
No son fake news, es desinformación

02/04/2019



Estamos cansados de oír hablar de *fake news*, pero ¿sabemos realmente qué son las "noticias falsas"?

"Esto es una manzana. Algunas personas pueden decirte que es un plátano. Podrían gritar 'plátano, plátano, plátano'. Una y otra vez. Podrían poner plátano en mayúsculas. Incluso podrías comenzar a creer que esto es un plátano. Pero no lo es. Es una manzana".

En octubre de 2017, la CNN lanzaba esta campaña para intentar desprenderse de la etiqueta que el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, les había colocado al acusarles de publicar *fake news* cada vez que sus informaciones no le gustaban, al igual que a otros medios.

"Los políticos la utilizan como arma arrojadiza para desprestigiar la ideología del contrario", explica a EFE la periodista y profesora universitaria Myriam Redondo, una de las mayores especialistas en desinformación en España.

En los últimos años, líderes políticos en todo el mundo han popularizado y desvirtuado el significado de la expresión "noticias falsas" para convertirla en una forma de atacar a la libertad de prensa.

Además, el fenómeno de las *fake news* excede su literalidad: no son solo noticias, sino contenidos, ni son solo falsedades.

Es mucho más, es "desinformación". Así hay que referirse a cualquier contenido informativo falso que haya sido creado y difundido de forma deliberada, según expertas como Redondo o Claire Wardle, una de las referentes mundiales en *fact checking* o verificación de datos, que este lunes celebra su Día Internacional.

¿Por qué es importante el rigor terminológico? Como sostiene Wardle, "estamos en guerra". Y para ganar la batalla es necesario identificar al enemigo.

¿A qué nos enfrentamos?

A bulos, noticias con datos erróneos, contenido audiovisual manipulado o descontextualizado, informaciones que conectan datos o hechos con imágenes falsas, a noticias fraudulentas, a textos satíricos, enumera Wardle, también directora de First Draft, organización que trabaja para mejorar la calidad informativa en la era digital.

La circulación masiva de estas formas de desinformación ha creado una "intoxicación informativa a gran escala", según un estudio del Consejo de Europa.

En medio de este ruido, "lo que queda en la mente de la gente es la confusión", subraya Redondo. O una "emoción intensa" que nos lleva a compartir la información rápidamente.

"En las redes sociales todo va a través de las emociones. Si no sabes que está diseñado para hacerte reaccionar, puedes ser manipulado muy fácilmente", advierte a EFE Alexandre Alaphilippe, director de la ONG EU DisinfoLab.

"Todavía no sabemos qué efectos genera en la intención de voto, pero, cuanto menos, confunde e influye", sostiene Redondo.

De hecho, las campañas del Brexit y la que dio la victoria a Trump en 2016 demostraron que la desinformación afecta a la calidad del sistema democrático, poniendo en circulación multitud de ideas y proclamas sin un auténtico "debate", y eso "no es justo", dice Alaphilippe.

¿Quién nos ataca?

Hay muchos actores dispuestos a diseminar desinformación, por tres motivos: ideología, dinero y pura diversión.

La desinformación ideológica es la que más preocupa a gobiernos e instituciones europeas, que han puesto el foco en Rusia desde hace años.

Unas 156 000 cuentas de Twitter procedentes de Rusia tuitearon sobre el Brexit los días anteriores a la consulta en la que se votó a favor de abandonar la UE. También se ha probado la difusión de noticias falsas desde servidores rusos coincidiendo con el referéndum ilegal de Cataluña.

Al margen de agentes estatales, los propios partidos políticos y sus simpatizantes difunden mensajes para hacer propaganda, ganar adeptos y, sobre todo, laminar al rival.

El beneficio económico es otro de los argumentos de los desinformadores. Hoy en día, es muy sencillo abrir un sitio web con contenidos falsos y polémicos, que reciben muchas visitas y generan ingresos fácilmente.

La maldad, el afán de provocación o la diversión sin escrúpulos también llevan a los usuarios a crear y compartir mentiras en las redes.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

El descrédito de los medios de comunicación, la desconfianza todavía mayor hacia las redes sociales y la incapacidad para diferenciar el mal periodismo de las "noticias falsas" alimentan el monstruo de la desinformación, según el Reuters Institute.

Solo un 14% de los españoles es capaz de distinguir una "noticia falsa", según el "Estudio sobre el impacto de las *fake news* en España", realizado por Simple Lógica en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid.

Redondo incide en la dificultad para diferenciar contenidos verdaderos de los falsos que circulan en plataformas "oscuras" como Whatsapp y sobre todo entre la gente mayor, vulnerable ante los bulos que tienen que ver con la salud, y la más joven.

"Los jóvenes tienen gran capacidad para detectar manipulaciones fotográficas, pero son tremendamente cándidos con la manipulación política", explica Redondo, que tiene alumnos universitarios que consideran "fuentes fiables" a los líderes políticos.

Estrategia defensiva

Investigación, alfabetización mediática, fortalecer la sociedad civil y una mayor transparencia de las plataformas digitales son pasos estratégicos para combatir este fenómeno, según EU DisinfoLab.

Organizaciones como Xnet van más allá al proponer que se penalice a gobiernos, partidos, medios y empresas que difundan noticias falsas, aunque eso topa con la dificultad de limitar la libertad de expresión, algo distingue a las democracias frente a los regímenes autoritarios.

En el día a día, el ciudadano debería "pensarse" dos veces antes de compartir una información sospechosa, dice Alaphilippe.

Al inicio de la temporada electoral en España y Europa, una primera medida es la de desconfiar de los candidatos: "Que no se fíen de lo que dicen los políticos en campaña. Hay que votar en función de lo que han hecho los partidos hasta el momento", opina Redondo.

Los medios de comunicación, por su parte, deben esforzarse en ofrecer información de calidad y desmentir bulos a través de la verificación, pero de forma muy selectiva y con precaución "para no amplificar estos contenidos".

Su papel será crucial ante situaciones de alerta como las que la investigadora española anticipa para estos comicios: "Es posible que se produzca una filtración escandalosa en el último momento".
