

# SEGUNDA VUELTA

## Partidos políticos, “fabricantes” de noticias falsas

**Por Luis Muñoz**

Mientras hay quien considera que la información errónea se mueve más rápido que la verdadera, otros aseguran que los partidos políticos son uno de los principales actores que se dedican a la fabricación artificial de noticias falsas.

La Consejera Electoral del IECM, Erika Estrada Ruiz, y la politóloga Alejandra Tello Mendoza, coincidieron en señalar que la falta de regulación en materia de derecho a la información y libertad de expresión, la calumnia y la malicia efectiva, aunado al bajo fomento de la educación cívica, es lo que ha permitido una mayor proliferación y creencia en las “fake news” o noticias falsas en México.

Durante la conferencia virtual Red Flag: Fake news en tiempos post electorales, organizada por el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), la Consejera Electoral reconoció que las noticias falsas han permeado en la sociedad mexicana y esto no ha sido por un tema meramente informativo, sino porque dichas noticias apelan a las emociones y al sentimiento del público receptor, con el objetivo de manchar la imagen de algún personaje o institución.

En 2018, dijo, el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) reveló que la información errónea “se mueve seis veces más rápido que la verdadera”. Estimó que este dato es contundente y fundamental para darnos cuenta por qué la información falsa, la desinformación y las fake news tienen la posibilidad de replicarse tan rápido en las redes sociales, “y me atrevería a decir que esto es porque somos muy proclives a no ir a la fuente original”, señaló.

En su participación, la politóloga Tello Mendoza, investigadora en la Escuela Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, agregó que dichas noti-

cias falsas, en ocasiones, buscan desprestigiar procesos electorales poniendo en duda sus resultados y asumiéndolos como fraude. Paralelamente, ponen en cuestión la ardua labor y experiencia de instituciones organizadoras de comicios, así como también pretenden desprestigiar a candidatas y candidatos, más con el objetivo de hacer daño a su imagen que el informar un hecho trascendente.

Añade: “Me parece que hay un gran vacío normativo; se tendría que pensar en un marco jurídico, obviamente no desde un enfoque punitivo, sino de política pública, pensando cuáles son las causas reales de la desinformación y, a partir de ahí, buscar una regulación adecuada con base en estándares internacionales”.

Señaló, sin embargo, que la divulgación de información falsa sí está regulada en México, en los artículos séptimo y octavo del Catálogo de Delitos Electorales, en donde se contemplan desde multas, hasta prisión para funcionarios electorales y partidos políticos que, de manera dolosa, difundan y divulguen información falsa sobre el resultado de las elecciones.

No obstante, señaló, el castigo no es la solución, pues de acuerdo con el Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas de la Información, los partidos políticos y las compañías privadas son los principales actores que se dedican a la fabricación artificial de estas noticias falsas.

Tanto la Consejera como la politóloga coincidieron en que la solución a la proliferación de información falsa en las redes sociales es estudiar el problema desde una perspectiva psicológica, entender que hay alguien que paga por difundir esa información falsa, invertir en tecnología y seguridad cibernética, además de delimitar qué es el derecho a la información y en dónde se entra a los terrenos de la calumnia. Asimismo, reconocieron

que los organismos electorales deben fomentar la educación cívica e impulsar un periodismo de calidad, en donde las fuentes de consulta siempre sean medios de comunicación serios y no páginas anónimas cuyo objetivo es solamente hacer daño al de enfrente.

### TRECEAVA EDICIÓN DEL SUMMIT TURÍSTICO

Puerto Vallarta fue sede de la treceava edición del Summit Turístico Internacional AMPI 2024, ante la asistencia de más de 400 miembros del sector inmobiliario.

Ahí, su presidente Emilio Rojas Cobián, dijo que “la Asociación cuenta con casi 7 mil miembros, entre asesores, valuadores, desarrolladores y administradores, dan certeza al comprador de inmuebles de cualquier tamaño”. A unos días de cumplir 68 años en el mercado, la Asociación presentó su nueva imagen. La tipografía de trazo exclusivo refresca la imagen de los inmobiliarios y proyecta confianza sin cambiar la esencia de la Asociación.

“Buscamos una cara que identifique a todas las generaciones”, dijo, a su vez, Enrique Trava Griffin, responsable del proyecto.

El logotipo “está alineado a los nuevos retos tecnológicos que hoy representa nuestra industria y está acorde con la apertura de los mercados globales”. Además proyecta a los profesionales inmobiliarios como jugadores proactivos; lo importante no son solo las cifras de inversión y la rentabilidad, sino la capacidad para compartir nuestros conocimientos sobre el sector”, destacó Rojas Cobián.

[Im0007tri@yahoo.com.mx](mailto:Im0007tri@yahoo.com.mx)

