentales de cambio; sin embargo, la influencia más grande está asociada a la creación y reproducción de un sistema socioeconómico basado en el comercio de datos personales y la subsecuente hiper personalización de productos, servicios y narrativas para su consumo, ya que trajo consigo un cambio profundo, no sólo en la comunicación y relaciones entre las personas, sino en la concepción del mundo y la realidad y, por tanto, en lo que se consideraba como “verdad”.

Este fenómeno se da en gran parte debido al proceso de recabo, análisis, comercio y creación de productos y servicios basados en los datos personales, en los que es posible distinguir dos vertientes principales: la creación, mantenimiento y crecimiento de productos y servicios basados en datos personales, y la promoción y mercadotecnia basada en los datos personales.

En el caso de productos basados en datos personales tenemos como gran ejemplo las redes sociales, las cuales no sólo fomentan las relaciones sociales intermediadas por Internet, sino que su motor es el contenido generado, transmitido o consumido por los usuarios, en donde dicho contenido tiene diferentes características que dependen de la plataforma en donde se encuentran, ya que esta determina el tipo de datos, la interacción con el usuario, los mecanismos de atracción y compensación (*likes, retweets, share, me encanta, views, tokens, crédito, dinero, entre otras*) y las métricas de estos, en donde se suele ponderar el número y lo masivo frente a lo que podría considerarse verdadero, oportuno, importante o de interés común, con excepciones como el caso de Wikipedia.

Por otro lado, están los mercados y la mercadotecnia basada en datos personales, en donde la propia estructura de los productos, servicios y plataformas incentivan y refuerzan el proceso de lo que se denomina “capitalismo de datos”; en este contexto es donde se asientan mercados como el de la comunicación política, mercadotecnia política o relaciones públicas de actores y temas políticos, los cuales pueden explotar los datos personales todo lo que les permite el marco legal de protección de datos personales y el INAI (y a veces hasta más, como la vez que se filtraron bases de datos del INE https://expansion.mx/politica/2016/04/22/los-datos-personales-de-los-millones-de-electores-mexicanos-filtrados-en-la-web). En este proceso de explotación se encuentran una serie de servicios que van desde la publicidad creada y dirigida a ciertos sectores específicos con base en datos personales tal como la localidad de vivienda, edad, círculo de amigos, entre otros; hasta la creación de productos y narrativas basadas en las tendencias políticas inferidas a partir de la creación de perfiles, facilitado por el análisis de datos personales y el análisis de datos públicos como tendencias electorales y de votación en ejercicios electorales pasados, por citar algunos casos.

Como resultado de lo anterior, tenemos una estructura tecnológica y un mercado que ponderan la auto confirmación por medio de datos personales y que paralelamente los explota para generar perfiles de posibles compradores de una amplísima gama de productos y servicios, tal como aquellos a merced de actores e intereses políticos. En este contexto no hay que olvidar el rol de las herramientas tecnológicas para aprovecharse y alimentarse de los procesos asociados al capitalismo de datos, así como la creación de nuevos productos, servicios y mercados basados en ellos, tal como los mercados de mercadotecnia y comunicación política digital, en donde suele darse el uso de trols, bots y la creación de páginas de noticias falsas para influir en las narrativas y las interpretaciones de diferentes sucesos.

Sin embargo, en el fenómeno de la desinformación no sólo influye el ecosistema digital, las herramientas tecnológicas y los procesos y mercados del capitalismo de datos, tal como usualmente suele pensarse, en donde únicamente se analiza la presencia y rol de bots, trols y fake news, sin tener en cuenta el papel de otros elementos como la manipulación facciosa de la información de los grandes medios; el rol de los medios de comunicación tradicionales tras su digitalización y su desempeño cibernético, debido a que el paradigma y ecosistema del capitalismo de datos se hibridó con sistemas de poder e información ya existentes con anterioridad, no es que los haya suplantado o destruido

Todos estos cambios han desembocado en la transformación de los discursos y la noción de verdad como una mercancía que, bajo ciertos parámetros como la emotividad o la explotación de miedos o indignaciones, genera más ganancias económicas no sólo para sus fabricantes, sino para todo el sistema en sí mismo, aún así sea en detrimento de la democracia o de la calidad del diálogo político nacional.

El anterior punto resulta bastante importante en un escenario donde diversos actores tienen por objetivo regresar al binarismo verdad-falsedad, aún cuando este haya sido parcialmente destruido por una serie de elementos y actores que no se limitan a simples estrategias y herramientas como los bots o fake news, sino que se conforman como un sistema complejo y abierto, el cual se sustenta gracias a los modelos y prácticas económicas y políticas en torno a ellos.

Entonces, ¿Estamos condenados a la disolución de nociones compartidas de verdad, así como a la destrucción de autoridades de verdad? Depende, un regreso al dualismo verdad-falsedad necesita de un cambio profundo del propio sistema tecnológico que lo sustenta, el cual sobra decir, pertenece a unos pocos actores, en gran parte extranjeros. Y si algo nos ha permitido vislumbrar el conflicto Rusia-Ucrania es que estamos en una época de postverdad aún más profunda y legitimada por actores centrales como en el caso de las redes sociales, los cuales irónicamente son los pocos que pueden establecer “verdades” por medio de la exclusión de temas, usuarios y prácticas debido a su estatus estructural en sistema de la post-verdad.

Sin duda nos encontramos en una situación novedosa para la experiencia humana de verdades compartidas, una condición que se erigió a partir de un cambio estructural tecno-económico que impactó fuertemente al sistema político y social. En este proceso debemos aprender a contextualizar y entender las verdades de acuerdo a una visión más amplia que tenga en consideración la condición en la que nos encontramos, esto significa que además de identificar y enunciar bots, trolls o fake news, es importante preguntarse ¿A quién beneficia, cómo beneficia y por qué benefician tales “verdades” o argumentos vacíos pero altamente emotivos? Dado que si ya no hay UNA verdad, sino muchas, lo importante no es sólo desmentirlas, sino entender y exponer el papel que juegan en la consecución de intereses nacionales y extranjeros.

Algo que puede ser de mucha ayuda en este escenario es dotar a personas tomadoras de decisión, así como al aparato legislativo y a todo el espectro político en general, de marcos de comprensión socio-técnica adecuados para el desempeño de sus funciones, más allá del canto de propagandistas tecnológicos que sólo alaban y aplauden la tecnología, como ya ha sucedido varias veces, tal como la instalación del cajero de Bitcoin en el

Congreso y la fiebre que se desató en torno a la cryptomoneda, misma que semanas después se desplomaría junto con todo el mercado de las crypto, dejando los discursos, posicionamientos y fantasías de propios y extraños destruidas, por no mencionar las personas que han perdido sus ahorros e inversiones.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/y-cuando-eliminaron-a-los-bots-la-desinformacion-aun-seguia-ahi
Descargado el 21 de noviembre de 2026.