

Imprimir

El peligro para el periodismo se propaga desde las redes sociales

-Instrumentos de la manipulación y el engaño desde los gobiernos

-Los focos rojos encienden las alertas en los medios por la falsedad

“Noticias falsas”, es el significado literal del término *fake news*. Sin más. Cualquier otra pretendida acepción o explicación pasa por ser distractor, una distorsión o engaño, como cuando el término pretende traducirse por “prensa libre”. Y no son más que viles falacias; mentiras es lo que son.

Pero ah, cuánto circulan por las redes. Por millones y con múltiples intenciones. Unas veces por negocio, otras como distractor, otras tantas con fines ideológicos y políticos, de manipulación de la opinión de la gente para ocultarle la verdad, negarla o distorsionarla. Es decir, van desde el entretenimiento hasta el encumbramiento de políticos de todos niveles del poder. Es amplio el espectro que abarca.

Incluso hay categorías, o por grandes temas, según los fines o intereses que se mueven o quiera imprimirse a las personas, para imponer una imagen distinta o de plano torcer la realidad. Son sutiles porque, en su efectividad, atacan directamente a la emoción del usuario, del público.

Las *fake news* resultan tan comunes como las propias redes sociales; como si fueran parte “funcional” de los celulares. Pero por lo mismo, fluyen desde el smartphone hacia los foros de amigos, tan amplios como cada asociado y su propio círculo de amistades. Corren como pólvora.

El uso *fake* de Trump

Claro que como fenómeno colectivo, las *fake news* se han fortalecido por su empleo en la

toma de decisiones importantes, como las campañas políticas. La más reciente, la de Donald Trump, siendo candidato a la presidencia de los Estados Unidos de América. El caso tiene sus matices en México, pues el presidente Andrés Manuel López Obrador se refiere más a las “benditas redes sociales”, que a las noticias falsas.

Como sea, las *fake news* se posicionaron fuertemente con el uso político que les diera Trump. Fue el primero en utilizarlas, sin tapujos, asociadas a la política. El sentido amenazante y grotesco con que las empleó en sus conferencias de prensa desde la Casa Blanca, contra algunos periodistas cuyos medios lo criticaron durante su campaña electoral en 2016, lo delatan.

Por supuesto que el abanico desborda incluso la imaginación de cualquiera, sobre los alcances que poseen y la amenaza que representan las *fake news*. Para la sociedad en general, para el periodismo, para todos. Amenaza porque es lo contrario de estar informados, es la desinformación total.

Más bien, no hay que perderlas de vista como un mecanismo, el más grande jamás imaginado, de manipulación y distorsión de la realidad, desorientación y desinformación social. La amenaza es global. Comenzando por dificultad misma que implica descubrirla. No es tan sencillo.

Qué decir de la complejidad de temas en que se inmiscuye. Y sus métodos o técnicas (de lo que hablaremos luego). Pero atendiendo a su difusión, las *fake news* circulan masivamente, por millones. Al tiempo que se imponen por las dificultades de ubicación, o corroborar sus mentiras.

En la actualidad la información y desinformación van de la mano. Pareciera que ya resulta casi imposible detectarlas, no tanto por sus características como por la cantidad que rondan las redes. Se han extendido por el internet, pero son armadas voluntariamente con determinados fines.

El mundo al revés

Fake news, torcidas referencias de la realidad con fines económicos y políticos. Incluso el fenómeno llega hasta lo que se conoce como “posverdad”, un término moderno que pretende imponerse como filosofía en la vida contemporánea, por agentes a sueldo —promotores, “ideólogos” y “filósofos”— de la llamada globalización, por cierto, hoy en quiebra en su expresión occidental.

Por lo tanto, ni siquiera el término “posverdad” aguanta el rigor de la crítica. Porque ni se trata de algún tipo o modelo de conocimiento —en teoría no posee solidez alguna— nuevo, con un desarrollo propio; y sí en cambio es una corriente de pensamiento con muchos corifeos, pero carente de una metodología estructurada.

Cabe mencionarse esto de la “posverdad”, porque como el “mundo al revés” que representa, tanto en los EUA como en Gran Bretaña por ejemplo se ha empleado para desbaratar el *establishment*; al primer país le dio resultados a un Trump en campaña para ganar, al segundo país para imponer el *Brexit*, con todo y no da color.

Dicho sea, porque el criterio de la posverdad es que los hechos “objetivos” tienen menos influencia en la opinión pública que los que apelan a las emociones y a las creencias personales. Esa es la parte del dilema que implica su pretendida imposición. Entonces, ¿cuál verdad, tanto con las *fake news* como la posverdad?

Como sea, el fenómeno de las *fake news* es muy importante, para el periodismo por su generalización y los peligros que conlleva. Para la profesión y la sociedad globalizada por el uso masivo del internet.

Pocos estudios serios hay sobre el tema. Muchas notas periodísticas, eso sí, por lo mismo que el término incluso es de uso más o menos reciente. Apenas entre 2017 y 2018, por ejemplo, los diccionarios Oxford y Collins declararon que la palabra *fake news* creció en uso durante doce meses un 365 por ciento.

El dato es del libro *Fake news. La verdad de las noticias falsas*, escrito por el periodista español Marc Amorós García (una edición de 2018). Un análisis revelador sobre el problema

que representa la fabricación y distribución, o difusión de mentiras por internet vía las redes sociales.

El autor comienza haciendo una afirmación lapidaria: “Estamos pasando de la sociedad de la información para adentrarnos en la sociedad de la desinformación”. O como dijo el papa Francisco, “los periodistas difunden *fake news* (y) corren el riesgo de caer en coprofilia” (literalmente, comer caca).

La desinformación, agrega el papa en entrevista para el semanario belga *Tertio*, “probablemente es el daño más grande que los medios pueden hacer, porque la opinión está dirigida en una dirección, desatendiendo la otra parte, la verdad”. (p. 48). Y es claro que una sociedad con una mala salud informativa está condenada “a la ceguera”; es decir, presa ciertamente de una mayor manipulación. Como dice una cita de Sánchez Ferlosio: “Vendrán más *fake news* y nos harán más ciegos” (pp. 14).

Las *fake news* son mentiras, e inmediatamente vienen las preguntas, ¿por qué las compramos, por qué existen, se difunden y viralizan si son peligrosos, alguien sale ganando con ellas? ¿Cuál es su verdad? La primera respuesta: Creer y preferir una noticia falsa es “mejor” a “una verdad (que) nos estropee la realidad”. Pero, ¿y en dónde están los periodistas ante esto? Estamos frente a un reto, arrastrados por la modalidad de un internet masivo.

La inmediatez

Informaciones falsas que pasan por auténticas noticias, dispuestas a “difundir un engaño, una desinformación deliberada y obtener un fin”, económico o financiero, pero también político e ideológico. Pero ¿quién las fabrica?, el autor responde: “Tú, o un robot programado por ti”. Con un tema atractivo y un titular impactante, un poco de texto para darle apariencia informativa, y ya está. “Copiar, pegar, impactar, ¿ves qué fácil es fabricar una noticia falsa?”. (p-37).

Vivir en el mundo de la información y la inmediatez tiene sus costos. La paradoja es la

siguiente: “Si no lees los periódicos no estás informado, y si lees los periódicos estás mal informado”. Ese es el sentir, al menos en España. Claro que se trata de saber la verdad, no ser el primero en ir corriendo al puesto de periódicos.

Mark Twain escribió que “es más fácil engañar a la gente que convencerla de que ha sido engañada”. Y ha existido manipulación de la gente en fenómenos de alcance mundial como el *Brexit* en Gran Bretaña o la elección de Donald Trump en los Estados Unidos; es decir, con fines políticos en ambos casos. Como sucede en otros muchos países.

The Sun, el diario británico publicó: “La reina apoya el Brexit”, era falso. De Trump, en 2016 circuló: el papa apoya a Trump, tampoco era verdad. Tres mil publicaciones desde cuentas falsas, que fueron vistas por más de diez millones de votantes en EEUU.

Groucho Marx dijo: “Hay tantas cosas más importantes que el dinero. ¡Pero cuestan tanto! Por ejemplo, la verdad”. La Computense confirma que “el 90% de los españoles ha compartido una noticia falsa... por diversión, porque no causa ningún daño. Un 7% por interés económico, político o publicitario...”. (p.52).

Los *bots* tienen su lugar

Aparte hay programas informáticos que comparten contenidos en redes sociales, los llamados *bots*, que pasan el 20% de *fake news*. Solo “en Twitter hay 48 millones de usuarios que son en realidad *bots*”; máquinas para manipular y lucrar a la opinión pública. En México, por ejemplo, un personaje que se dedica a sembrar *bots*, asegura tener “diez millones de *bots* a su disposición”.

“Invenciones o falsedades creadas para desinformar”, dice el autor. Las hay de siete tipos: parodia, engañosas, impostoras, fabricadas, falsamente conectadas, de contexto falso, manipuladas; cada con sus “ingredientes ideales” para crear noticias falsas. (pp.55-56).

Otra interrogante de las *fake news* es por qué las creemos. Las razones el autor las recopila en 10 puntos: Por fe, nos dan la razón, suben la autoestima, nos gustan las mentiras, nos

autoengañamos, molan (joden) mucho, viene a buscarnos, no importa de dónde salen, son tramposas, emocionantes, impulsan a compartir y “se aprovechan de nuestra desconfianza en el periodismo”. (p.91).

Qué decir del cerebro, que cae en la “trampa de la verdad ilusoria”. El “cerebro etiqueta como más ciertas las noticias más repetidas. Y no podemos evitarlo”. Y eso porque: “No podemos experimentar las «cosas-en-sí-mismas», sino solamente tal como las experimentamos en nuestra mente”. (p.96). Luego entonces, nuestro cerebro no se adapta a la realidad, se autoengaña para adaptar la realidad a nuestras creencias, lo que suena muy kantiano.

Un ejemplo de alto impacto es la muerte de personalidades. Es el caso de Fidel Castro, el presidente cubano, que falleció en 2016 pero muchos no creían porque había muerto hasta 300 veces en las redes. Lo mismo que personalidades de la talla de Obama, Raphael, Bon Jovi, Rowling, Jackie Chan, también Le Clézio y Gérard Depardieu, entre otros.

Cómo detectar las *fake*

Este punto es interesante. Según estudio aplicado en España, el lector aduce pistas como las siguientes: El 29% se cree capaz de detectar si una noticia es irreal o poco verosímil; un 26% indica que por la confiabilidad del medio; si el titular de la noticia es demasiado alarmista o ridícula; por saber quién firma la noticia, el 7% se refiere al autor; un 6% tras verificar la información concluye que es falsa; por el sentido común o la lógica, solo un 3% las detecta.

Dichas señales no coinciden con el 70% de quienes navegan en internet que no distinguen una noticia falsa. Para proceder mejor, el autor muestra diez preguntas que debemos aplicar todos para detectar una posible noticia falsa.

1. Desconfía si el sitio web tiene nombre inusual, busca detalles por las imitaciones;
2. Mira si la noticia tiene horrores ortográficos o está mal escrita, diseño malo, sensacionalismo;

3. Desconfía de la fuente informativa;
4. Las *fake news* invocan al miedo, la indignación o buscan darnos la razón;
5. El poder de la imagen, una foto impactante puede estar fuera de contexto;
6. La coherencia en el tiempo, si los hechos tienen un orden cronológico;
7. Comprobar los datos de la noticia;
8. Si intuyes o detectas algún interés ideológico o partidista;
9. Se ve claramente si es una broma;
10. Preguntarse qué se gana compartiendo la información.

Del mismo modo: ¿Qué hacer contra las noticias falsas?

- 1.- “Mejor periodismo: más hechos; menos opinión”. Para el periodismo no hay alternativas: “Tiene que recuperar el poder”.
- 2.- Hacer lo posible para reducir su difusión. El inventor de la *www*, Tim Berners-Lee ha exigido a Google y Facebook que hagan avances serios contra las *fake news*.
- 3.- “Convertirnos todos en cazadores de *fake news*.” La mayoría de la gente no sabe reconocer una noticia falsa de una real, tampoco entiende lo que es una fuente de información, por lo que hace falta acceder a una mejor educación informativa. En otras palabras: es importante conocer sobre las noticias, “capacitarnos para convertirnos en usuarios de medios mejores y más activos”. (p. 173). Ya hay webs que cazan *fake news* (p.174), pero son incipientes.
- 4.- Terminar con la impunidad de las noticias falsas. Difamar, mentir, lucrar, manipular o

atentar contra la libertad de expresión, acciones que no están protegidas por la libertad de expresión, en Alemania “se castigan con penas de hasta cinco años de cárcel”. El Parlamento europeo también está pidiendo endurecer las penas contra “los difusores” de *fake news*, diríamos de oficio o profesión, pero más bien debe ser contra los creadores de las noticias falsas. ¿Y el mundo?

5.- Desactivar la economía de las páginas de *fake news*. La mayoría lo hace con fines económicos, o ideológicos. En 2017 Facebook anunciaba que bloquearía las publicaciones falsas, pues dañan la confianza y hacen que el mundo esté menos informado.

¿El periodismo, en dónde queda?

Hasta los mejores están expuestos a caer en el engaño. En 2013 *The New York Times* reconoció haber publicado *fake news*, las producidas por uno de sus jóvenes periodistas estrella, Jayson Blair. Llegó a publicar 36 historias que eran mentira, y otras 70 que contenían plagio y falsedades. Las *fake news* se habían infiltrado en el periodismo escrito, lo que provocó la dimisión del director y el director adjunto. (p.108).

En 2017, otra historia falsa de cambio de sexo de una hija de la pareja de Angelina Jolie y Brad Pitt, hizo morder el anzuelo a *El Mundo* y *La Vanguardia*, así como muchos periódicos latinoamericanos.

El año 2013, 24 de enero, *El País* tuvo que retirar su tiraje de los quioscos y reimprimir a toda máquina una nueva edición. Era una foto de alguien que se parecía a Hugo Chávez, presidente de Venezuela, en esos momentos enfermo y bajo tratamiento en Cuba. “Estábamos ante la sensación de tener una exclusiva mundial”, habría dicho Luis Margáin, director de fotografía. Y fueron más las ganas de compartirlo, que verificar la imagen.

En el diario italiano *Liberio*, el pseudoperiodista Tommaso Debenedetti publicó una serie de entrevistas todas *fake*, con personalidades como Gore Vidal, Günter Grass, José Saramago, Le Clézio, Dalai Lama, Lech Walesa, Mijaíl Gorbachov, Noam Chomsky y el cardenal Ratzinger, por lo que declaró: “Me gusta ser el campeón italiano de la mentira”.

En mayo de 2012 el escritor Umberto Eco difundió que: “Según la voluntad del escritor la noticia de la muerte de García Márquez será anunciada oficialmente en las próximas horas por su hermana”. La noticia impactó, pero era *fake*. Escrita por Debenedetti, ni era Umberto ni García Márquez se había muerto. Pero arguyó que los periodistas no confirman las noticias de las redes.

De todos estos diarios, sólo *The New York Times* reconoció el error de publicar *fake news*. Si se publican mentiras es no confirmar las fuentes, increíble para la profesión que busca la verdad. Pero sucede.

En *El rumor como sustituto de la noticia*, de Julieta Tarrés, sobre el rumor resume nueve razones: la falta de temas de interés, la negligencia de recolectar información, la ambigüedad de la información, la inmediatez, la no confirmación, falta de fidelidad, intencionalidad de ocultar, dar una noticia propia y el desconocimiento del hecho.

Pero “el periodismo debe ser la verdad de cada día”, dijo Calibán. Pero desde no hace mucho tiempo, dice el autor, “la verdad para el periodismo ha dejado de ser incuestionable para ser interpretable”. En 2017 también *The New York Times* realizó una campaña bajo el lema: “La verdad es difícil. Difícil encontrarla. Difícil de saber. La verdad es ahora más importante que nunca”.

No obstante, hay tres factores que inciden en la pérdida del valor de la verdad por los medios. 1) “La verdad ya no es intocable, ahora es personalizable. La información es al gusto del consumidor”, para crear “mi verdad” o “nuestra verdad”. 2) “La información ya no vale nada, ahora es gratis”. Con la digitalización el periodismo ha sufrido una crisis económica. 3) “Las noticias ya no se hacen para informar”, sino para darles clic.

¿Luego entonces, como se puede recuperar el periodismo? Cinco tips da el autor de *Fake News. La verdad de las noticias falsas*, Amorós García.

1. No crear ni publicar *fake news*

2. No usar el poder del periodismo por interés propio ni de nadie
3. Ser independientes
4. Priorizar los hechos alejándoles de toda opinión
5. Abandonar el periodismo de declaraciones y apostar al periodismo de investigación

Sin embargo, no se puede ignorar la realidad, como es que los lectores ahora se informan por las redes sociales. En Estados Unidos, por ejemplo, el 62% se informa por esta vía. No obstante, sin garantías, porque ahora las noticias auténticas y las falsas tienen la misma capacidad de viralizarse. Además, ahora las noticias se reproducen dentro de burbujas de opinión creadas por nuestras redes sociales.

Aparte, hoy todos somos ya un medio de comunicación, un medio que refleja nuestra verdad. Solo que las *fake news* amenazan con invadir nuestra burbuja, o de hecho ya lo invadieron y bajo nuestro innegable consentimiento.

El mundo de la posverdad

¿Vamos o estamos en la posverdad? “Posverdad”, el diccionario Oxford la eligió en 2016 como palabra del año. “Define la circunstancia en la que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y las creencias personales”. (p. 183). No importa “la verdad, solo mi verdad”.

Bob Woodward, el periodista del Watergate, dice que Nixon ya practicaba la posverdad. Hoy los gobernantes actúan así: “La propaganda pasa por la desinformación: rechazar los hechos y empuñar la posverdad. Putin y Trump insisten en que la verdad es lo que ellos dicen, aunque un día sea una cosa y otro día sea otra. No hay debate posible.” (p. 184).

“Qué papel juegan las *fake news* en la posverdad?”, se pregunta el autor. “Las *fake news* son el tren de alta velocidad que nos lleva directo a la posverdad”. Hoy en día solo es verdad lo

que circula en internet, la web y las redes sociales; si a esto añadimos la velocidad que “empuja a los usuarios y a los consumidores de noticias a compartir la información antes que analizarlas”, entonces estamos “perdiendo la batalla”. “Las *fake news* vuelan, se viralizan y nos conducen a una realidad de posverdad donde solo importa mi verdad”. (p.184).

Conclusión

Hacía falta un libro sobre las *fake news* como éste. Para el gremio periodístico, para los usuarios de internet, para los jóvenes y la sociedad en general de este mundo global. Para entender quién o quiénes están fabricando noticias falsas, y con qué finalidad, con qué periodicidad circulan. Cómo, por qué y para qué se están creando las *fake news*; qué fin tienen, cómo circulan y porqué es importante analizar el fenómeno.

Las *fake news* son mentiras, son inventos por negocio, para desacreditar o para manipular. Se distribuyen a la velocidad del internet y en redes sociales. El fenómeno es mundial, no de un solo país, por lo que las medidas previsoras deberán ser de común acuerdo.

¿El mundo está o estará dispuesto a tomar medidas? Es complicado, pero no imposible. Alemania está dando el ejemplo ya. Pese a que las *fake news* son creadas por todo el mundo, y no existen los rastreadores o analistas suficientes para destruirlas. Pero están los dueños de las redes sociales como Facebook o Twitter, a los que debemos exigirles el corte del cordón umbilical que son las ganancias por los retuit.

Es verdad que las personas carecen de los medios para descartar las mentiras. Pero el autor brinda algunos consejos. Solo los periodistas están o estamos obligados a identificar las *fake news*, y consecuentemente a no difundir sin probar su origen. De entrada, nadie debería retuitear nada de origen sospechoso, poco claro o desconocido. Ningún mensaje emotivo, una nota mal armada, una foto fuera de contexto. Es por todos para evitar estar mal informados y ser manipulados.

Son más los que se dedican a crear mentiras que verdades. Pero también es urgente atender el fenómeno, como castigar a los responsables. El libro aporta muchos ejemplos y reflexiones

sobre el tema.

Es para el lector curioso, pero sobre todo para el especialista en medios. Para luchar por la reivindicación de la verdad, y evitar la desinformación a la sociedad. El tema está bien abordado para medios españoles, falta replicar el estudio para la situación de México, y de Latinoamérica.

En este mundo donde las mentiras pretenden imponerse como actores para comprender la realidad. Donde por la llamada posverdad rige la visión personal por encima de la colectiva, social o histórica. ¿Perderemos la batalla ante las *fake news*? El reto radica en el control social de la tecnología, no viceversa. A ver qué dice la sociedad globalizada.

Salvador González Briceño

Fuente:

https://www.alainet.org/es/articulo/202021?utm_source=email&utm_campaign=alai-amlatina

Foto: watchity