

¿QUÉ SON LAS *FAKE NEWS*?

GUÍA PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN
EN LA ERA DE POSVERDAD



Contenido

¿Qué son las Fake News?	01
¿Por qué se divulgan?	04
La era de la posverdad	05
Tipos de información falsa	06
Las 8 P de la información falsa	07
Fake News y democracia	08
¿Qué rol tomar ante las Fake News?	11
¿Cómo detectar Fake News?	12
Aprendiendo a desmentir Fake News	15

¿Qué son las Fake News?



Siempre han existido las noticias engañosas, pero a partir de la emergencia de Internet y de nuevas tecnologías de comunicación e información, las Fake News han proliferado a lo largo y ancho del planeta. Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. Las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado. Así se genera un circuito vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos. Todo esto sucede en un contexto de *posverdad*, término definido por el diccionario de Oxford como la palabra del año en 2016 y se refiere a las circunstancias en que los hechos objetivos son menos importantes a la hora de modelar la opinión pública que las apelaciones a la emoción o a las creencias personales. El periodismo de calidad y el derecho de lxs ciudadanos a informarse debidamente están sufriendo el impacto de este fenómeno que se vuelve cada vez más peligroso y que influye de distintas maneras en las prácticas democráticas.

FAKE NEWS

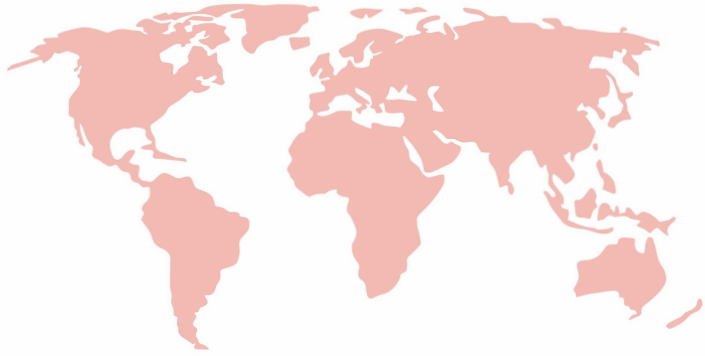
Un ejemplo clave para explicar esto, es la campaña presidencial de Donald Trump en 2016. Su victoria como nuevo presidente de los Estados Unidos fue posible gracias al tratamiento de manipulación de verdad. Según la web Politifact [1] el 70% de las declaraciones electorales de Trump eran bastante falsas, falsas o grandes mentiras.

En *La microfísica de la Posverdad*, ensayo publicado en Digitalísimo por Hugo Pardo Kulinski [2] se afirma que la comunicación política sabe desde siempre que entre racionalidad y emoción, predomina la emoción, y que la manipulación, las medias verdades o directamente las mentiras estratégicas hacen su juego para construir una base electoral o, peor aún, consolidar una idea política.

El uso de las redes sociales para destruir la imagen pública de su oponente Hillary Clinton a partir de información falsa fue una de sus estrategias principales.

A pesar de que luego se desmintiera, la información circulaba de una manera veloz, generando efectos negativos en la percepción social de la candidata.





¿Qué son las Fake News?

La **Federación Internacional de Periodistas**, organización que representa a 600.000 comunicadores y comunicadoras en todo el mundo, considera pertinente abordar una publicación que tuviera como fin esclarecer y visibilizar el fenómeno de las Fake News, a modo de guía para periodistas y para la sociedad en general para identificarlas, evitar su reproducción y desmentirlas. Para frenar el círculo de desinformación es importante que tanto periodistas como ciudadanos puedan tomar conciencia de que es una cuestión que tiene incidencia en la sociedad en su conjunto, que afecta la integridad democrática y que debe ser abordada en sus dimensiones política, social y cultural.



¿Por qué se divulgan?

A partir de la emergencia de plataformas sociales se ha vuelto mucho más sencilla la divulgación de noticias engañosas. En principio, porque al pasar a una forma de comunicación networking, a diferencia del broadcasting, el intercambio de mensajes en red, permite que los usuarios sean además de consumidores, también productores de discursos que circulan y que muchas veces son falsos. Y en segundo lugar, estas plataformas utilizan un algoritmo que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logrando que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y filtrada. Pero también hay algo a tener en cuenta y es que el flujo informativo en las redes sociales se actualiza constantemente no sólo por relevancia para el usuario sino también de acuerdo al alcance e interacciones que tiene el posteo, validando una noticia sólo por su nivel de difusión. Por otro lado, los distintos intereses políticos, partidarios, o simplemente una confusión se vuelven motivos para que de una manera más frecuente se viralice un contenido engañoso.



La era de la posverdad

El director de la Real Academia Española, Darío Villanueva, definió a la posverdad, término que próximamente será incluido en el diccionario, como aquella información o aseveración que apela a las emociones, creencias o deseos del público en lugar de a hechos objetivos. Como mencionamos previamente, Kuklinski establece que la comunicación política predomina la emoción: manipulación, las medias verdades o las mentiras construyen una base electoral o una idea política. Donald Trump es el ejemplo más claro. Su porcentaje de mentiras o promesas falsas dichas en su campaña electoral es muy alto. Según la web Politifact, el 70% de las declaraciones electorales de Trump eran falsas o grandes mentiras.

Teniendo en cuenta la gravedad que puede llegar a implicar la difusión de fake news en la era en la que la emoción predomina frente a la verdad es importante aprender a reconocer una información errónea antes de divulgarla.



Tipos de información falsa



La organización First Draft [3] ha diferenciado siete tipos de contenido erróneo que puede circular:

1) Sátira o parodia: No pretende causar daño o engaño.

2) Contenido engañoso: Se trata del uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo.

3) Contenido impostor: Es el tipo de información que suplanta fuentes genuinas.

4) Contenido fabricado: Contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado especialmente para engañar y perjudicar.

5) Conexión falsa: Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido.

6) Contexto falso: Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa.

7) Contenido manipulado: Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar.

Las 8 P de la desinformación

Ahora bien, ¿quiénes y por qué se crea este tipo de contenido?

First Draft establece ocho “P”, motivos que ayudan a explicarlo:

- 1) **Periodismo deficiente**
- 2) **Parodia**
- 3) **Provocación**
- 4) **Pasión**
- 5) **Partidismo**
- 6) **Provecho**
- 7) **Poder o influencia política**
- 8) **Propaganda**

Cada uno de los tipos de mala información y contenido erróneo contiene alguna de las ocho “P” en su interior.

A continuación, se pueden observar algunos ejemplos de implementación de noticias falsas por parte de los gobiernos en el período electoral.

Fake news y democracia



En los últimos meses ha trascendido en los medios el caso de Cambridge Analytica por el rol que tuvo la empresa en las últimas elecciones presidenciales de EE. UU. y su participación en el Brexit, además de haber operado en otros países. De acuerdo con datos del Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (**CELAG**) [4] la compañía usó datos de perfiles de Facebook sin el consentimiento de los usuarios mediante un test de personalidad, que operó como disparador para poder recopilar alrededor de 50 millones de muestras que permitieran conocer perfiles políticos de votantes estadounidenses y, así, redireccionar las preferencias de éstos. Estos perfiles fueron manipulados en favor de la campaña de Donald Trump mediante la creación de publicidad seccionada según cada perfil y creando fake news. Debido a esto, la Fiscal de Massachusetts anunció que lanzaría una investigación.

El Senador Mark Warner mencionó la necesidad de que el Congreso mejore los controles de recolección de datos y de una ley para regular la publicidad política en internet.

CASO BRASIL

En 2017 la empresa abrió una filial en Brasil de cara a las elecciones: "CA-Ponte" que ya está siendo investigada para saber si operó en Brasil. Andrés Torreta, directivo de CA-Ponte explicó a la BBC que aprovechaban la metodología usada por Cambridge Analytica y planeaban aplicar el uso del direccionamiento inteligente de mensajes políticos a Whatsapp empresa que pertenece a Facebook.

CASO ARGENTINA

La cadena británica Channel 4 filtró información en la que se nombra a Argentina como uno de los países donde probablemente operó Cambridge Analytica. La Cámara Nacional Electoral (CNE) de Argentina, que forma parte del Poder Judicial, ha abierto una investigación para saber si estuvo involucrada en las elecciones argentinas.

Fake news y democracia

CASO MÉXICO

En México también se alertó de la presencia de Cambridge Analytica teniendo en cuenta que el país está ya que estuvo en proceso de elegir a su nuevo presidente.

Uno de los temas que ha generado debate desde 2012 es el uso constante de cuentas falsas en redes sociales, a lo que se le suma el fenómeno de fake news.

Desde entonces, se denuncia el uso de bots (cuentas falsas) y trolls (gente que usa las redes sociales para provocar o desviar la atención en un debate) a favor del entonces candidato presidencial del PRI y ex presidente Enrique Peña Nieto.

Su actividad estaba enfocada a posicionar ciertas noticias o mensajes favorables a Peña Nieto, opacando y quitando de medios digitales aquellos tópicos y noticias en contra del candidato, o expresiones de descontento.



Fake News y democracia

La Asociación de Periodistas de El Salvador (APES) [5] afiliada a la FIP, es una de las organizaciones preocupadas por el incremento de las fake news y falsos medios digitales (conocidos como FAKE MEDIA), la mayoría creados en cuentas de Facebook y que publican notas que carecen de los principios básicos del periodismo, sus titulares son llamativos y tienen como objetivo fomentar la viralización de la noticia, muchas veces descontextualizada, con información errónea o manipulada, datos no verificados e incluso imágenes denigrantes, muchas de estas notas carecen de la firma del periodista que elaboró el texto. Estos “FAKE MEDIA” generan confusión entre los lectores, y fomentan una cultura de desinformación que atenta contra la democracia. En ese sentido, APES impulsa el debate serio sobre el trabajo periodístico en las plataformas digitales y establecer criterios periodísticos mínimos para ser considerados medios informativos digitales.



¿Qué rol tomar frente a las Fake News?

Teniendo en cuenta que las noticias falsas están impactando no sólo el derecho a la información sino que se trata de un fenómeno que tiene incidencia también en la sociedad en su conjunto y que afecta la integridad democrática, cabe reflexionar sobre el rol que deben tomar tanto la sociedad como los y las comunicadores y comunicadoras al respecto.

En una declaración conjunta de organismos internacionales [6] el relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Edison Lanza, describió claramente el fenómeno estableciendo que la desinformación y la propaganda afectan intensamente a la democracia, erosionan la credibilidad de los medios de comunicación tradicionales, interfieren con el derecho de las personas de buscar y recibir información de todo tipo, y pueden aumentar la hostilidad y odio en contra de ciertos grupos vulnerables de la sociedad. También destacó la importancia de tomar iniciativas desde la sociedad civil y los medios de comunicación para identificar noticias deliberadamente falsas, desinformación y propaganda, y generar conciencia sobre estas cuestiones.



¿Cómo detectar Fake News?

FACT-CHECKING

Chequeado.com, [7] tal como definen en su sitio web, es medio digital sin fines de lucro argentino que se dedica a la verificación del discurso público y la promoción del acceso a la información y la apertura de datos. Mediante el chequeo de los dichos de políticos, economistas, empresarios, personas públicas, medios de comunicación y otras instituciones formadoras de opinión, los clasifican de “verdadero” a “falso” según su consistencia con los hechos y datos a los que se refieren.

También tienen una sección llamada "Falso en las redes" dedicada a chequear las noticias que circulan en las redes sociales.

Con el objetivo de no caer en la trampa de las informaciones falsas y poder fortalecer un debate público y un periodismo más atento, Chequeado elaboró una lista de seis consejos para detectar desinformación y contenido pernicioso:

1. Desconfiar de los títulos grandes y en mayúsculas: Este tipo de titulares están diseñados para apelar a la emotividad y generar interés en redes sociales, ya que resaltan más en las actualizaciones de las redes.



¿Cómo detectar Fake News?

2. Analizar la sección “Acerca de” o “About”

del sitio: En los medios más confiables, esta parte de la página incluye datos importantes acerca del equipo, el financiamiento, la dirección donde funciona el medio, el contacto u otras características verificables. En aquellos sitios creados específicamente para difundir contenido falso, esta sección generalmente no existe o está incompleta.



3. Chequear los links y las citas: Es importante verificar las fuentes que tiene la noticia, si los vínculos que se indican como fuente no funcionan o redirigen a páginas que no están relacionadas con lo referido, el artículo ya es sospechoso y no debería compartirse. Para ello, buscar las citas mencionadas en Google u otro buscador, para verificar que efectivamente hayan sido declaraciones de las personas a quienes se les atribuye, puede ser una buena opción.



¿Cómo detectar Fake News?

4. Desconfiar de URLs similares a sitios

conocidos: En varias ocasiones, una estrategia de los sitios que difunden noticias falsas es utilizar un vínculo bastante similar a otros portales conocidos. Esto lo hacen para confundir al lector y que éste difunda datos falsos.



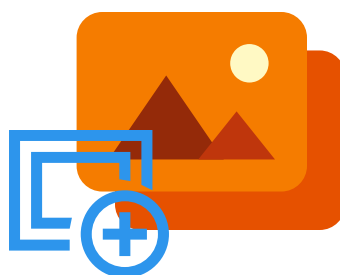
5. Encontrar una fuente local y consultarla:

Alguien que está en el lugar de los hechos puede proveer información crucial, y no se necesita ser parte de un medio con un corresponsal para poder hacer esto.



6. Realizar una búsqueda inversa de imágenes:

en muchas ocasiones, el contenido engañoso hace uso de fotos fuera de contexto o que no se corresponden con las originales. Con sólo buscar esas imágenes en Google, se puede fácilmente desestimar una información que es presentada como cierta.



Aprender a desmentir Fake News

Una vez que se identifica una noticia falsa o desinformación, aprender a desmentirla es todo un arte. El Instituto Poynter [8] publicó en 2015 una nota de Alexios Mantzarlis que indica seis consejos para desacreditar noticias falsas:

1. No se debe hacer daño

Antes de comenzar a desacreditar, hay que asegurarse de que no se estén compartiendo rumores falsos. Evitar convertirse en una de las miles personas que dan crédito a un tweet falso al retwittearlo también.

2. Utilizar búsquedas personalizadas:

Si se quiere determinar la certeza de algo, empezar con una búsqueda personalizada en Google que sólo se base en fuentes en las cuales uno confíe. La filtración de una búsqueda te ayudará a encontrar la verdad más rápido.

3. Comprobar la imagen:

Si se usa Google Chrome, se puede arrastrar y soltar la foto en Google Images. De esta manera se comprobará si la imagen corresponde al hecho en cuestión.

4. Se recomienda tener un motor de

búsqueda humana: es decir, ciertas personas con las que se pueda consultar para comprobar conclusiones. Los expertos a menudo están dispuestos a difundir la verdad; es muy probable que te respondan a un tweet destinado a desacreditar la información errónea en línea dentro de su campo de especialización.

5. Encontrar a alguien local que pueda

proveer el contexto crucial: Si no se conoce a ninguno, Twitter no sólo propaga falsificaciones sino que también cuenta con opciones de geolocalización, que pueden ser útiles para encontrar testigos.

A través de estos canales, se pueden confirmar detalles simples pero cruciales, que ayudan a corroborar cualquier evidencia que ya se haya encontrado.

Aprender a desmentir Fake News

6. No esperar que se pueda alcanzar a todos:

Se ha dicho que la desacreditación de las imágenes de los medios sociales es “un esfuerzo fútil y sin esperanza” similar a golpearse la cabeza contra una pared. La propagación de información falsa es un negocio real para algunos, y el verificador está luchando en una guerra desigual. Sin embargo, no es una causa perdida.



Fuentes

PolitiFact [1]

Es un sitio web de verificación de hechos que califica la exactitud de las afirmaciones de los funcionarios electos y otras personalidades públicas. Se trata de un proyecto operado por el Tampa Bay Times, en el que los periodistas y editores del Times y las declaraciones de los medios de comunicación afiliados comprueban las declaraciones de los miembros del Congreso, la Casa Blanca, cabilderos y grupos de interés.

[2] Digitalismo.com

Es un blog producido por Hugo Kuklinski, Doctor en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Fundador y Director General de Outliers School. Fundador de CampusMovil.net (2008-2010). Visiting Professor del Human-Computer Interaction (HCI) Group de Stanford University (2007/09). Visiting Researcher de la School of Arts and Media, Tampere Polytechnic, Finlandia (2006). Desde 2005 es productor de Digitalismo.com.

[3] First Draft

First Draft se formó como una coalición sin fines de lucro en junio de 2015 para crear conciencia y abordar los desafíos relativos a la confianza y la verdad en la era digital. Estos desafíos son frecuentes en salas de redacción, organizaciones de derechos humanos y empresas de tecnología social, y también en sus audiencias, comunidades y usuarios. Se dedica a mejorar las habilidades y estándares en la cobertura y difusión de información que surge online. Ofrecen asesoría práctica y ética sobre cómo encontrar, verificar y publicar contenido proveniente de las redes sociales.

Fuentes

[4] CELAG: Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica

El Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG) es una institución dedicada a la investigación, estudio y análisis de los fenómenos políticos, económicos y sociales de América Latina, cuyo objetivo es elaborar saberes e instrumentos para entes decisores de políticas públicas, estrategias electorales o acciones sociales. Hemos colaborado con debates y propuestas de políticas públicas que buscan ampliar los horizontes democráticos en América Latina.

[5] APES: Asociación de Periodistas de El Salvador

La Asociación de Periodistas de El Salvador agremia a periodistas de diversos medios de comunicación y de instituciones públicas y privadas, así como académicos del área de la información. Actualmente es una de las organizaciones afiliadas a la Federación Internacional de Periodistas por El Salvador

[6] Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión y Noticias Falsas, Desinformación y Propaganda

Expertos para la libertad de expresión de la ONU, OSCE, CIDH y la Comisión Africana de Derechos Humanos emitieron su Declaración Conjunta de 2017 en un evento que se llevó a cabo en Viena, Austria. Este año la Declaración Conjunta aborda el fenómeno de la desinformación, propaganda y las llamadas "fake news". La Declaración Conjunta disponible en el siguiente enlace

Fuentes

[7] Chequeado.com

Chequeado es el principal proyecto de la Fundación La Voz Pública. Es un medio digital no partidario y sin fines de lucro que se dedica a la verificación del discurso público y la promoción del acceso a la información y la apertura de datos. Chequea los dichos de políticos, economistas, empresarios, personas públicas, medios de comunicación y otras instituciones formadoras de opinión, y los clasificamos de “verdadero” a “falso” según su consistencia con los hechos y datos a los que se refieren.

[8] Poynter

El Poynter Institute for Media Studies es una escuela de periodismo sin fines de lucro ubicada en St. Petersburg, Florida. La escuela es propietaria del periódico Tampa Bay Times. La escuela comenzó el 29 de mayo de 1975, cuando Nelson Poynter, el dueño y presidente del St. Petersburg Times (ahora Tampa Bay Times) y Times Publishing Company, decidió comenzar una pequeña escuela de periodismo llamada Modern Media Institute. Una década después se llamaría Poynter.