

***Desafíos en el entorno  
de la información  
y la documentación  
ante las problemáticas  
sociales actuales  
Volumen 2***



***Coordinadora  
Georgina Araceli  
Torres Vargas***



Z669.7 D47 Desafíos en el entorno de la información y la documentación ante las problemáticas sociales actuales / Coordinadora Georgina Araceli Torres Vargas. - México : UNAM. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2022.

3 v. - (Sistemas bibliotecarios de información y sociedad)

ISBN: 978-607-30-6416-3 (obra completa)

ISBN: 978-607-30-6417-0 (vol.1)

ISBN: 978-607-30-6418-7 (vol.2)

ISBN: 978-607-30-6419-4 (vol.3)

1. Investigación bibliotecológica - México - Conferencias. 2. Investigación bibliotecológica - España - Conferencias. 3. Documentación - México - Conferencias. 4. Documentación - España - Conferencias. 5. Lectores. 6. Tecnología de la información. i. Torres Vargas, Georgina Araceli, coordinadora. ii. ser.

Diseño de portada: Mario Ocampo Chávez

Primera edición: 25 septiembre 2022

D. R. © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información

Circuito Interior s/n, Torre II de Humanidades,

pisos 11, 12 y 13, Ciudad Universitaria, C. P. 04510,

Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México

ISBN de colección: 978-607-30-6416-3

ISBN volumen 2: 978-607-30-6418-7

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Publicación dictaminada

Impreso y hecho en México

## Volumen 2

### Contenido

IV. LA MEMORIA INFODIVERSA, VERIFICABLE EN BIBLIOTECAS Y ARCHIVOS	
Infodiversidad: bibliotecas y salvaguarda de la memoria . . . . .	3
ROSA MARÍA MARTÍNEZ RIDER	
El derecho a la información ante los desafíos actuales . . . . .	19
NELSON JAVIER PULIDO DAZA	
Información e inteligencia colectiva para la superación de los problemas sociales . . . . .	43
JOHANN PIRELA MORILLO	
V. TRANSPARENCIA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN	
La trascendencia de la información gubernamental para el comportamiento ciudadano ante problemáticas sociales coyunturales . . . . .	57
ALEJANDRO RAMOS CHÁVEZ	
Derecho a la información y transparencia en los sitios web de los ayuntamientos españoles. Un estudio a los municipios que tienen entre 5 001 y 10 000 habitantes . . . . .	75
ANTONIO MUÑOZ CAÑAVATE, MARÍA JOSÉ TENA MATEOS, MELISA PÉREZ CEBADERO	
Transparencia y rendición de cuentas en las bibliotecas: respuestas posibles a la demanda social de integridad . . . . .	91
MIGUEL ÁNGEL GONZALO ROZAS	
Plataformización de la sociedad y moderación de contenidos . . . . .	105
JONATHAN HERNÁNDEZ PÉREZ	

VI. LOS USUARIOS DE LA INFORMACIÓN ANTE LA PROBLEMÁTICA  
SOCIAL ACTUAL

El derecho a la información ante un problema  
social de pandemia . . . . . 121  
JUAN ANTONIO GÓMEZ GARCÍA

Los usuarios y el acceso a la información en España  
en tiempos de pandemia . . . . . 135  
ISABEL VILLASEÑOR RODRÍGUEZ

Usuarios de la información: su diversidad social  
y su contexto actual en el Perú . . . . . 149  
ELIZABETH GLADYS ASCENCIO JURADO

La problemática social y el acceso a la información  
para los usuarios: el sector de comerciantes de Bolivia . . . . . 167  
SHINDY KAREN VÁZQUEZ MÁRQUEZ

El acceso a la información para los usuarios ante problemáticas  
actuales como el COVID-19: los factores ambientales  
como parte del estudio del usuario de la información . . . . . 183  
JUAN JOSÉ CALVA GONZÁLEZ

# Plataformización de la sociedad y moderación de contenidos

JONATHAN HERNÁNDEZ PÉREZ  
*Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas  
y de la Información, UNAM, México*

## INTRODUCCIÓN

La última década estuvo marcada por una ascendente interacción entre seres humanos y plataformas digitales. El arribo de la pandemia por COVID-19 vino a potenciar esta interacción al grado de impulsar una dependencia. Este intensificado uso de plataformas digitales ha sido señalado como un motor del progreso económico y una de las últimas transformaciones de Internet. Los usuarios alrededor del mundo son capaces de establecer negocios, expresarse, intercambiar productos, bienes y servicios, sin una necesidad directa de intermediarios corporativos o estatales, lo cual da forma a una “sociedad de plataformas”,<sup>1</sup> término que subraya el hecho de que las plataformas impulsadas por algoritmos y alimentadas por datos, representan una parte integral de la sociedad.

## LA SOCIEDAD Y SU PLATAFORMIZACIÓN

Definir a las plataformas varía en gran medida por el campo disciplinar en el que se analiza. No hay como tal un amplio consenso sobre este término y esto puede representar un obstáculo al momento de definir

1 José Van Dijck, Poell Thomas y Martijn de Waal, *The Platform Society*.

sus alcances en materia regulatoria. Si bien el auge de las plataformas ha invadido debates públicos y acuerdos internacionales, como señala Gawer,<sup>2</sup> la agenda de investigación sobre las plataformas ha sido limitada y en gran medida dividida por dos perspectivas teóricas diferentes: una dominada por la teoría económica y la otra en el espectro del diseño y la ingeniería informática. En el caso de la primera, enfocándose en la competencia de plataformas y la segunda en la innovación tecnológica.

Para Srnicek,<sup>3</sup> las plataformas son infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen, por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios: clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, e incluso objetos físicos. Puntualizando que, si bien técnicamente las plataformas pueden existir en formas no digitales, la facilidad de registrar actividades en línea hace que las plataformas digitales sean el modelo ideal para la extracción de datos en la economía actual. Un punto importante en esto es la capacidad de las plataformas digitales de proveer a sus usuarios las herramientas que les permiten construir sus propios productos, servicios y mercados.

Una plataforma se puede señalar entonces como una arquitectura programable diseñada para organizar interacciones entre usuarios y es ampliamente entendida para describir una diversa gama de servicios disponibles en Internet, que lo mismo puede incluir motores de búsqueda, redes sociales, venta de contenido creativo, tiendas de aplicaciones, etc. Las plataformas en línea son tan diversas como los diferentes mercados que existen y hay una variedad en cada rubro que forma parte de la infodiversidad que tenemos en Internet. Además, una plataforma puede tener distintos servicios al mismo tiempo, la OCDE<sup>4</sup> se refiere a las plataformas multilaterales, como aquellas que incluyen más de dos lados, por ejemplo, los motores de búsqueda son plataformas que conectan a usuarios, proveedores de contenido y anunciantes al mismo tiempo.

---

2 Gawer, "Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework", 1239-1249.

3 Srnicek, *Platform Capitalism*.

4 "Plataformas digitales y competencia en México", OECD.

En términos generales, una plataforma está alimentada por datos, es automatizada y organizada a través de algoritmos e interfaces, y se formaliza su uso a través de relaciones de propiedad impulsadas por modelos comerciales y se gobierna a través de acuerdos de usuario.<sup>5</sup>

En cuanto al modelo de negocio, de acuerdo con el Parlamento Europeo,<sup>6</sup> se pueden considerar tres principales modelos aplicados a las plataformas digitales:

- **Modelo por suscripción:** Las plataformas ofrecen sus servicios a través de los proveedores de servicios de Internet (ISP por sus siglas en inglés), sin otras partes involucradas. Los usuarios finales pagan una suscripción por la prestación de un servicio. Un ejemplo común puede ser Netflix, HBO Max, Blim, Spotify, Apple Music, etc.
- **Modelo con publicidad:** Las plataformas ofrecen sus servicios a los usuarios sin pagos directos, es decir, los consumidores “aportan” sus datos y su tiempo a la exposición de publicidad, con lo cual las plataformas pueden mejorar la eficacia de sus anuncios y los flujos de contenidos. Ejemplos comunes pueden ser: Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, etc. Mientras más usuarios se unen y utilizan estas plataformas de redes sociales funcionan de mejor manera, usuarios atraen a más usuarios y las plataformas continúan creciendo.
- **Modelo con acceso:** Las plataformas cobran a los creadores de contenido y de aplicaciones para que lleguen a sus usuarios finales. Por ejemplo, las tiendas de aplicaciones de Apple o Google que pueden cobrar a desarrolladores por las aplicaciones, al mismo tiempo estas aplicaciones pueden cobrar por los servicios que ofertan o pueden ser gratuitas. Si una biblioteca quisiera desarrollar una aplicación móvil ofreciendo sus servicios, tendría que considerar estos posibles costos.

---

5 José Van Dijck, Poell Thomas y Martijn de Waal, *The Platform Society*, 10.

6 “Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy”, EUPARL.

Las plataformas digitales de alguna manera intermedian los flujos de información y comunicación en Internet y están moldeando la forma en la que vivimos y nos organizamos como sociedad, además de que tienen un rol importante en las dinámicas políticas y de la propia democracia.

Cuando inició Airbnb posibilitó que los ciudadanos pudieran obtener ingresos importantes ofreciendo su espacio privado para alojar a otras personas, particularmente turistas, el espacio físico se compartía a través de una aplicación. Otras plataformas también comenzaron a desarrollar infraestructura digital para que los usuarios tuvieran la posibilidad de monetizar su talento sin necesidad de contratistas, agentes o publicirrelacionistas. De esta manera, proliferaron aplicaciones en donde se ofrecían clases de canto, de baile, de gramática, de programación, e incluso para monetizar contenido íntimo para sortear la crisis o como otra forma de hacer negocios.<sup>7</sup> Conviene mencionar que la monetización tiene distintas caras, en el ámbito digital no hay solamente una moneda de cambio; el dinero, la atención, la valoración del usuario, las recomendaciones, los *likes*, se han convertido en otras posibilidades para obtener recompensas.

Sin embargo, esto no ha estado exento de importantes enfrentamientos entre las grandes plataformas dominantes y diferentes gobiernos y comunidades locales en todo el mundo, lo cual ha reflejado la necesidad de tener instrumentos regulatorios para la operación de estos servicios. Desde que Uber comenzó a expandirse en diferentes partes del mundo, se han desarrollado conflictos importantes principalmente con el sector de taxistas. En países como Argentina, Colombia, Chile, Panamá, entre otros, se ha documentado los conflictos que en muchos casos han pasado de la protesta en las calles a la violencia física entre conductores de Uber y de taxis.<sup>8</sup> En México, Uber opera en 41 ciudades,<sup>9</sup> y las protestas se han extendido a muchas de ellas, siendo Ciudad de México una zona con reiteradas manifestaciones. Una situación similar se propició con

---

7 Morelos, "El negocio de la intimidad...".

8 A mayor abundamiento puede verse el siguiente artículo sobre estos enfrentamientos: "Conflicto entre Uber y los taxistas", Wikipedia. La enciclopedia libre.

9 "Descubre todas las ciudades donde hay Uber en México", Uber Blog.



la plataforma Airbnb y el gremio hotelero.<sup>10</sup> En las grandes ciudades con importante afluencia turística, Airbnb se posicionaba como la mejor opción para encontrar un lugar donde alojarse. Rápido, cómodo, y especialmente barato, Airbnb hizo que el sector hotelero protestara e impulsara medidas para regular a este tipo de plataformas. En 2019, Airbnb emitió un comunicado señalando que grupos de hoteles confabularon para ir en contra de la plataforma.<sup>11</sup> Airbnb continuaba creciendo e imponiendo su modelo, hasta 2020 cuando la pandemia por COVID-19 azotó el mundo y con ello el sector turístico se vio seriamente afectado.

Es importante considerar que existen distintos aspectos que se tienen que tomar en cuenta al momento de analizar a las plataformas y su interacción con la sociedad. Además de los aspectos económicos, también se deben de tomar en cuenta las cuestiones sociales, políticas e ideológicas, incluyendo el rol que las plataformas tienen en la organización de la información, comportamiento informativo y en el acceso a la información. Esto también tiene que analizarse a la luz de la geopolítica de las plataformas, en la medida en la que se distribuye la capacidad de influir en la comunicación y en el acceso a la información.

Esta “plataformización” de la sociedad conlleva a distintos desafíos en materia de información. Las plataformas digitales continuamente agudizan sus algoritmos e implementan mecanismos más invasivos a la hora de obtener datos del comportamiento de sus usuarios, convirtiéndose en grandes guardianes de este tipo de información. Por otro lado, la creciente competitividad entre plataformas, y el aún inmaduro sistema regulatorio para este tipo de tecnología, puede orillar a condiciones comerciales injustas en muchas partes del mundo propiciando abusos por parte de las plataformas digitales dominantes y en otros casos una corrupción maximizada.

Otro aspecto importante por considerar es la difusión de contenido ilegal, perjudicial y dañino, como los discursos de odio, el terrorismo, material de abuso sexual infantil, los cuales pueden ser generados y/o amplificadas en estas plataformas. Sin embargo, el aspecto más preocupante,

---

10 Jiménez Cano, “El gremio de hoteleros...”.

11 Agencia EFE, “*Airbnb* acusa hoteleros...”.

es la forma en la que las grandes plataformas dominantes influyen en la manera en la que nos comunicamos, interactuamos con otras personas, gobiernan el discurso en línea, y en general moldean nuestro comportamiento informativo particularmente a través de la moderación de contenidos.

## MODERACIÓN DE CONTENIDOS

La moderación de contenidos ha sido parte importante del funcionamiento de las redes sociales y de otras plataformas digitales desde años atrás. A principios del siglo XXI emergieron distintas empresas que hoy dan forma a nuestras actividades en línea y cuyo propósito era amplificar el contenido generado por el usuario. El nuevo milenio vio nacer a lo que serían las grandes plataformas en el futuro como Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006), LinkedIn (2002) y otras que se fundaron en los finales de los noventa como Google (1998) pero que evolucionaron a la par. Como indica Klonick,<sup>12</sup> al principio, muchas de estas nacientes empresas se consideraban empresas de *software*, no pensaban en “los efectos persistentes del habla como parte de lo que estaban haciendo”.

Durante la primera década del 2000, los debates sobre la moderación de contenidos no exigían tanta complejidad, las grandes preocupaciones eran asuntos relacionados con la privacidad y tímidamente se asomaban temas que en la actualidad son grandes discusiones mundiales como los discursos de odio, la desinformación y la violencia de género.

Los mecanismos, políticas y regulaciones de contenidos han sido objeto de intensos debates particularmente desde finales de la década del 2010, principalmente por tres aspectos: los crecientes discursos de odio, el ascenso de Donald Trump a la Presidencia de Estados Unidos, y más reciente la pandemia por COVID-19. Las plataformas de redes sociales modificaron el enfoque en cuanto a los contenidos, en gran medida por la pandemia y la desinformación que comenzaba a rebasar las posibilidades de controlarla.

---

12 Klonick, “Why The History...”.

De manera muy general, es importante mencionar que la moderación de contenidos en la mayoría de las redes sociales se hace entre una moderación humana y moderación algorítmica o automatizada.

La moderación automatizada se hace en conjunto con las distintas tecnologías agrupadas bajo la Inteligencia Artificial. Hoy nos enfrentamos con algoritmos muy especializados que analizan incluso la forma en la que tecleamos o hacemos *scroll* en la pantalla. Los algoritmos cada vez son más agudos, más precisos e invasivos; sin embargo, no importa el grado de innovación que puedan presentar, los algoritmos no son exactos, en los medios sociales no pueden detectar con precisión la sátira, la desinformación o el tiempo de respuesta es lento frente a imágenes de abuso. Los humanos sí, siempre se requerirá que los humanos se adapten al contexto, aunque naturalmente existen sesgos en la moderación humana que también puede ser producto de nuestras propias creencias, contextos o políticas de la empresa, es por eso que se usan comúnmente ambas moderaciones.

La falta de transparencia y las malas prácticas en el desarrollo de la moderación de contenidos han sido objeto de numerosos cuestionamientos técnicos, éticos y legales. En 2020, se filtraron las pautas de moderación de contenidos de TikTok, la popular red social, donde se evidenciaba que la compañía indicó a los moderadores que suprimieran las publicaciones creadas por usuarios “poco atractivos” físicamente, lo cual contemplaba incluso personas discapacitadas. El documento evidenciaba las distintas políticas para contenido marcado como “fallas congénitas”, “apariencia facial desagradable”, o que mostraran pobreza, barrios marginados o rurales. Al mismo tiempo, se les pidió a los moderadores humanos que censuraran el discurso político en las transmisiones en vivo. La justificación que argumentó TikTok es que necesitaba atraer a un mayor público bajo una idea aspiracional y sobre todo retener usuarios.<sup>13</sup>

Por su parte, la moderación humana se lleva a cabo por ejércitos de personas que realizan la compleja tarea de juzgar un contenido a gran

---

13 Hern, “TikTok...”.

escala, en su gran mayoría son personas subcontratadas en países como India y Filipinas,<sup>14</sup> con salarios bajos y con responsabilidades que afectan indirectamente a terceros en distintas latitudes, aplicando criterios que pueden ser ambiguos, culturalmente específicos, discriminatorios y sesgados.

Sumado al costo laboral en términos de bajos salarios, el costo humano es una variante que poco se ha analizado. Los moderadores de contenido pasan horas diariamente analizando publicaciones con discursos de odio, contenido violento, pornografía infantil, asesinatos, y todas las grandes campañas de desinformación. Lo que vemos en nuestra pantalla y que en algunos casos nos puede alarmar es porque previamente existían cosas todavía más aterradoras y que alguien las vio y decidió eliminarla. En 2020 se evidenció las presiones a las que se someten los moderadores humanos,<sup>15</sup> se ha documentado que varios de estos moderadores que están expuestos particularmente a desinformación comienzan a creer en ella, si te expones a cientos de videos diarios sobre la tierra plana puedes comenzar a dudar. Sumado a las consecuencias psicológicas que te orilla el observar contenido perjudicial como parte de tu jornada laboral, hay evidencia de cómo entre los moderadores de contenidos ha aumentado la depresión, adicción y el estrés postraumático. Poco después de evidenciar las consecuencias psicológicas en los moderadores de contenidos, Facebook acordó pagar 52 millones de dólares a moderadores actuales y anteriores para compensarlos por problemas de salud mental desarrollados en el trabajo.<sup>16</sup> Sin embargo, uno de los grandes problemas respecto a la moderación de contenidos es que se tiene poca información sobre contratos, dinámicas laborales y en general las políticas que utilizan las grandes plataformas, es decir, hay una falta de transparencia en estos procesos.

Independientemente del tipo de moderación, ambas tienen el potencial de afectar la capacidad de los usuarios para expresar sus ideas y acceder a la información, como consecuencia, el debate sobre la moderación

---

14 Arshy y Etcovitch, "The Human Cost...".

15 Newton, "The Trauma Floor...".

16 Newton, "Facebook will pay...".

de contenidos también ha escalado al nivel de gobernanza de las plataformas de redes sociales, organismos internacionales y asociaciones bibliotecarias.

Derivado de las crecientes tensiones entre la moderación de contenidos y la libertad de expresión, Facebook se vio obligado a instaurar un consejo asesor de contenido, un organismo independiente formado por personas de distintas partes del mundo, especialistas en libertad de expresión, derechos digitales, líderes políticos, que tiene la tarea de deliberar sobre las decisiones de contenido de Facebook. Uno de sus principales casos ha sido el polémico bloqueo a Donald Trump por publicar contenido incitando a sus seguidores a atacar el Capitolio,<sup>17</sup> lo cual también repercutió en su cuenta de Twitter.

En cuanto a los organismos internacionales, conviene mencionar que la UNESCO<sup>18</sup> ha desarrollado un Seminario sobre Moderación de Contenidos y Libertad de Expresión en las Redes Sociales, en donde abordaron las perspectivas de organizaciones internacionales relacionadas con los estándares internacionales de regulación de contenidos y protección de derechos humanos, entre las discusiones se sostuvieron destacan los alcances de las regulaciones, los procedimientos y criterios de moderación privada y la transparencia y rendición de cuentas.

En cuanto al sector bibliotecario, subrayo la Declaración de la IFLA sobre Bibliotecas e Inteligencia Artificial<sup>19</sup> en la cual ponen énfasis en las posibles afectaciones a la libertad de expresión como consecuencia de la moderación de contenidos impulsada por la inteligencia artificial. Señalando que las consecuencias negativas de este tipo de moderación pueden tomar muchas formas, desde eliminar o bloquear la carga de contenido identificado como ilegal o dañino, hasta restarle prioridad a dicho contenido, o la implementación automática del derecho al olvido.

En este sentido, la declaración subraya que, a pesar de las ventajas que ofrece, con frecuencia se expresan dudas en relación con la moderación

---

17 Kang, “El Consejo Asesor...”.

18 “Moderación de contenidos y protección de la libertad de expresión en redes sociales II – Diálogo nacional”, UNESCO.

19 “Statement on libraries and artificial intelligence”, IFLA.

de la Inteligencia Artificial, uno de estos problemas es la falta de transparencia y la opacidad en cuanto a los criterios de eliminación. Esto se complementa con el reporte de *AccessNow*<sup>20</sup> en el que señalan que las decisiones sobre la moderación del contenido pueden tener ramificaciones no solo para la libertad de expresión, sino también para otros derechos fundamentales, como el derecho a la libertad de asociación, así como para el disfrute de los derechos económicos, sociales y culturales.

## CONCLUSIONES

Internet marcó un parteaguas en cuanto a la libertad de expresión y el libre acceso a la información. Los discursos y las narrativas se diversificaron, sin embargo, a medida que nuestro consumo de información se comienza a limitar al contenido en redes sociales, blogs, podcast, videos, etc., el poder para decidir quién tiene el privilegio de ser visto al inicio de tu pantalla, en los primeros resultados de búsqueda, en tus alertas del correo, recae en las plataformas y esto tiene un impacto tanto a nivel individual como colectivo, pueden potenciar narrativas y al mismo tiempo silenciar expresiones, lo cual afecta particularmente a comunidades vulneradas históricamente.

Por otro lado, estamos ante un desafío importante en materia bibliotecológica y de la información con la moderación de contenidos en redes sociales y los cambios que actualmente se están gestando. Las presiones políticas y sociales obligan a modificar la forma en la que los flujos de información circulan y llegan a nuestras pantallas.

Si bien, todavía falta debatir ampliamente sobre las plataformas digitales y la moderación de contenidos, sin duda, el panorama de la gobernanza de las plataformas digitales está cambiando y las y los profesionales de la información tendrían que tener incidencia en estos procesos.

---

20 “Protecting free expression in the era of online content moderation”, *AccessNow*.

## BIBLIOGRAFÍA

- AccessNow. “Protecting free expression in the era of online content moderation”. Consultado 10 de septiembre de 2021. <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2019/05/AccessNow-Preliminary-Recommendations-On-Content-Moderation-and-Facebooks-Planned-Oversight-Board.pdf>.
- AFP. “Caos en Ciudad de México por protesta contra Uber y Didi”. *Chicago Tribune*, 7 de octubre de 2019. Consultado 10 de septiembre de 2021. <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-caos-mexico-taxis-vs-uber-didi-20191007-gtuwg-zpk5nbtmano3veymsxu4-story.html>.
- Agencia EFE. “Airbnb acusa hoteleros de ir contra la plataforma para proteger sus ganancias”. *El Diario*, 30 de abril de 2019. [https://www.eldiario.es/economia/airbnb-hoteleros-plataforma-proteger-ganancias\\_1\\_1571426.html](https://www.eldiario.es/economia/airbnb-hoteleros-plataforma-proteger-ganancias_1_1571426.html).
- Arsht, Andrew y Daniel Etcovitch. “The Human Cost of Online Content Moderation”. *Jolt Digest*, 2 de marzo de 2018. <https://jolt.law.harvard.edu/digest/the-human-cost-of-online-content-moderation>.
- Capital 21 Web. “Taxistas en cdmx exigen suspender servicios de Uber, didi y Cabify”. *Capital 21*, 12 de octubre de 2020. <https://www.capital21.cdmx.gob.mx/noticias/?p=3808>.

European Parliament (EUPARL). “Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy”. Consultado 2 de septiembre de 2021. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOLE\\_STU\(2015\)542235\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOLE_STU(2015)542235_EN.pdf).

Forbes Staff. “Taxistas protestan en CDMX contra apps de transporte”. *Forbes*, 12 de octubre de 2020. <https://www.forbes.com.mx/noticias-taxistas-cdmx-contr-apps-transporte/>.

Gawer, Annabelle. “Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework”. *Research Policy* 43, n.º 7 (2014): 1239-1249. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.006>.

Hern, Alex. “TikTok ‘tried to filter out videos from ugly, poor or disabled users’”. *The Guardian*, 17 de marzo de 2020. <https://www.theguardian.com/technology/2020/mar/17/tiktok-tried-to-filter-out-videos-from-ugly-poor-or-disabled-users>.

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). “Statement on libraries and artificial intelligence”. Consultado 10 de septiembre de 2021. [https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/faife/ifla\\_statement\\_on\\_libraries\\_and\\_artificial\\_intelligence.pdf](https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/faife/ifla_statement_on_libraries_and_artificial_intelligence.pdf).

Jiménez Cano, Rosa. “El gremio de hoteleros del mundo, contra *Airbnb*”. *El País*, 28 de mayo de 2013. [https://elpais.com/tecnologia/2013/05/28/actualidad/1369755419\\_436138.html](https://elpais.com/tecnologia/2013/05/28/actualidad/1369755419_436138.html).



Kang, Cecilia. “El Consejo Asesor de Contenido de Facebook confirmó el veto a Trump. Así funciona”. *The New York Times*, 5 de mayo de 2021. <https://www.nytimes.com/es/2021/05/05/espanol/consejo-asesor-facebook.html>.

Klonick, Kate. “Why The History Of Content Moderation Matters”. *Techdirt*, 30 de enero de 2018. <https://www.techdirt.com/articles/20180129/21074939116/why-history-content-moderation-matters.shtml>.

Morelos, Marisol. “El negocio de la intimidad: detrás de monetizar contenido sexual en redes sociales”. *El CEO*, 2021. <https://elceo.com/tecnologia/el-negocio-digital-de-la-intimidad-contenido-sexual-redes-sociales-onlyfans/>.

Newton, Casey. “Facebook will pay \$52 million in settlement with moderators who developed ptsd on the job”. *The Verge*, 12 de mayo de 2020. <https://www.theverge.com/2020/5/12/21255870/facebook-content-moderator-settlement-scola-ptsd-mental-health>.

\_\_\_\_\_. “The Trauma Floor. The secret lives of Facebook moderators in America”. *The Verge*, 25 de febrero de 2019. <https://www.theverge.com/2019/2/25/18229714/cognizant-facebook-content-moderator-interviews-trauma-working-conditions-arizona>.

Srnicek, Nick. *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2016.

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). “Plataformas digitales y competencia en México”. Consultado 2 de septiembre de 2021. <https://www.oecd.org/daf/competition/esp-plataformas-digitales-y-competencia-en-mexico.pdf>.

Uber Blog. “Descubre todas las ciudades donde hay Uber en México”. Consultado 10 de septiembre de 2021. <https://www.uber.com/es-MX/blog/ciudades-donde-hay-uber/>.

United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO). “Moderación de contenidos y protección de la libertad de expresión en redes sociales II – Diálogo nacional”. Consultado 12 de septiembre de 2021. <https://events.unesco.org/event-t?id=3580540210&lang=3082>.

Van Dijck, José, Poell Thomas y Martijn de Waal. *The Platform Society*. Nueva York: Oxford University Press, 2018.

Wikipedia. La Enciclopedia Libre. “Conflicto entre Uber y los taxistas”. Consultado 10 de septiembre de 2021. [https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto\\_entre\\_Uber\\_y\\_los\\_taxistas](https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto_entre_Uber_y_los_taxistas).

***Desafíos en el entorno de la información y la documentación ante las problemáticas sociales actuales, Volumen 2.***

Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información/UNAM. La edición consta de 100 ejemplares. Coordinación editorial, Anabel Olivares Chávez; revisión especializada, Blanca Vilchis Flores; revisión de pruebas, Anabel Olivares Chávez y Valeria Guzmán González; formación editorial, Oscar Fernando Arcos Casañas. Fue impreso en papel cultural de 90 g en los talleres de Gráfica Premier, 5 de febrero n.º 2309, San Jerónimo Chicahualco, C. P. 52170, Metepec, Estado de México. Se terminó de imprimir en septiembre 2022.