

Desinformación y noticias falsas: Un riesgo para la cohesión social



Desinformación y noticias falsas: Un riesgo para la cohesión social

Una publicación de la Alianza Comunicación y Pobreza

Fundación Superación de la Pobreza - SERVICIO PAÍS

América Solidaria

Base Pública

Comunidad de Organizaciones Solidarias

Avina

Editora responsable

Catalina Littin

Directora ejecutiva, Fundación Superación de la Pobreza – SERVICIO PAÍS

Autora

María José Rubio

Directora de Comunicación Estratégica, Fundación Superación de la Pobreza – SERVICIO PAÍS

Periodistas colaboradoras

Amanda Marton

Fernanda Zúñiga

Macarena Bustamante

Diseño

Tamara Lorca

Publicación digital

2023



ÍNDICE

Presentación

Introducción

Especialistas consultados

8

Desinformación y desórdenes informativos. El riesgo para la cohesión social

14

-Bichos raros

-Los dardos de lo falso apuntan hacia la población vulnerable, la cohesión social y la democracia

-La tormenta perfecta de los procesos electorales y el debilitamiento de la democracia

-Siento, luego comparto

Cuñas para el bronce. El periodismo de declaraciones y las prácticas periodísticas

14

-El periodismo de declaraciones

-Recomendaciones ante la desinformación

-Recomendaciones de organismos especializados

¿Legislar o no legislar?

14

- Legislación mundial

- Situación en Chile: reacciones ante pandemia y elecciones

Bibliografía

20

PRESENTACIÓN

CATALINA LITTIN
DIRECTORA EJECUTIVA
FUNDACIÓN SUPERACIÓN DE LA POBREZA – SERVICIO PAÍS



Estamos altamente expuestos como sociedad a ser invadidos gravemente por el fenómeno de los desórdenes informativos.

La gran mentira sobre la luna fue la primera *fake news* de la Historia Contemporánea. De acuerdo con Salas (2019), el diario *The Sun* de Nueva York informó en agosto de 1835 que un científico británico había avistado vida inteligente en la luna gracias a su potente telescopio. *The Sun* contaba con tecnología de alta capacidad para imprimir y transportar sus ediciones, lo que provocó que la noticia tuviera gran impacto a nivel nacional. Se extendió por EE. UU. y llegó a Europa, donde siguió expandiéndose.

Se podría decir que desde que existe la mentira puede existir la información falsa. Y que el engaño a pequeña escala puede provocar problemas, pero a escalas masivas podría provocar guerras, hundir gobiernos, agudizar crisis sociales, exacerbar la desconfianza entre la ciudadanía, incrementar la xenofobia, o profundizar la crisis de confianza hacia las instituciones. Finalmente, debilitar la democracia.

Dos aspectos diferenciadores de las mentiras o falsificaciones que han existido en diferentes momentos de la historia son el soporte tecnológico del que se sirven y la reputación de quienes las emiten. Justo por eso los medios de comunicación ostentan, y así debe ser, el liderazgo en la difusión y amplificación de las historias sobre los hechos. La época actual, sin embargo, ha modificado para bien o para mal, la hegemonía de los medios. Es decir, hoy no se necesita ser un medio de comunicación legalmente conformado, con profesionales del área y un marco ético, para difundir informaciones en un amplio espectro social. Si se requiere parecer un medio, es medianamente fácil

construir una plataforma que lo simule: se puede crear una red social o una página web que se identifique como medio interesado en una temática, pero en realidad, tratarse de un intento por manipular la conversación pública virtual instalando falsedades.

Como Alianza Comunicación y Pobreza, de la cual somos orgullosos fundadores (2004), decidimos profundizar en este tema, tras el interesante seminario que realizamos en 2022, porque comprendimos que los grupos más vulnerables de la población, que a la vez son los que soportan mayores inequidades, también están en desventaja con respecto a la desinformación. Ya sea porque esta contribuye a generar más estereotipos, desincentiva la participación, aumenta la aporofobia o bien, porque genera atención sobre situaciones engañosas y condicionadas por grupos de interés, lo que vuelve invisible el alcance de las urgencias y transformaciones sociales en el país para los tomadores de decisión.

En este documento ponemos foco en la pobreza y la cohesión social, por lo que es necesario hacer algunos alcances. Utilizamos como base para actualizar la comprensión de lo que entendemos como cohesión social, el trabajo que realizó el Consejo Asesor para la

Ve nuestro
seminario



Cohesión Social¹, convocado por el Gobierno de Chile para asesorar al Ministerio de Desarrollo Social, que desarrolló su informe entre enero y septiembre de 2020. Las propuestas del Consejo tomaron como base de la definición de cohesión social, la que publicó en 2013 el *Social Cohesion Radar* de la Fundación Bertelsmann. En ella “la cohesión social se refiere a la calidad de las interacciones entre miembros de una comunidad, definida en términos geográficos, y está basada en relaciones sociales resilientes, una conexión emocional positiva a la comunidad y un fuerte foco en el bien común”. Así, una sociedad con alta cohesión social sería aquella en donde se dan buenos vínculos sociales, confianza interpersonal, trato respetuoso, aceptación de la diversidad; donde existe un sentido de pertenencia, confianza institucional y sentido de justicia, así como actividades de solidaridad, alta participación cívica y respecto a las reglas colectivas.

Asimismo, definimos el problema de la pobreza como una situación que va más allá de la existencia de necesidades básicas insatisfechas. Consideramos que experimentar la pobreza también tiene que ver con el desmedro en la capacidad de tomar decisiones con respecto a la vida que se quiere vivir, con la existencia de relaciones de asistencia desde lo público o privado, de excesiva dependencia y de subordinación respecto de otros (instituciones, poderes, fuerzas incontrolables) o de maltrato y mala convivencia entre la ciudadanía y desde las instituciones.

En el seminario mencionado, discutimos sobre cómo operan y cómo afectan las noticias falsas a los grupos más vulnerables de la población, aquellos que sufren pobreza e inequidad. Conocimos la existencia de valiosos esfuerzos de agencias y medios que chequean información y que se proponen educar en la materia a la población.

No obstante, estamos altamente expuestos como sociedad a ser invadidos gravemente por el fenómeno de los desórdenes informativos, como lo hemos visto en otros países, sobre todo en lo que se refiere a los problemas sociales que pueden agudizar. Nuestra población, así como las de los países de la región, sufre altos niveles de desigualdad, habita territorios diversos, responde a contextos diferentes, pero comparte el uso intensivo de las redes sociales para comunicarse e informarse. Es tan simple como *darle compartir* a una falsedad, para amplificar desinformación y amplificar también la exclusión, odiosidad, polarización y dañar así en el corto plazo aún más la delicada cohesión que tenemos.

Este breve análisis de la desinformación y cómo afecta a la cohesión social, busca centrarse en los tópicos más frecuentes de la contingencia de los últimos años y aportar en la comprensión de las características de los desórdenes informativos. Así, buscamos especialistas, nacionales y de la región, que nos pudiesen orientar en el incipiente campo académico y periodístico que existe al respecto e hicimos un breve recuento de la legislación a nivel mundial. También nos atrevimos, sin más ánimo que el de aportar al ejercicio del periodismo de excelencia, a tomar nota de algunas prácticas del hermoso oficio de comunicar. Nuestros agradecimientos a todos y todas quienes contribuyeron a este trabajo.

1 https://www.desarrollোসocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/Cohesion_Social_Resumen_Ejecutivo.pdf

INTRODUCCIÓN

Las épocas preelectorales, la crisis de confianza en las instituciones públicas y privadas, y una debilitada cohesión social, suelen reunir las condiciones necesarias para generar una tormenta perfecta de desinformación que desate una crisis social. Dicho desencadenante podría ser una información, un anuncio gubernamental, un hecho político o un sinnúmero de situaciones. Pero también podría ser una desinformación, una imprecisión o una omisión. Incluso una ironía. Aquí importa bastante quien la instaló y cómo. A qué red pertenece. Pero también resulta de interés quién estuvo ahí para validar socialmente la desinformación, para amplificar el mensaje, dentro de su misma red.

Ferguson (2018), asegura que las redes sociales son elitistas, injustas y no tienen nada de novedoso, porque “redes” en el más amplio sentido de la palabra han existido siempre. Sólo que hoy experimentamos, tecnología mediante, una era de la red, donde hay una suerte de servicio gratuito para el usuario, sin restricciones geográficas ni lingüísticas. Se trata de la mayor red de la historia y un terreno fértil para que la desinformación se genere y fluya. Un humanismo tecnológico, un *ciberleviatán*, como lo denomina Lasalle (2019), donde la revolución digital estaría arrasando nuestra estructura de derechos y donde las redes sociales producen un flujo asfixiante de información y desinformación.

El rol de nutrir de información a la opinión pública sobre cuestiones de su interés, es decir, de elaborar noticias y amplificar su difusión, es fundamental en una sociedad democrática y es clave para el respeto de los derechos humanos. Históricamente esa función fue desempeñada por los medios de comunicación masiva o los que se identifican como medios tradicionales, que están sujetos a normativas y condicionantes profesionales de ética y de

acceso a la información. No obstante, la masividad de las redes sociales y su poder de amplificar información no verificada en corto tiempo ha planteado un escenario dramáticamente cambiante. A medida que continúen los avances tecnológicos, esparcir una desinformación será cada vez más rápido y su impacto será mayor (Salas, 2019), porque más personas utilizan redes sociales o foros de internet y los propios medios de comunicación se sirven de esta tecnología como fuentes de noticias. Este impacto supone un riesgo para la cohesión social cuando alienta prejuicios contra grupos vulnerables, amplifica la desconfianza institucional o motiva acciones violentas.

Para muestra un ejemplo: la edición de este documento sobre las consecuencias sociales de la desinformación se finalizó a días de lo que muchos denominaron como intento de golpe de Estado civil del 8 de enero de 2023 en Brasil. Se trató de un ataque contra las instituciones democráticas organizado mediante el uso de redes sociales y de mensajería, motivado por la disconformidad de un grupo que apoyó al candidato perdedor de las elecciones presidenciales y que logró organizarse bajo el paraguas de la desinformación²: un supuesto fraude electoral justificó y otorgó visos de racionalidad a estos actos, desde la perspectiva de sus protagonistas.

Pero el gigante latinoamericano experimentó antes el efecto de la desinformación en la cohesión social. El 18 de agosto de 2018, dos meses antes de las elecciones presidenciales que enfrentaron a los candidatos Bolsonaro y Haddad, un grupo de brasileños expulsó a cerca de mil 200 venezolanos que estaban alojados en Pacaraima (norte de Brasil). Los primeros videos de los ataques fueron filmados en sus teléfonos por los propios habitantes de la zona y compartidos en redes sociales. El

² <https://www.emol.com/noticias/Internacional/2023/01/10/1083455/asalto-bolsonaristas-brasil-causa.html>

acontecimiento se volvió noticia nacional y fue conocido como *Bota Fogo* ('préndele fuego') debido a las imágenes de personas prendiendo fuego, bombas caseras y destrozando con piedras y palos los alojamientos de migrantes venezolanos (BBC News Brasil, 2018). El acto fue organizado por redes sociales, días después de que medios nacionales advirtieran sobre la difusión deliberada de noticias falsas xenofóbicas con intenciones electorales.

Un reportaje de *Estadão* del 3 de agosto del mismo año³ informó sobre una noticia falsa que afirmaba que una ONG estaría facilitando atención jurídica a ciudadanos venezolanos sobre cómo invadir la casa de brasileños en el estado de Roraima. Esto generó amenazas de muerte y ataques en redes sociales en contra de miembros de la ONG. Una de las ofensas fue realizada por un candidato a diputado del Partido Patriota, quien publicó en su página de *Facebook* "*Roraima sem Censura*" un video en el que ingresa a la sede de la ONG insultando a los presentes. Otra noticia, de *Folha de S. Paulo* también involucra al entonces candidato en otra desinformación: había compartido, en una página antiinmigración, una desinformación respecto de que mujeres embarazadas brasileñas estaban siendo trasladadas de la Maternidad Estadual de Roraima para facilitar camas a mujeres venezolanas también en estado de gestación. Más tarde, el 17 de agosto de 2018, informaciones falsas sobre un presunto asalto y asesinato de un comerciante de Paracaima cometido por venezolanos fueron difundidas por el mismo candidato y compartidas masivamente en redes sociales (especialmente en *Facebook*). Luego, habitantes del sector se organizaron por redes sociales para concretar el ataque del 18 de agosto. Más tarde, se comprobó que el asalto ocurrió, pero sin asesinato y no se pudo corroborar que fueran migrantes venezolanos los responsables.

Esta breve mención a algunos casos de desinformación en Brasil evidencia el daño que la desinformación puede hacer a la confianza pública en las instituciones democráticas (sistemas electorales, policías, autoridades elegidas), a la convivencia social (xenofobia), y finalmente, a la democracia y respeto a los derechos humanos.

Pero no es el único ejemplo de países que han visto erosionada su democracia. Sólo por mencionar algunos

casos emblemáticos de manipulación y desinformación, se pueden tener en cuenta los escándalos de *Facebook - Cambridge Analytica*⁴ y del llamado Pizzagate en virtud de los cuales se manipuló el resultado de las elecciones presidenciales de 2016 en EE.UU. En el primero, se acusó a la consultora británica de acceder a la información de 87 millones de usuarios de Facebook para manipular la información. De esta forma, Cambridge Analytica alimentó intencionalmente las burbujas de información y los sesgos de millones de electores estadounidenses a favor de las campañas del senador Ted Cruz y del entonces candidato, Donald Trump. *Facebook* tuvo que pagar una multa de 5 mil millones de dólares a la Comisión Federal de Comercio de EE.UU. por las violaciones a la privacidad producidas en el traspaso de datos. En el segundo caso, el *Pizzagate*, se acusó a una conocida pizzería de Washington, de ser un espacio de controvertidas actividades - que incluían el abuso de menores de edad - por parte de miembros de un comando presidencial. Esta *fake news* estuvo presente en decenas de «medios» independientes y llevó a los empleados a sufrir acoso y hechos de violencia⁵, además de nutrir todo tipo de teorías conspirativas. Se estima que, durante los últimos meses de campaña electoral de EEUU de 2016, las noticias falsas lograron tener más impacto que las publicadas por los principales medios de comunicación. Según Salas (2019) las noticias falsas alcanzaron casi los nueve millones de visitas mientras que las noticias verdaderas un millón y medio menos.

La ganadora de un Pulitzer, Michiko Kakutani (2019), apunta en *La Muerte de la Verdad* una frase del expresidente estadounidense Barak Obama:

“Uno de los mayores retos a los que se enfrenta nuestra democracia es que no tenemos una base común de hechos... porque hoy en día la gente se mueve en universos de información completamente diferentes”.

3 <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/noticia-falsa-gera-ameacas-contra-organizacao-jesuita-que-atende-refugiados-venezuelanos/>

4 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49093124>

5 El relato de este caso y muchos otros se puede ver en el documental de HBO "Posverdad: Desinformación y el Costo De las Fake News", dirigido por Andrew Rossi, estrenado en 2020

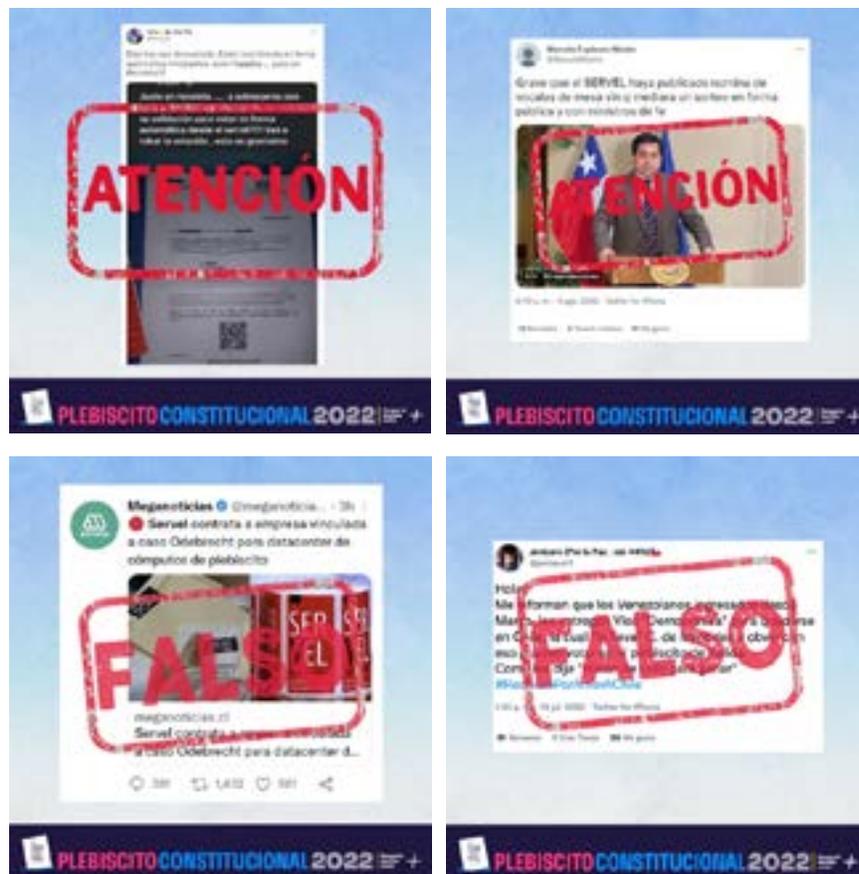
Sembrar la confusión en la red se está convirtiendo en la táctica más socorrida de la era digital para distintos agentes de propaganda en todo mundo según la autora. Asimismo, la enorme cantidad de desinformación en redes sociales abruma y confunde a la gente. Según ella, una de las principales consecuencias de este fenómeno es que la indignación da paso a la fatiga de la indignación, que a su vez da paso a una especie de desgaste y un cinismo que dota de poder a quienes difunden los embustes. La desinformación daña así a la democracia (Kakutani, 2019).

También a propósito del referéndum para decidir la salida de Reino Unido de la Unión Europea en 2016, conocido como el *Brexit*, la opinión pública presionó a las autoridades para que se regulara el alcance y contenido de la información que la propaganda política fue capaz de difundir, después de que se levantaran acusaciones sobre el exceso de desinformación y uso de *microtargeting*. Esto es, valerse del tipo de publicidad que permite la nueva tecnología y micro focalizarla de tal

manera de exacerbar la polarización. Se acusa a esta técnica de afectar la transparencia, ser engañosa, hacer trampa al sistema electoral, promover fracturas sociales y finalmente perjudicar la democracia⁶.

En Chile también existen ejemplos.

Durante los peores momentos de la pandemia, circularon en diversas redes sociales y grupos de WhatsApp, diversas desinformaciones⁷ sobre la supuesta creación artificial del virus del Covid-19 en un laboratorio chino, el colapso con cadáveres en los hospitales o la afectación a la salud de las redes de telefonía 5G. Las consecuencias de estas falsedades fueron en su momento, provocar miedo en la población, generar desconfianza y aumentar la sinofobia (o rechazo a la población de origen asiático, en este caso, prejuicios hacia la población china en particular). Esta situación se detectó en más de 20 países, incluido Chile, lo que quedó de manifiesto en abril de 2020 cuando desconocidos distribuyeron panfletos xenófobos en Villa Alemana⁸.



*Fuente: Servel, 2023. Ejemplos de desinformación del repositorio.

6 <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/29/the-observer-view-on-digital-campaigning-threat-to-democracy>

7 <https://www.24horas.cl/coronavirus/la-fake-news-mas-compartida-en-chile-el-covid-19-fue-creado-artificialmente-en-laboratorio-4409664>

8 <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-de-valparaiso/2020/04/22/repudio-genera-ataque-xenofobo-en-villa-alemana-difundieron-panfletos-contra-ciudadanos-chinos.shtml>

Otro ejemplo nacional. Cuando se ataca a las instituciones de la democracia, la desinformación se torna especialmente delicada. En este sentido, los ataques con noticias falsas al sistema electoral chileno revistieron suma gravedad porque buscaban afectar el prestigio de la institución y debilitar el proceso democrático.

A tanto llegaron las informaciones falsas sobre el Servicio Electoral desde 2019, que el mismo servicio mantiene online un repositorio de noticias falsas (Servel, 2023). Recientemente, el presidente del Consejo Directivo del organismo, Andrés Tagle, lamentó lo que denomina “campañas de desinformación” que buscan “desprestigiar nuestro proceso, la democracia y las garantías. Servel siempre sale fortalecido el día de la elección porque ninguno de los incidentes o aprehensiones suceden”⁹, señaló.

”

Ha habido noticias falsas sobre nuestro sistema de cómputos. Se han fabricado algunos análisis y planillas Excel completamente falsas. También se nos acusó de patrocinios falso, cuando nosotros mismos descubrimos el caso de Ancalao y lo denunciemos públicamente. Incluso se nos ha vinculado con el avión que pasó por Chile y que traía personas venezolanas que iban a manejar el sistema. Esto ha sido un conjunto de noticias falsas desprestigiándonos.

Andrés Tagle, presidente del Consejo Directivo del Servel¹⁰.

”

Pese a las olas de desinformación que están afectando al mundo entero, la academia aún no logra consensos sobre la materia. El periodista y docente Sebastián Valenzuela plantea una comparación interesante. Según su visión, con la desinformación y los desórdenes informativos estamos a nivel mundial como en los 90 con la discusión sobre el cambio climático. Efectivamente, desde la Cumbre de Río en 1992 tuvieron que pasar casi 15 años para lograr cierto consenso científico – y político en una gran mayoría - sobre términos y problemáticas que permiten hablar de crisis medioambiental. Una crisis que tiene su desencadenante, o al menos en buena medida, en la actividad humana. La campaña del exvicepresidente de Estados Unidos Al Gore y su “verdad incómoda”¹¹ marcó un antes y un después. “La evidencia científica en torno a la desinformación, pese a que ha aumentado mucho en los últimos años, sigue siendo bastante emergente”, señala.

La falta de consensos se muestra en cuestiones sobre legislación, por ejemplo. Varios países, incluido Chile, se encuentran con proyectos de ley que no avanzan o porque no hay acuerdo o porque no hay evidencia científica ni buenas experiencias de otros países, como se verá en el apartado cinco de este documento. La presentación de diversos proyectos de ley o normativas responde más bien a actos políticos respecto de la contingencia y no al problema que la desinformación acarrea a la cohesión social.

Lo que debiera reforzarse en todos los países, en cualquier caso, es el ejercicio de un periodismo de buena calidad, comprometido con estándares aceptables de reporteo y chequeo, con manuales editoriales y éticos claros y a disposición pública. El periodismo de baja calidad, que puede estar presente en pseudo medios con cierta intencionalidad, puede facilitar la instalación y propagación de desinformación. Incluso permite que se filtre por medios tradicionales. El periodismo de excelencia, por el contrario, es aquel que trabaja con estándares éticos, con técnicas concretas de investigación, que es riguroso y no está dispuesto al sensacionalismo. Busca la imparcialidad o al menos declara sus principios. No se deja manipular ni es un espectador más de la ola, o a veces, tsunami informativo; no se deja corromper, ni engañar y está regulado por el estándar ético y las leyes de acceso a la información.

⁹ <https://www.servel.cl/category/noticias-falsas/>

¹⁰ ídem

¹¹ Se refiere a la campaña de información y educación en la que Al Gore presentó la tesis del calentamiento global y que se hizo conocida masivamente gracias al documental sobre la misma, “Una verdad incómoda”, dirigida por Davis Guggenheim

Especialistas consultados

Este esfuerzo por comprender mejor el efecto que la desinformación y los desórdenes informativos tienen en la sociedad no hubiera sido posible sin las conversaciones que sostuvimos con diversos periodistas, académicos e investigadores, nacionales y latinoamericanos, que han

incorporado este tema como su materia de estudio. Las entrevistas fueron realizadas entre octubre de 2022 y enero de 2023.

Revisamos aquí sus referencias:

“

Natalia Leal
Periodista





Directora de la Agencia Lupa. Periodista, experta en Recursos Humanos y en Gestión Empresarial, lidera la Agência Lupa de combate a desinformación a través de fact-checking y educación mediática.

Fue reportera, editora, jefa de reportaje y coordinadora de producción en diarios y sitios web de todo Brasil, como Band, Terra, Zero Hora y Diário Catarinense. En 2021 fue galardonada con el Premio Internacional de Periodismo Knight del Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) por su trabajo en Lupa.

| [Link de interés](#) > |

| [Link de interés](#) > |

”

Tomás Martínez

Periodista



Durante 14 años trabajó como reportero y editor de la sección de Política en distintos medios nacionales, como La Tercera, La Segunda, Pulso y el sitio web de T13.

En 2019 fundó el medio de fact checking Mala Espina y dicta clases en distintas universidades nacionales.



Link de interés



Ingrid Bachmann

Académica y periodista



Doctora en Periodismo por la University of Texas at Austin. Profesora Asociada de la Facultad de Comunicaciones UC y directora del Núcleo Milenio en Desigualdades y Oportunidades Digitales (NUDOS). Su investigación aborda temas de narración periodística, medios digitales, comunicación política y género.

Fue directora de la Escuela de Periodismo UC entre 2016 y 2020, y presidenta de la división de Estudios Feministas de la International Communication Association entre 2019 y 2021.



Link de interés



“

Marcelo Mendoza
Ingeniero civil electrónico



Doctor en Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile. Actualmente es profesor del Departamento de Ciencia de la Computación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, investigador del Centro Nacional de Inteligencia Artificial y del Instituto Milenio Fundamentos de los Datos. Sus intereses en investigación incluyen el procesamiento del lenguaje natural, el análisis de redes sociales en línea y la desinformación.

[Link de interés](#) >

”

“

Valentina de Marval
Académica y periodista



Trabajó en CNN Chile como redactora y en el servicio de factchecking digital de la Agence France-Press para Chile, Perú y Bolivia. Docente en la Escuela de Periodismo UDP y colaboradora en el Centro de Investigación y Proyectos Periodísticos UDP.

Ha impartido las cátedras “Herramientas del Factchecking” en la Escuela de Periodismo UDP y “Desinformación y verificación de datos” en la Facultad de Comunicaciones UC. Escribió el guion de La Bot Chequea, chat automatizado desarrollado por La Bot.

[Link de interés](#) >

”

Sebastián Valenzuela

Periodista



Profesor Asociado y director de Investigación y Creación en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, e Investigador Asociado del Instituto Milenio para la Investigación Fundacional de Datos (IMFD) y del Núcleo Milenio en Desigualdades y Oportunidades Digitales (NUDOS).

Editor asociado del International Journal of Public Opinion Research y forma parte del consejo editorial de varias revistas de comunicación internacionales. Es experto en comunicación política, periodismo y medios sociales.

Link de interés



Link de interés



Ginna Morelos

Periodista



Periodista de investigación colombiana, especializada en Gerencia Pública y magíster en Comunicación. Es editora del nuevo proyecto Unidad de Datos del periódico EL TIEMPO y presidenta de Consejo de Redacción, organización que promueve el periodismo de investigación en Colombia.

Ha sido ganadora del Premio de Periodismo Simón Bolívar y Premio Iberoamericano de Periodismo 'Sociedad para Todos'. Fue finalista y mención de honor del Premio de Periodismo de Investigación del Instituto Prensa y Sociedad (Ipys) y becaria de la FNPI y de Ipys. Actualmente es Directora de la Maestría de Periodismo Científico de la Universidad Javeriana. En 2018 fue elegida como periodista del año en Colombia.

Link de interés



Link de interés



Luis Cárcamo

Periodista



Profesor de Universidad Austral de Chile. Revisor Científico en Revista Comunicar.

Profesor visitante en Universidad Pompeu Fabra de Barcelona en 2013 y 2014. Investigador principal y colaborador de Proyectos Fondecyt y Fondef de la Comisión Nacional de Investigación en Ciencia y Tecnología de Chile.

Su investigación se centra en el estudio de la comunicación mediada por redes sociales y las tecnologías educativas.

Link de interés



Link de interés



Yorelis Acosta

Psicóloga



Psicóloga clínica y social, es jefa del área sociopolítica del Centro de Estudios del Desarrollo (Cendes) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Sus principales áreas de investigación son conflictividad y violencia.

En los últimos años se ha concentrado en el estudio de los estados de frontera, migración, suicidios, salud mental de los venezolanos en tiempos de crisis. Hasta 2022 fue directora general de la Asociación Ibero-latinoamericana de Psicología Social y Política.

Link de interés



“

Jonatan Rodas
Periodista

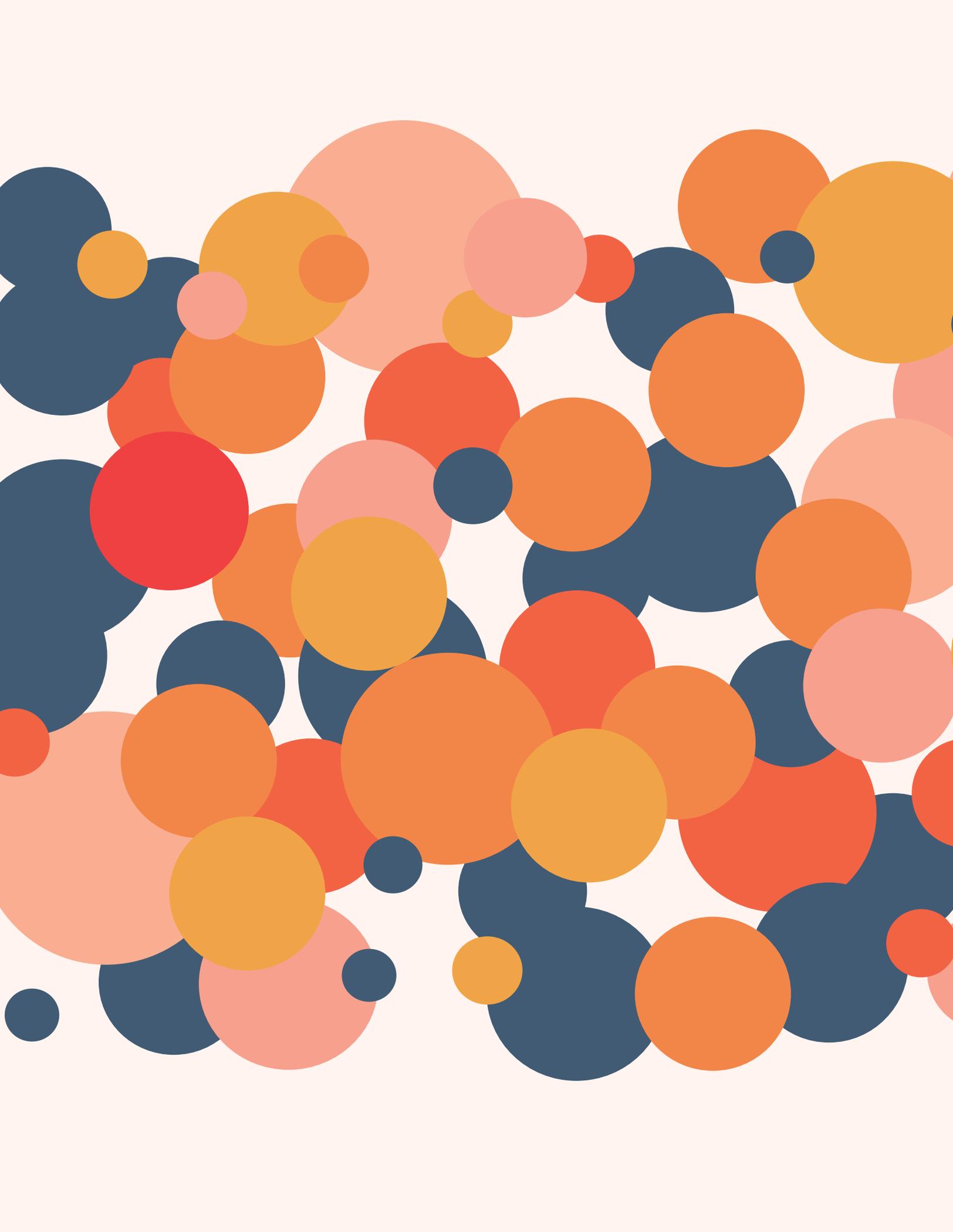


Doctorado en Antropología Social por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social y magíster en Antropología Social por la Universidad Federal de Santa Catarina. Cuenta con una especialización en Psicología Social comunitaria y una licenciatura en Psicología General por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Actualmente es Docente e Investigador en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social – CIESAS. Sus temas de expertise son movimientos sociales, grupos vulnerables y política afectiva.

Link de interés >

”



DESINFORMACIÓN Y DESÓRDENES INFORMATIVOS:

Bichos raros



Una necesaria forma de acercarse al mundo de la desinformación, materia que -como hemos dicho, aún no encuentra consenso científico y se encuentra en pleno y dinámico desarrollo académico- podría ser referirse a los términos o conceptos que hasta el momento se manejan entre quienes lo estudian en el siglo XXI. El siguiente glosario no pretende agotar el significado de cada vocablo, pero resulta relevante comenzar a dar forma a vocablos que muchas veces se utilizan con muy distintos significados o simplemente se desconocen. Son 'bichos raros' que incluso colaboran frecuentemente en la creación misma de la desinformación.

 **Fake news:** si bien no hay acuerdo absoluto, quienes estudian la desinformación y sus efectos generalmente evitan utilizar este término. En lo literal se traduce como 'noticia falsa' pero se argumenta que es equívoco porque no existen tales noticias (las falsedades no lo son) y porque en el mundo político se está utilizando majaderamente para descalificar todo lo que los opositores manifiestan a la opinión pública.

Según la Unesco, las "noticias falsas" son mucho más que una calificación de información falsa y engañosa, disfrazada y difundida como noticia. La noción se ha convertido en un término emocional, utilizado como arma para socavar y desacreditar al periodismo. Por esta razón,

sugirieron en 2020, utilizar diferenciadamente los términos: información errónea, desinformación y “desorden de la información” (Unesco, 2020). Sin embargo, la sociedad sigue denominando noticia falsa, fake news, bulo, etc; a aquellas informaciones que pretenden inducir a engaño, error o confusión a las audiencias.

Fake news tampoco alude únicamente a meras noticias falsas. Ya no solo se piensa en la sencilla mentira en medios tradicionales de comunicación, históricamente presentes en diversas empresas informativas desde sus inicios, pues la mentira intencionada de dirigentes y fuentes no ha escapado de la cosa pública, de los asuntos vinculados con el poder político, la propaganda y las diferencias ideológicas (Hernández, 2020)

Un intento para definir fake news es lo que Lazer y Baum (2018) publicaron en la revista Science. Definieron el término como “información fabricada que imita noticias y contenidos de medios de comunicación social en cuanto a su forma, pero no en su proceso organizativo o en su intención. Los medios de noticias falsas, a su vez, carecen de la normas y procesos editoriales de los medios de comunicación para garantizar la exactitud y credibilidad de información. Las noticias falsas se superponen con otrostrastornosdelainformación,comolamisinformación (información falsa o engañosa) y la *disinformación* (información falsa que se difunde deliberadamente)” (Lazer, Baum y otros, 2018). Entonces, la descripción en español más adaptada para darle adjetivo a una noticia con las características descritas por Lazer y Baum sería falseada, no falsa. La definición de estos autores refiere a

Sopa tóxica

Los tres ingredientes esenciales de la desinformación son:

- ◇ una intención, preferiblemente política;
- ◇ una falsedad
- ◇ una presentación formal con apariencia de verdad.

Ángel Badillo, 2019

la imitación de una noticia que no ha pasado por ninguno de los criterios éticos y profesionales del periodismo en su producción (verificación de los hechos, contraste de fuentes, jerarquización de los elementos noticiosos, correcta titulación, entre otros).

Desinformación o *disinformation*:

se trata de acciones de comunicación intencionales que buscan confundir y/o manipular mediante información falsa o deshonestas (Unesco, 2020). Es probable que estas acciones no solamente sean intencionales, sino que respondan a una estrategia concertada con otros emisores de información. Si bien la desinformación siempre ha existido, a lo largo de las épocas debiera definirse de acuerdo con su contexto. Nunca tuvo repercusiones tan inmediatas y concadenadas con otras manifestaciones, como por ejemplo el anonimato relativo del emisor. La desinformación nunca es inocua y la persona responsable de emitirla sabe que es falsa. Además de estar organizada, se sirve de la tecnología para su difusión.

También se puede entender como la elección intencional de datos parciales, incompletos, alterados, “es todo aquel contenido fabricado y distribuido que es falso, inexacto o engañoso [...] diseñado, presentado y promovido intencionalmente para causar daño público o beneficios particulares” (Del Fresno, 2019). Apela al engaño para modificar la “percepción” e influir en el “comportamiento” de personas o grupos (Del Fresno, 2019. P. 2). Los procesos de desinformación se manifiestan en la opinión pública “cuando los procesos informativos son incompletos o no existen, sobre hechos importantes y que de alguna manera atañen a los receptores” (Dragnic, 2010. P.78). Puede surgir como consecuencia de un deficiente manejo informativo o como resultado de “una manipulación por parte de las fuentes, de los Gobiernos, de los grupos de presión o de los propios medios con el fin de impedir que el público perciba claramente y en su totalidad el significado de los hechos” (Dragnic, 2010. P.79). Por su parte, Wardle y Derakhshan (2017), definen la desinformación como una información falsa que es deliberadamente creada o diseminada con el propósito expreso de causar daño. Y en este sentido, quienes producen desinformación normalmente tienen motivaciones políticas, financieras, psicológicas o sociales. Badillo (2019) propone que los tres ingredientes esenciales de la desinformación son 1) una intención, preferiblemente política; 2) una falsedad y 3) una presentación formal con apariencia de verdad. A diferencia de las prácticas periodísticas en las que prevalecen la identificación de las fuentes y/o la claridad sobre la procedencia de la información, la desinformación parte de la intención de confundir y provocar determinados comportamientos en las audiencias.

Información errónea o *misinformation*: de acuerdo con la Unesco, por lo general se usa para referirse a información engañosa creada o diseminada sin intención manipuladora o maliciosa (Unesco, 2020). La persona que la comparte cree que es verdad. No obstante, tiene potencialmente el mismo efecto que la desinformación.

Información maliciosa o *malinformation*: se trata de información que se basa en la realidad, pero que se usa para hacer daño a personas u organizaciones. Es decir, la información puede ser verdadera o tener parte de verdad, pero es reproducida por un emisor con la intención de hacer un daño y no con la intención de informar. Suele no ser de interés público.

Desórdenes informativos: el ataque a la verdad siempre está situado en un contexto cultural y político más amplio y dinámico, y los elementos antes mencionados pueden interactuar entre sí. Desorden informativo refiere al conjunto de elementos relacionados con la desinformación, como las *fake news*, hechos alternativos, posverdad, *deepfakes* y otros. Del Fresno (2019) señala que tales elementos están interrelacionados entre sí y dependen de las tecnologías actuales. Sitúa su origen en la guerra contra la ciencia desde el ámbito corporativo, en la crisis de los medios de comunicación nacionales y locales (de la era post internet, en el desarrollo de plataformas tecnológicas que han socializado la capacidad de publicar y distribuir contenidos a bajo coste, en la crisis de los expertos con su consecuente crisis epistémica, en los avances en psicología, para explotar las bases psicológicas de los desórdenes informativos, a través de diferentes sesgos cognitivos; y en el cambio significativo en la forma de entender y ejercer el poder en el siglo XXI.

Posverdad: cuando la emoción o las creencias propias y compartidas con un grupo respecto de un hecho compiten o le ganan al hecho mismo, nace una posverdad. Del Fresno (2019) las define como “la subordinación y reorganización de los hechos desde una voluntad ideológica y política concreta, lo que necesita de un mecanismo de legitimación en el que se persigue naturalizar una epistemología basada en las emociones políticas (P.3). La premisa de la que se parte es que lo que se siente es la verdad. La Real Academia de la Lengua Española (2019) la define como una “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”.

La mentira: siguiendo a Martins y Carvalho (2019), podemos definirla como “la transmisión efectiva de algún tipo de información falsa; la creencia relativa a la falsedad de la información que se transmite; y la intencionalidad de engañar a otros con la información transmitida” (Martins & Carvalho, 2019).

Infodemia: Durante la pandemia del Covid-19, la Organización Mundial de la Salud alertó sobre la infodemia (infodemic) como un peligro de desinformación que puede generar zozobra social.

Trolls: Personas que publican comentarios y mensajes provocadores, a menudo con malas formas e irrelevantes. La finalidad habitual es llamar la atención, molestar o provocar una respuesta emocional negativa en los usuarios y lectores. Dentro de este tópico se puede hablar también de:

Granja de Trolls: se trata de usuarios con identidades inventadas que se concertan para manipular las redes sociales e intoxicar la red con noticias falsas.

Bots: Un bot (aféresis de robot) es un programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de Internet, cuya realización por parte de una persona sería imposible o muy tediosa. En las redes sociales, los bots se utilizan para simular la interacción humana, amplificando artificialmente el número de visitas o seguidores, o automatizando respuestas para posicionar mensajes o influir en debates.

Inventario global de la manipulación organizada de redes sociales

“Alrededor del mundo, actores gubernamentales usan las redes sociales para moldear el consenso, automatizar la represión y debilitar la confianza en el orden liberal del mundo”.

Universidad de Oxford, 2019.

En el informe de la U. de Oxford: “El orden global de la desinformación. Inventario global de la manipulación organizada de redes sociales” (Bradshaw & Howard, 2019) se señala a las llamadas **tropas cibernéticas**, que incluyen: el uso de *bots* políticos para reforzar discursos de odio u otras formas de contenido manipulado, para acopiar información de manera ilegal o de objetivos

específicos (*micro-targeting*) o desplegar un ejército de troles para intimidar u hostigar en línea a disidentes políticos o periodistas (Bradshaw & Howard, 2019). También señala que existe evidencia de campañas de manipulación de redes sociales organizadas formalmente en 70 países, en comparación con 48 países en 2018 y 28 países en 2017. “Alrededor del mundo, actores gubernamentales usan las redes sociales para moldear el consenso, automatizar la represión y debilitar la confianza en el orden liberal del mundo”, dice el informe.

 **Clickbait (ciberanzuelo):** Es un neologismo usado para describir de forma peyorativa contenidos y titulares en internet que generalmente apuntan a llamar la atención de las personas y generar visitas e ingresos publicitarios. Suelen estar compuestos por titulares alarmistas, sensacionalistas, o incompletos para generar expectativa o curiosidad y buscar la mayor proporción de clics. Expectativas que no se cumplen.

 **Sesgo de confirmación:** término propio de la literatura psicológica, es también llamado “sesgo confirmatorio de hipótesis” es similar al pensamiento selectivo. Es la tendencia de las personas a creer o favorecer la información que refuerza sus propias creencias e ignora, rechaza o subestima las que la contradicen. Las personas pueden ser conscientes o inconscientes de sus propios sesgos. Los actores de la desinformación pueden explotar esta tendencia para amplificar las creencias existentes (Nickerson, 1998).

 **Burbuja de filtros:** concepto elaborado por el estadounidense Eli Pariser, cofundador en 2007 Avaaz, organización de activismo en línea¹². Según él, los

Más cuentas de redes sociales que habitantes

Chile registra aproximadamente 13 millones de cuentas en Facebook, casi 10 millones de cuenta en Instagram y un poco más de dos millones de cuentas en Twitter. En todas estas redes el contenido informativo es muy abundante.

Marcelo Mendoza, ingeniero informático

algoritmos de las redes sociales filtran (mediante el análisis de los “like” y “share”) y proponen a los usuarios contenidos personalizados acordes con sus preferencias. Esto lleva a encerrarlos en una “burbuja” de puntos de vista sociales y políticos determinados.

 **Hecho alternativo (*alternative fact*):** se trata de una mentira burda, una contraverdad. Esta expresión fue utilizada por primera vez en enero de 2017 por Kellyanne Conway, consejera del entonces presidente de EE. UU, Donald Trump, respecto del número estimado de personas que asistieron a la investidura del presidente de los Estados Unidos¹³.

 **“Hoax”:** engaño o timo difundido por cadenas de correos electrónicos. Por lo general se trata de rumores, informaciones alarmistas o peticiones fraudulentas de donaciones. Las motivaciones pueden ser políticas o económicas (remuneración según el número de clics). El término se usa cada vez menos y tiende a ser destronado por el de “fake news”.

 **Algoritmo:** es un término matemático que refiere a un conjunto ordenado de operaciones sistemáticas que permite hacer determinados cálculos. Sin embargo, en el ámbito de la programación informática, alude a un conjunto de instrucciones o reglas que permiten a los programadores realizar distintas tareas. Las redes sociales están programadas mediante algoritmos en su mayoría, sin embargo, otras están funcionando mediante herramientas más vinculadas a la inteligencia artificial como las redes neuronales. Todas estas tecnologías permiten a la red ofrecer a los usuarios una experiencia que responde a sus gustos, intereses y sesgos.

 **Post:** hoy en día, se podría decir que es la unidad mínima de información en las redes sociales. Responde a las características de cada red social, en suma, es un contenido, una publicación que puede ser escrita o audiovisual.

 **Deepfakes (falsificaciones profundas):** se trata de imágenes falsas de video o audios, cuya falsedad es prácticamente indetectable. Esta tecnología se puede utilizar para crear videos falsos a partir de rostros, sonidos y apariencia real de cualquier persona. Fue desarrollada a través de un algoritmo con

¹² <https://secure.avaaz.org/page/es/>

¹³ <https://www.nytimes.com/2017/01/22/business/media/alternative-facts-trump-brand.html>

aprendizaje profundo y capaz de autocorregirse (Robles-Lessa y otros, 2020). En la actualidad existen aplicaciones que permiten crear estos videos falsos hiperrealistas de manera sencilla. Estos pueden circular por todo el ciberespacio y crean desinformación muy difícil de distinguir y de desmentir¹⁴. Se pueden cometer delitos a partir de su utilización y ocasionar daños en todo ámbito de la vida pública y privada.

 **Fact-checking:** es una práctica que ha crecido exponencialmente en los últimos años, por necesidad, en la era digital (Singer, 2018). Se trata de una estrategia para combatir la desinformación, que se basa en desmentir las falsedades que circulan en la esfera pública (Coddington et al, 2014). El fact-checking consiste en evaluar, de manera sistemática, la veracidad de las aseveraciones de políticos y de información noticiosa que pueda impactar en la opinión pública (Graves, 2018). En el plano político, según Amazeen (2017), el fact-checking tiene tres objetivos fundamentales: informar al público, mejorar el comportamiento político y mejorar el periodismo (Amazeen, 2013). Fue en 2003 en Estados Unidos cuando emergió la primera organización dedicada precisamente a esta misión: Factcheck.org.



14 Ver columna de opinión: “El fin de la realidad: ¿qué son los deepfakes?”

<https://nuso.org/articulo/el-fin-de-la-realidad/#:~:text=lan%20Goodfellow%20ya%20hab%C3%ADa%20causado,algor%C3%ADmico%20que%20posibilit%C3%B3%2C%20entre%20otra>

Los dardos de lo falso apuntan hacia la población vulnerable, la cohesión social y la democracia

La población vulnerable no es la que más cree en la desinformación, pero es la que más sufre su impacto. Son invisibilizados en el proceso de la toma de decisiones y tienen menos voz respecto al destino de las políticas.

Natalia Leal, directora Agencia Lupa

A fines de 2019, el presidente Sebastián Piñera convocó a un grupo de 12 representantes de la academia, la sociedad civil y el mundo privado para conformar el Consejo para la cohesión social (MDSF, 2020). Este consejo tuvo como tarea elaborar recomendaciones al Ministerio de Desarrollo Social para elaborar un plan que fortaleciera el aporte de la política a la cohesión social, contando inicialmente con un diagnóstico, en el marco de las causas y consecuencias del estallido social del 18 de octubre del mismo año en el país.

El consejo tomó como referencia la definición de cohesión social propuesta por el Social Cohesion Radar de la Fundación Bertelsmann¹⁵: “la cohesión social se refiere a la calidad de las interacciones entre miembros de una comunidad, definida en términos geográficos, y está basada en relaciones sociales resilientes, una conexión emocional positiva a la comunidad y un fuerte foco en el bien común”.

E hizo suyas ciertas características e indicadores que deben tenerse en cuenta en una sociedad cohesionada: calidad del vínculo social (relaciones de confianza y respeto), sentido de pertenencia (confianza en las instituciones y percepción de justicia; y foco en el bien común (solidaridad, respeto a las reglas y alta participación social) (MDSF, 2020).

Tomando en cuenta esta noción, los especialistas consultados concuerdan en que los desórdenes informativos y la desinformación pueden tener un impacto significativo en la cohesión social. Natalia Leal señala que la desinformación impacta en el debate público, en lo que se discute y se habla en la sociedad. Cuando ésta contradice conceptos comunes o que deberían ser compartidos por la sociedad, se produce un desvío y, por ende, un impacto en la percepción del bien común, entonces, “Brasil es un país que tiene hoy como principal problema la desigualdad entre las personas, la separación entre los más ricos y los más pobres, pero dada la desinformación sostenida en el tiempo se desvió la conversación y la sociedad brasileña por un rato percibió que el principal problema que tiene es la corrupción. Es cierto que la corrupción es parte del problema, pero no es lo principal”.

Se podría pensar que las personas más desaventajadas de la sociedad, sobre todo en materia educativa, son más susceptibles de ser víctimas de los desórdenes informativos. Pero esto no necesariamente es tan así. Para Natalia Leal los grupos más afectados por las consecuencias de la desinformación son – efectivamente – los más vulnerables, pero por las consecuencias que tiene el rezago educativo en una sociedad con tan profundas brechas.

15 <https://www.socialcohesion.info/concepts/concept/bertelsmann-stiftung>

Recientemente observamos en Brasil un movimiento de mucha desinformación conectada a los apoyadores del expresidente Jair Bolsonaro y esa es una mayoría masculina, blanca, con educación universitaria y un ingreso salarial que está por encima de los dos o tres sueldos mínimos en Brasil. Entonces no podemos decir que la desinformación llega más, o que las personas más pobres o vulnerables son las que creen más en desinformación. Durante mucho tiempo estudiando desinformación relacionábamos menos oportunidad educativa a falta de preparación frente a la desinformación. Pero a lo largo de los últimos dos o tres años hemos observado más cuestiones relacionadas al sesgo de confirmación y cómo la desinformación está conectada a los deseos, valores y, en el caso específico de Brasil, a la mantención de privilegios. Brasil es una sociedad fundada en la esclavitud, fundada en relaciones de trabajo muy frágiles y relaciones sociales que también son muy frágiles. Hay egoísmo e individualismo, la elite busca mantener sus privilegios y eso tiene mucha influencia en lo que observamos hoy.

Natalia Leal, directora Agencia Lupa

Entonces, ¿por qué afirma que la población más vulnerable no necesariamente cree la desinformación, pero sí es más afectada por esta? Leal señala, refiriéndose a un grupo dentro de la sociedad, que quien sostenía la desinformación por lo menos hasta fines de 2022, es quien tenía más poder de decisión, más voz en la opinión pública, y además quien más desafectado estaba de la población vulnerable. *“Son personas que no están preocupadas del acceso universal a la salud, a la educación, a la sanidad, o a la vivienda, o a cuestiones de derecho reproductivo. Y eso es justamente lo que más afecta el bienestar de las poblaciones vulnerables que, en el caso brasileño, no pueden pagar un seguro de salud. Si no hay una inversión en salud, si hay una gran corrupción en el sistema, se tomarán decisiones que afectan a los usuarios. La población vulnerable no es la que más cree en la desinformación, pero es la que más sufre su impacto. Son invisibilizados en el proceso de la toma de decisiones y tienen menos voz respecto al destino de las políticas”.*

Ginna Morelo, señala que la sociedad se ve afectada por la desinformación cuando esta gran cantidad de mensajes copan todos los canales y la sociedad comienza a dar por creíble todo lo que circula, se comparte y se distribuye. También señala que los grupos políticos con intereses particulares por desinformar han descubierto formas y herramientas para desinformar, y lamentablemente, lo hacen bien. *“Han empleado las técnicas de la comunicación de los medios. ¿Qué hacer? y ¿Cómo hacerlo? son preguntas que estamos llamados a hacernos y resolver todo el tiempo, sin parar, porque estas cadenas de mentiras no se detienen, por lo tanto, el periodismo tampoco”,* señala.

Morelo recuerda dos casos que afectaron gravemente la cohesión social en Colombia. Uno fue el plebiscito por la paz de 2016. *“La campaña la ganó el no, lo cual resultó increíble. Y muchas personas se desinformaron con mensajes que circularon en las redes, en el sentido de que el acuerdo de paz (firmado entre las Farc y Gobierno) iba a desestabilizar el sistema pensional en el país. Muchas personas, adultos mayores pensionados, terminaron votando masivamente por el no”,* reflexiona.

El otro caso tiene que ver directamente con el uso masivo y concertado de redes sociales para posicionar contenidos políticos. Lo reportó ella misma para la Liga contra el Silencio, medio que se define en su web¹⁶ como una alianza que involucra medios de comunicación, una redacción central y una red de colaboradores *freelance*, que investigan historias sobre las que pesa el poder de la censura. “El caso lo llamamos: En las entrañas de una ‘bodeguita’ uribista¹⁷, y la historia cuenta cómo un grupo articulado por funcionarios públicos desplegó una campaña difamatoria en contra de contradictores políticos e incluso periodistas. Esta enorme red fue ganando terreno hasta que quedó al descubierto”, relata.

El plebiscito del 4 de septiembre de 2022 en Chile, donde ganó la opción que rechazaba la propuesta de texto constitucional, no estuvo exento de polémica respecto de quiénes se vieron impactados por noticias falsas y quiénes no. Diversos medios abordaron la discusión¹⁸ y con todo, resultó muy riesgoso atribuir todo el impacto que tiene la desinformación en las personas, a su bajo nivel educativo. En este sentido, la académica de la UDP, Valentina De Marval, explica que no es correcto asegurar que «la gente más pobre se dejó llevar por las fake news en el plebiscito”. Porque no votó solamente el grupo vulnerable y porque el rechazo ganó por una amplia mayoría. El bajo nivel educativo sí está asociado a los ingresos económicos en países en desarrollo y altamente desiguales como Brasil o Chile, pero hay otros ejemplos en los que resultados electorales también estuvieron marcados por la desinformación. El triunfo del *Brexit* en Reino Unido podría servir de ejemplo.

“Hay algunos análisis que muestran que el bajo nivel educativo puede influir, pero también lo hace la mala alfabetización digital y no es lo único ni principal. El periodismo tradicional tiene un gran desprestigio en Chile, las personas migran a otros medios que están manejados por personas que no necesariamente son profesionales del ámbito, que suelen publicar titulares y no cuentan con una web donde profundizar. El instinto de sospechar se tiene que entrenar, no es algo que se sepa de por sí. Alguien tiene que explicar y advertir. El consumo crítico de los medios es algo que también se puede enseñar.”

**Valentina De Marval,
académica y periodista.**

16 <https://ligacontraelsilencio.com/>

17 <https://ligacontraelsilencio.com/2020/02/06/en-las-entranas-de-una-bodega-uribista/>

18 <https://www.dw.com/es/plebiscito-en-chile-la-ardua-lucha-contra-las-noticias-falsas/a-62960599>

<https://www.ciperchile.cl/2022/10/28/desinformacion-en-el-plebiscito-el-vacio-legal-que-dejo-a-202-denuncias-ante-el-servel-sin-ser-investigadas-ni-sancionadas/>

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-62245073>

<https://www.ambito.com/mundo/chile/enfrenta-una-avalancha-fake-news-dias-del-historico-plebiscito-constitucional-n5521203>

<https://www.latercera.com/la-tercera-sabado/noticia/fake-news-como-una-mentira-se-transforma-en-verdad/NA4GKROMYBHMLLJWU-BEWKL2CFE/>

<https://opinion.cooperativa.cl/opinion/politica/el-triunfo-del-rechazo-fue-de-las-fake-news-y-la-desinformacion/2022-10-19/094641.html>

Brechas sociales

Marcelo Mendoza señala que en Chile se detectó que los contenidos falsos presentan menos barreras de comprensión lectora que los verdaderos. Eso se suma al déficit que ya presenta nuestro país respecto de la comprensión lectora como lo muestran diversos estudios en la última década: más de la mitad de los adultos chilenos tienen resultados por debajo del nivel 1 (de 5) en comprensión lectora, en comparación con los países de la OCDE (18,9%) (OCDE, 2016).

Las razones por las cuales el contenido verdadero tendría más barreras de comprensión lectora de acuerdo con Mendoza tienen que ver con la naturaleza del mensaje.

Los contenidos verdaderos tienen un lenguaje que es más preciso, requieren más vocabulario, y requieren más conocimiento y mayor dominio de contexto para seguir una conversación en torno a un hecho científico, por ejemplo, a un hecho verdadero. Las teorías conspirativas y el contenido falso no requieren tanto conocimiento, se basa en tu sistema de creencias. Entonces para poder seguir una conversación de ese tipo, necesitas menos escolaridad, no hay una barrera de acceso tan alta. Eso es importante porque eso significa que hay más gente que está expuesta a los contenidos falsos que a los contenidos verdaderos, simplemente por la facilidad de acceso que tienen estos contenidos. Eso afecta, tiene un efecto en la población, toda vez que nosotros sabemos que el nivel de educacional en Chile se correlaciona con el nivel socioeconómico, entonces hay ciertos grupos socioeconómicos que están más afectados por las noticias falsas que otros. Los grupos que tienen menos información, menos acceso a información, son más vulnerables a información falsa.

Marcelo Mendoza, ingeniero civil electrónico

Nuestro país experimentó su propia tormenta perfecta de desórdenes informativos entre finales de 2019 y mediados de 2022.

En octubre de 2019 ocurrió el denominado estallido social (Jiménez-Yañez, 2020) y comenzó un proceso constituyente que concluyó, parcialmente, tres años después. El 4 de septiembre de 2022 se realizó el Plebiscito Constitucional en el que el electorado manifestó su rechazo al texto propuesto por la Convención Constitucional. Antes, en diciembre de 2021, se realizaron elecciones presidenciales y parlamentarias.

Al escenario electoral, fértil para la desinformación en todos los países del mundo, se sumó la pandemia, la crisis económica y los tópicos constitucionales como espacios para la contraposición de ideas. El director de Mala Espina, Tomás Martínez, revela que la temática que más desinformación generó, con un mayor número de consultas al medio, fue la discusión sobre la propiedad de la vivienda en la propuesta de texto constitucional.

La vivienda fue, además, el chequeo más leído este año. Es un tema que a la gente le genera pánico, temor, confusión, y quienes van desinformando, independientemente del sector político, se van agarrando de cabos sueltos que van quedando y lo que hacen los desinformantes es que se va generando un relato confuso.

Hay cosas que se pueden chequear y cosas que no, cuando son proyecciones, suposiciones y opiniones, no se pueden chequear. Entonces hay algunos que se resguardan y difunden la desinformación como pregunta con cierta intencionalidad, pero después se desdicen porque se estaba “sólo preguntando”.

Tomás Martínez, director de Mala Espina.

Otra desinformación que se situó en el top 10 de Mala Espina, dice relación con que los adolescentes menores de 17 años podían votar en el plebiscito de salida; también que el Servel había supuestamente señalado que los mayores de 60 años no eran susceptibles de recibir multa si dejaban de votar. Se trata de desinformación que pudo incidir en la decisión de movilizarse o no y ejercer el derecho a voto, en parte de la población.

Otra arista que vincula a la población rezagada socialmente tiene que ver con el acceso real a la educación de calidad, al conocimiento digital o la alfabetización en tecnología, donde efectivamente hay brechas enormes en todos los países de la región. En el caso de las zonas más empobrecidas de México, ni siquiera se trató de los males de la Infodemia, sino que la información oficial ni siquiera llegaba para competir por la verdad.

El antropólogo radicado en México, Jonatan Rodas, ha investigado sobre la brecha digital en algunas zonas empobrecidas del país, en particular en Chiapas, estado del sur mexicano afectado por rezagos históricos. La mayoría de la población es indígena, no tiene acceso pleno a la información y tampoco hay planes formativos sobre el uso de redes sociales. Incluso hay un gran debate ético sobre si impulsar o no el uso de las redes en las poblaciones indígenas o si esa formación tiene que para la población en general. “Pensar en que sólo a ‘ellos’ les falta esta formación es como partir de la premisa de que a ellos siempre hay que educarlos y eso es muy complicado”.

Rodas afirma que hubo mucha desinformación sobre la pandemia en estos territorios, pero en este caso, por desinformación deberíamos entender una falta de información pública o de la entrega de mensajes contradictorios. Esto sucedió principalmente respecto a las vacunas contra el Covid 19.

La gente se va desinformando y pierde la posibilidad de tomar decisiones porque no hay información precisa, y la poca que hay es imprecisa y por qué no decirlo; a veces también tendenciosa. Los bots o netcenter, también son aprovechados políticamente para hacer circular información que tendencia el comportamiento social y ahí se van entrecruzando las vulnerabilidades, las exclusiones ya históricamente existentes. En Chiapas hay una gran brecha digital, una gran exclusión o hay poco acceso a los medios de comunicación. Eso se incrementa en determinados sujetos sociales, quedando en último lugar las mujeres, y los niños y niñas, porque además de que no hay información, muchas de ellas no tienen aparatos o no tienen acceso a los aparatos porque están en control de sus esposos. La capacidad de poder tomar decisiones sobre la base de información es casi nula.

Jonatan Rodas, antropólogo

Quienes tienen acceso a dispositivos y a la internet, utilizan con mayor frecuencia Facebook y WhatsApp. No obstante, en lugares como Chiapas no hay un acceso pleno a la internet. Lo que se utiliza en dichas comunidades son repetidoras de punto de red, todo desde un mismo módem y con un sistema de fichas con un valor por hora. Ello provoca que la señal decaiga a medida que más viviendas se van incorporando y sólo permita, por ejemplo, consultar el WhatsApp.

La desinformación también puede matar. En efecto, la Infodemia registró toda suerte de falsedades en la ola informativa respecto a sustancias que combatían el Coronavirus e incluso se registró un caso de fallecimiento de un niño por haber ingerido dióxido de cloro en Argentina¹⁹. También está la compleja situación en la salud pública que siguen generando “los antivacunas”, promotores de la desinformación por una causa en la que creen, que en forma consciente emiten información errónea o *misinformation*.

Se entienden más

Los contenidos falsos tienen más likes, generan más reacciones, se reproducen más rápido y muestran menores barreras de comprensión lectora que los contenidos verdaderos.

Estudio nacional sobre desinformación en redes sociales y su efecto en el pluralismo y la agenda de medios.

Mendoza, Valenzuela y otros, 2022

Mendoza agrega que se verificó la existencia de grupos organizados antivacunas en redes sociales, a los que no les afectaba lo que publicara la OMS o el Ministerio de Salud porque “van a seguir creyendo lo mismo. Ellos adquieren esta posición, son grupos más radicales en su forma de pensar, no llegaron a esa conclusión a través de un raciocinio, sino que a través de un sistema de creencias y dogmas. Es al revés de como lo hace la ciencia, que explora para comprobar una hipótesis y validarla. Los grupos radicales operan desde las creencias”.

19 <https://cnnspanol.cnn.com/2020/08/28/confirman-que-un-nino-argentino-murio-por-ingerir-dioxido-de-cloro/>

La tormenta perfecta de los procesos electorales y el debilitamiento de la democracia

Uno de los temas más delicados que tuvieron que chequear los medios dedicados al tema, durante el proceso electoral brasileño, según relata la directora de la Agencia Lupa, Natalia Leal, fueron los ataques concertados al propio sistema electoral. Gran cantidad de materiales de desinformación promovieron los cuestionamientos al funcionamiento de las urnas electorales (electrónicas), a las competencias del tribunal Superior Electoral y aun después de la toma de posesión de la nueva autoridad presidencial, seguían circulando cuestionamientos sobre la publicación de la toma de posesión en el Diario Oficial, la banda presidencial supuestamente falsa que se habría ocupado y otras invenciones. Días más tarde, como ya se señaló, el mundo conoció del denominado intento de golpe de Estado civil en Brasilia²⁰.

Tal situación agudizó la polarización que se experimenta entre la ciudadanía, más cuando el desorden informativo afectó directamente la convivencia social con agresiones directas hacia uno de sus componentes elementales: la confianza en las instituciones y la percepción de justicia. Los desórdenes informativos comienzan a ser importantes en Chile debido al nivel de adopción o participación en redes sociales, “Chile registra aproximadamente 13 millones de cuentas en Facebook, casi 10 millones de cuenta en Instagram y un poco más de dos millones de cuentas en Twitter. En todas estas redes el contenido informativo es muy abundante”, señala el experto en tecnología de la información, Marcelo Mendoza. Cabe señalar que la población estimada del país, según el Banco Mundial, llega a los 19,5 millones.

Mendoza explica que este alto nivel de exposición de los chilenos a las redes y la cantidad de interacciones en las mismas alcanzan niveles muy altos en determinados momentos, “... especialmente en periodos de campaña política o de algún evento catastrófico de distinta naturaleza, como una crisis social o una pandemia, el uso de medios tradicionales disminuye y las personas tienden a usar más medios directos como las redes sociales, entonces la posibilidad que uno tiene de leer o estar expuesto a desinformación durante estos eventos traumáticos es mayor”.

Marcelo Mendoza y Sebastián Valenzuela junto con un equipo de cinco investigadores publicaron a fines de 2022, el Estudio nacional sobre desinformación en redes sociales y su efecto en el pluralismo y la agenda de medios (Mendoza, Valenzuela y otros, 2022). En dicho estudio detectaron que:

- ✓ Los contenidos imprecisos viajan más rápido en Twitter que los contenidos verdaderos.
- ✓ Los contenidos falsos se reproducen más rápido en Twitter que los contenidos verdaderos.
- ✓ Los contenidos falsos concentran más likes que los otros contenidos, tanto en volumen total como en proporción al total de reacciones.
- ✓ Los contenidos verdaderos generan menos reacciones en Facebook, la mayoría de estas reacciones son shares (compartir).
- ✓ Los contenidos falsos generan más comentarios que los otros contenidos.
- ✓ Los contenidos falsos tienen seis veces más reacciones que los verdaderos (el doble de lo esperado según volumen).
- ✓ Los contenidos falsos concentran más likes en Facebook que otro tipo de contenidos.
- ✓ El efecto de la desinformación en Instagram es menos notorio que en Facebook y Twitter.
- ✓ Los contenidos falsos muestran barreras de comprensión lectora menores que los contenidos verdaderos.

²⁰ <https://chequeado.com/el-explicador/brasil-que-se-sabe-sobre-el-intento-de-golpe-de-estado/>

Lo que nosotros hemos medido es que la postura de los usuarios antes y después del factchecking se mantiene, no hay cambios. Los usuarios adoptan una posición y no la cambian, independientemente de si el contenido está chequeado o no. Y eso tiene una razón: las noticias falsas producen un contagio emocional, no un contagio racional. Las noticias falsas buscan eso y nosotros estudiamos cuál es la composición en el texto de las noticias falsas, y hemos podido medir que los contenidos falsos usan un lenguaje que es más sensacionalista, para contagiar con mayor facilidad a los usuarios. Es por esa razón que no hay grandes cambios en la dinámica que introduce el fact checking, en redes sociales, debido a que ocurre después de que los usuarios ya adoptamos una posición, que es lo que se conoce como posverdad. Da lo mismo el valor de verdad de la información, lo que importa es la posición que tú tomaste. Y hay otros factores involucrados, muchas veces uno adopta una posición porque confirma mis creencias, es el sesgo de confirmación. Da lo mismo después de determinado tiempo si lo desmentimos, el daño ya está hecho y la polarización ya se produce. No hay un paso hacia atrás

Marcelo Mendoza, ingeniero civil electrónico.

Es así como la evidencia indica que los contenidos falsos se reproducen, se comentan, se comparten y se comprenden mejor que los verdaderos. ¿Cómo hacer frente entonces a la capacidad tecnológica que hoy existe para construir y difundir desinformación? Los riesgos en cuanto a la democracia y la participación están servidos.

Un impactante informe de la consultora Llorente y Cuenca en el marco de la iniciativa + Democracia (2022), que analizó más de 601 millones de mensajes en Twitter entre 2017 y 2022, señala que la polarización social tiene un efecto

similar al de las drogas. Los millones de mensajes de odio o incendiarios en redes sociales generan la activación de sustancias como la dopamina y las endorfinas en nuestro organismo, que al igual que algunas drogas, nos hacen adictos a su consumo. “Este efecto de contacto diario con la polarización radicaliza el pensamiento de las personas creando rechazo por la opinión contraria” (Llorente y Cuenca, 2022).

El informe advierte sobre los mecanismos psicológicos, cognitivos, sociológicos y éticos que concurren en la reproducción social de la polarización. Uno de los cuales es “la mediación digital”. **Esto es, las redes sociales y sus interacciones aumentan la percepción de pertenencia a comunidades con rasgos muy marcados como ideologías, estética o antagonismos. Aunque pensemos como individuos, existe una mediación del grupo donde operan los mecanismos de burbuja informativa o sesgos cognitivos,** “la exposición selectiva a las opiniones afines en redes sociales ha catalizado este fenómeno”, señala.

De acuerdo con el informe, polarización se ha convertido en una de las grandes amenazas del siglo XXI. Solo en los últimos 5 años este fenómeno que genera división, enfado y enfrentamiento en la sociedad ha crecido hasta un 40%.

Adictos a la polarización

La polarización no sólo se da en el mundo online. De este mundo salta al offline provocando efectos en todo.

Patricia Fernández y Belén Carrasco, investigadoras (Llorente y Cuenca, 2022).

La Fundación Gabo publicó en 2021 el libro “Periodismo ante la desinformación”²¹, que compila charlas y clases de seis expertos de diversas naciones. En él, el escritor italiano Alessandro Baricco señala que antes de la revolución digital, la democracia ya estaba en crisis y que no se debe culpar a las nuevas tecnologías por la crisis social en sí, porque no son la causa. No obstante, señala: “la revolución digital sí ha tenido un efecto multiplicador, al darle mayor visibilidad, e incluso ha llevado al poder a las voces de quienes se muestran escépticos hacia la democracia”.

21 Descargar en PDF aquí: https://drive.google.com/file/d/1enemzK3uHptSrd_r_Tb9i9eCz0BCq2_1p/view?usp=sharing

Chile y “el estallido”

En Chile, la sumatoria de crisis que ha experimentado el país desde el llamado “estallido social” de octubre de 2019 a la pandemia y la inflación global y nacional, son agravantes de la pérdida de confianza. La opinión pública chilena tiene muy mal evaluadas a las instituciones y representantes políticos. Tal evaluación repercute en la valoración del sistema democrático y en la amplificación de los populismos y las posturas radicales. De acuerdo con la última encuesta CEP (2023), la valoración a la democracia cayó desde un 61% a un 49%²². En tanto que las personas que dicen pensar que “en algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático” aumentaron de 13% a 19%. Y a un 25% le da lo mismo.

Mala convivencia

La polarización se ha convertido en una de las grandes amenazas del siglo XXI. Solo en los últimos 5 años este fenómeno que genera división, enfado y enfrentamiento en la sociedad ha crecido hasta un 40%.

Informe de Llorente y Cuenca, 2022.

En cuanto a la confianza en las instituciones, las únicas que sobrepasan el 50% de mucha o bastante confianza son las universidades (55%) y la PDI (53%). Las empresas (21%), el gobierno (16%), los tribunales (16%) o los partidos políticos (4%) cuentan con escasa confianza.

La académica Ingrid Bachmann señaló con respecto al denominado estallido social de octubre de 2019 en Chile, que provocó “un festín de la desinformación”. La académica señala que a partir del 18 de octubre de 2019 hubo mucha desinformación en nuestro país, compuesta

principalmente de rumores, conjeturas, especulación y especialmente, de manipulación que buscó exacerbar lo que la ciudadanía estaba sintiendo. El formato más frecuente fueron los videos y las fotografías compartidas por WhatsApp. *“Si lo ves en contexto tiene sentido que haya sido así, porque según la Teoría de la Comunicación²³, consumimos información por necesidad de orientación. Necesitamos que nos ordenen la información y nos orienten. Entonces ahí la necesidad de orientación se transformó en un asteroide, era un anhelo y estábamos todos pegados en la tele y en las redes sociales, y se compartía todo tipo de información”.*

Bachmann explica que estaban todas las herramientas para confundir y las personas compartieron información, primero por la incertidumbre que generó el momento y segundo por la ansiedad de contar con información: *“gente con muy buenas intenciones compartió todo lo que le llegaba por sí acaso, porque lo escuchó en la radio, porque el vecino le dijo”.*

Pese a que la desinformación no es un concepto nuevo, señala Bachmann, los hitos a partir de los cuales se la empieza a nombrar más frecuentemente en la opinión pública fueron la elección presidencial de 2016 en EE.UU, el Brexit en Reino Unido²⁴ y el referéndum en Colombia²⁵. Estos hitos, reflexiona, *“nos normalizaron que en una lógica de contextos electorales existe una manera de manipular la información de tal manera que supuestamente produzca ciertos resultados esperados. El estallido no era una elección, pero sí veníamos con antecedentes, por eso ya existían unidades de fact checking”.*

Bachmann dirigió un equipo que midió el nivel de desinformación a las tres semanas de comenzado el estallido social, a través de entrevistas donde plantearon ocho aseveraciones y pidieron a los consultados

22 % de personas que respondieron: “La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno”. Medición compara resultados de agosto de 2021 con noviembre – diciembre de 2022.

23 Sobre este punto se recomienda revisar la denominada Teoría de la Agenda Setting, en “Estableciendo la agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento” de Maxwell McCombs. Paidós, 2006.

24 El término refiere a la decisión de Reino Unido de abandonar la Unión Europea que se votó en junio de 2016. Es un acrónimo a partir de las palabras inglesas britain y exit. Se recomienda leer “El Brexit y sus consecuencias” de Ana Badia y Laura Huici, compiladoras. Editorial Marcial Pons, 2022.

25 Se refiere al plebiscito sobre los acuerdos de paz en Colombia de octubre de 2016, en el que la ciudadanía expresó su rechazo a los acuerdos de paz entre el gobierno y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo. Ver <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37537187>

determinar cuál era verdadera, cuál era falsa y señalar si las habían escuchado antes. La consulta detectó que la población con menos nivel de ingreso tendía a creer más en la desinformación. Pese a que estaba menos representado, se constató estadísticamente que había una relación significativa entre menor ingreso reportado del hogar versus la credibilidad en la desinformación. Las personas que reportaron usar redes sociales con mayor frecuencia presentaban tasas mucho más altas de exposición a la desinformación. Personas con menor nivel educativo, menor nivel socioeconómico y más jóvenes (el grupo de 18 a 25 era el más susceptible) fueron los más propensos a creer en la desinformación en el contexto del estallido social. La académica aclara eso sí, que el estudio detectó un consumo masivo y transversal de redes sociales a la par de la gran masa de ciudadanos que creyeron ciertas desinformaciones.

La desinformación, en este sentido, sería un buen alimento para dicha polarización y para las odiosidades. *“Algo que reveló el estallido es que la meritocracia no era tal. Nos habían dicho que fuéramos al colegio para surgir, pero si no se pudo ir a un colegio privado no se cumplió la promesa de movilidad y seguridad social. Acceso a la vivienda tampoco hubo, también está el tema de las AFP y de las Isapres. Entonces el que lo consigue es porque algo trucho hizo o está bien conectado, no por meritocracia. Lo mismo sucede con el tema de la migración”,* señala Bachmann y agrega, mencionando conocidas noticias falsas, *“por qué los venezolanos van a poder votar y decidir si no es su país, o por qué a los haitianos les iban a dar una casa. La sensación de injusticia y maltrato te hace dudar hasta del vecino”.*

Algunas de las afirmaciones planteadas fueron:

- *Los ataques contra estaciones del metro fueron orquestados por organismos de inteligencia cubanos y venezolanos.*
- *Un grupo de carabineros fue grabado mientras aspiraban cocaína en el centro de Santiago.*
- *El presidente Piñera asistió al matrimonio de la hija de uno de sus ministros en Cachagua el día que se suspendió el toque de queda.*
- *Un retén de carabineros arrojó una bomba molotov en un edificio residencial a plena luz del día.*
- *El ex Beatle Paul McCartney manifestó su apoyo a Chile en un concierto con la bandera chilena.*

El 70% de los consultados escuchó al menos una de las ocho afirmaciones y el 33% se las creyó. No obstante, la mayoría negó haberlas compartido.

De acuerdo con Bachmann, el estallido social de 2019 sólo vino a consolidar las señales de polarización de la sociedad chilena que ya estaban presentes mucho antes.

Siento, luego comparto

“*Cuando alguna información, imagen o video genera emociones muy fuertes y negativas, como rabia, pánico, enojo, miedo, euforia o indignación, es la primera pista de que podría tratarse de desinformación.*”

Tomás Martínez,
director de Mala Espina

Los periodistas y medios que se dedican al chequeo de noticias encienden las alertas cuando a sus redes sociales llegan consultas con informaciones que se repiten, analizando las tendencias del momento, como los *trending topics* que popularizó originalmente Twitter. Si el chequeo se vuelve viral, misión cumplida. Como explica Martínez, hay distintos tipos de desinformantes, “hay algunos a quienes les podemos consultar, dicen fue un error y borran el posteo. Hay otros que no contestan o lo mantienen ahí para siempre. El origen es difícil pesquisarlo, porque en general vienen de cuentas incógnitas en redes sociales y es complejo hacer el seguimiento. En otros casos vienen de algún personaje público. Por eso es importante hacer el trabajo de verificación, llamar a la fuente original para saber quién propagó la desinformación, para acercarse al menos un poco al origen, ver si fue un error, quién se la mandó, si lo borró, si mantiene lo dicho”. Martínez menciona que la desinformación sobre migración suele toparse con los discursos de odio en las redes sociales.

La falsedad sobre extranjeros recién llegados a Chile que podían votar en el plebiscito constituyente se chequeó en varios medios, por ejemplo. La ley señala que los

extranjeros avecindados por más de cinco años podrán ejercer el derecho a sufragio que consagra el artículo 14 de la Constitución Política²⁶ y que para ello deben además cumplir con la mayoría de edad y no estar condenados a delitos de pena aflictiva o conducta terrorista. Otros chequeos a los que se enfrentó Mala Espina tuvieron que ver con la crisis de la migración por zonas no habilitadas en el norte del país.

Desde el estallido social de 2019, Mala Espina ha chequeado más de 600 desinformaciones e imprecisiones. “Las informaciones falsas que generan miedo, temor, llevan a tomar decisiones equivocadas, como cuando la gente corrió a comprar al supermercado porque iban a cerrar Santiago. Cuando estamos con temor estamos más sensibles y uno se puede ir metiendo en esa ola de conspiración y desinformación”.

Martínez señala que hay algunos portales web que se disfrazan de medios de comunicación para desinformar, lo que calzaría con la definición de *fake news* que defienden Lazer y Baum (2018), y por tanto serían una suerte de fábricas de falsedades. Uno de los objetivos del *factchecking*, aparte de dejar en evidencia el contenido falso, es lograr que el desinformador se retracte.

Los formatos que causan mayor impacto emocional en las personas, señala Leal, son las *fake news* en audio e imágenes. Tienen mayor difusión y son más compartidos.

Lo mismo ocurre cuando la desinformación proviene de figuras públicas con poder o derechamente, de autoridades. Brasil acaba de concluir un proceso electoral, que es un momento social altísima circulación de desinformación, como coinciden todos los expertos consultados. La agencia Lupa, dirigida por la periodista, observó cómo durante aquella ola informativa diversos medios de comunicación, en la búsqueda por mayores niveles de audiencia, sufrieron transformaciones bastante negativas y comenzaron a dar espacio a comunicadores que estaban dispuestos a amplificar desinformación. Desde llamados a no vacunarse hasta teorías de la conspiración para generar temor.

Quien ha estudiado las emociones detrás de los desórdenes informativos es la psicóloga venezolana Yorelis Acosta, que realiza talleres y acompañamiento a

26 <https://www.servei.cl/2022/07/22/el-voto-de-los-electores-extranjeros-en-chile/>

periodistas en el ámbito emocional. En los grupos con los que trabaja, se encuentra con profesionales que han cubierto desastres naturales, que se encuentran eventualmente con fallecidos, con personas desesperadas, con tragedias. En este sentido, no resulta fácil para ellos y ellas enfocarse en la profesión, mantenerse en el marco del periodismo, incluso evitar insensibilizarse ante determinado lenguaje. Muchos se ven afectados, involucrados, están expuestos a perder los límites y se hacen necesarias algunas acciones de autocuidado. Acosta explica que se suele criticar a la prensa por desprolijidades o alarmismo, pero pocas veces se piensa en que los y las periodistas son personas con las mismas emociones que están expuestas muchas veces a información fuerte, impactante o violenta.

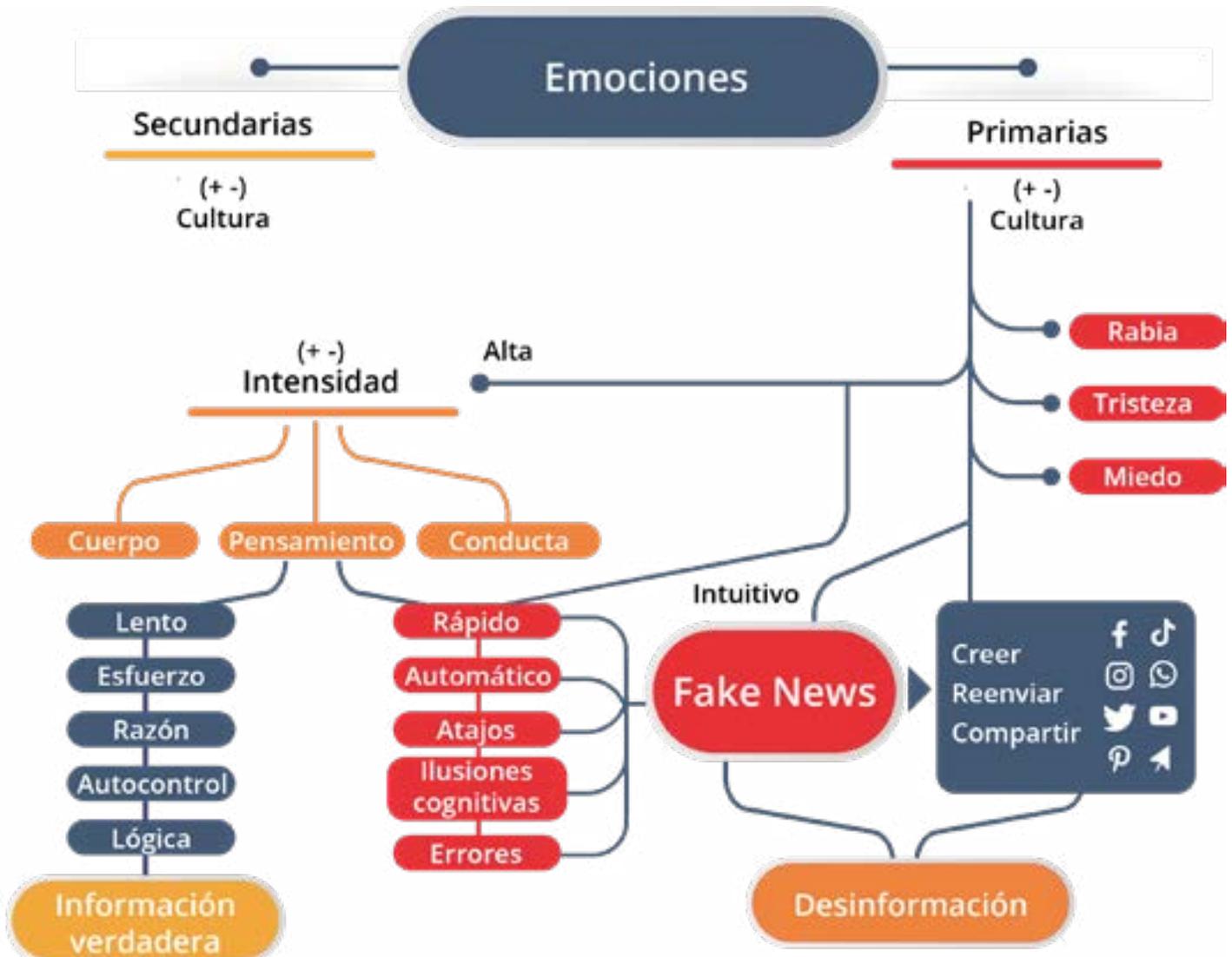
Dentro de las características de los desórdenes informativos está la alusión a las emociones fuertes y negativas, como ya se señaló. Acosta explica que dichas emociones son las emociones primarias, aquellas que son innatas, fuertes y que todo el mundo experimenta.

Hablamos del miedo, la tristeza, la rabia o la alegría. Cualquier información que apele a estas emociones va a lograr que las personas hagan *click*.

Luego están las emociones secundarias, aquellas que son aprendidas y que en parte dependen de las diferencias culturales de los países. "Si a las emociones primarias agregamos la sorpresa, la confianza, la esperanza o la desesperanza, las desinformaciones que apelen a esas emociones van a tener más éxito en ser difundidas. Como son propias de cada cultura, en algunas no se identifican ciertas emociones preponderantes, pero en otras sí", explica.

La otra característica que se debe tener en cuenta al analizar la desinformación es que las emociones tienen intensidades. "La tristeza es una emoción. Tiene un elemento fisiológico, uno conductual y uno cognitivo. Pensemos en una persona que tiene depresión, físicamente siente que le falta energía, hay incluso cambios neurológicos, su expresión de la cara, del cuerpo. Conductualmente quizá no va a querer ir al trabajo, no va a querer hablar. Y cognitivamente hay un tipo de pensamiento muy característico del que está deprimido que es pensar en que no se va a poder con las cosas de la vida. Por eso es relevante revisar las emociones cuando estamos trabajando mensajes, publicidad o desinformación", señala Acosta.

Emoción y pensamientos: Proceso interno de una *fake news* en las personas



Fuente: elaboración propia sobre la base de entrevista a Yorelis Acosta y Kahneman, 2011.

Este esquema busca mostrar el proceso mediante el cual se genera, cree y/o comparte una desinformación. Las emociones primarias de la rabia, la tristeza o el miedo, activan el pensamiento rápido que, de acuerdo con la definición de Kahneman, funciona de manera automática y lleva a errores. Ahí es donde se produce el acto de creer y eventualmente, de compartir la desinformación.

Además del orden natural de las emociones en nuestro desarrollo, sabemos que es el pensamiento el que da paso a la emoción. El economista, premio Nobel de Economía 2002, Daniel Kahneman, agrega un elemento central en el impacto que tiene la información en la respuesta de nuestro cerebro: el pensamiento rápido y el pensamiento lento (Kahneman, 2011). Nuestro sistema intuitivo o automático de pensamiento (que denomina Sistema 1), ocupa nuestra memoria asociativa, construye a partir de ella una interpretación coherente del mundo y nos lleva a utilizar como repuesta la intuición. Atajos hacia juicios rápidos. Una espontaneidad que muchas veces nos lleva a cometer errores por los atajos que tomamos hacia juicios rápidos sobre lo que vemos o escuchamos.

La influencia de la intuición en nuestro pensamiento es tan fuerte que, en el caso de la desinformación, es lo que nos obliga a creer en la imagen falsa que vemos en las redes sociales o a compartir por WhatsApp esa cadena 'informativa' de hechos falsos, sin invocar a nuestro pensamiento racional pero más esforzado, donde la intuición fracasa y somos obligados a meditar, al que Kahneman denomina Sistema 2. El sistema del autocontrol.

Lo que primero se van a activar cuando miramos una desinformación, es el pensamiento rápido y la emoción primaria nos puede provocar miedo, rabia, tristeza. Los adultos debemos ser conscientes de aquello y enseñarles a los niños a utilizar más el pensamiento lento, del cual se puede obtener el control, la motivación o la calma. Las emociones primarias y el pensamiento rápido son de lo que se vale la desinformación para que uno no piense, sino que le dé a reenviar y seguir generando más alarma. El juego es detenerse, reflexionar, cambiar de emoción y validar la noticia. Es un camino muy largo. Por eso las fakes news son poderosas. Si se utilizan ciertas palabras claves que llamen la atención, si el tema es un tema sensible -por ejemplo- los niños, la familia, la escuela o la misma pandemia, que fue la gran explosión de información en exceso y desinformación, hay un contexto que es importante, de incertidumbre o que tiene carga emocional. Eso es caldo de cultivo para que las noticias se muevan más y se produzcan más noticias, verdaderas o falsas.

Yorelis Acosta, psicóloga.

Otro aspecto fundamental para considerar en la proliferación de la desinformación es un elemento de la comunicación: apelar a la credibilidad, o lo que podríamos denominar, el efecto de los emisores con cierta autoridad. Por ejemplo, “me lo dijo un médico”; “le pasó a mi vecina”, “lo grabó mi primo”, “me lo mandó mi amiga enfermera que trabaja en tal o cual hospital”. La influencia de los audios por WhatsApp o las imágenes de los teléfonos se agranda cuando quien se supone que informa, es uno de estos emisores con cierta autoridad. Basta agregar un audio alarmista a un video común para generar miedo. En este sentido, los periodistas tienen un rol no menor. Son parte de los grupos de comunidades, vecindarios o familias igual que cualquier persona, “el reto que tienen en este caso los periodistas, es cómo aplacar la viralidad de este tipo de desinformación”, enfatiza Acosta.

Más adelante, en las sugerencias para desarrollar mejores prácticas periodísticas, analizaremos lo que respecta al factor de la credibilidad y el uso de fuentes, donde frecuentemente opera este mismo aspecto.

También se debe poner atención a los títulos alarmistas, porque parte importante de la audiencia revisa sólo los encabezados o titulares.

Las emociones que provoca la desinformación son la llave de la desconfianza y el debilitamiento de la cohesión social. Yorelis Acosta dirige talleres con periodistas donde se propone educar sobre las otras emociones que se pueden introducir en las historias y que tienden a generar lazos sociales.

ALERTA DE INFODEMIA

Frente a la “infodemia” en 2020, los chequeadores de Latinoamérica nos aliamos para contrarrestar la desinformación. Creamos una base de notas sobre coronavirus, hicimos campañas de concientización, produjimos contenido en diferentes formatos y ¡mucho más!

Chequeado.com

Desde lo psicológico, la desinformación busca que haya menos cohesión, que haya desconfianza, que incluso desde nuestras propias casas podamos generar el efecto multiplicador del miedo. Entonces el periodismo también puede apelar a las emociones positivas, por ejemplo, dar cierta tranquilidad a la gente, optimismo, esperanza. En el tema de la pobreza se podría transmitir más empatía, esa es la emoción que trabajar, que resaltar. También la amabilidad o el respeto. Son esas las que debieran predominar para tener una sociedad más cohesionada, más solidaria con los desprotegidos, sin xenofobia. La empatía calma los ánimos. Creo que se hace lo contrario. Se apela a la rabia, al resentimiento, a la resignación, a la envidia, a la desesperanza, incluso a la confusión. Se propicia el exacerbar las preocupaciones de las personas, se transmite que hay mayor inseguridad, que hay que temerle al otro.

Yorelis Acosta, psicóloga.

Cuñas para el bronce: El riesgo de las malas prácticas periodísticas en la desinformación

Quienes se han abanderado en pro de la buena información son los *factchecking* o medios y agencias que se dedican a chequear informaciones que circulan en la prensa tradicional, en medios emergentes o que se hacen virales en las redes sociales. Cada uno de estos verificadores de información tiene su metodología de chequeo y la da a conocer con transparencia.

Uno de los elementos importantes para estas agencias es la relevancia del emisor de la desinformación y el tipo de contenido. No es lo mismo aquello dicho o publicado por personas conocidas, autoridades, referentes de algún sector o personas que influyen en la opinión pública. En este caso hay más posibilidades de que se viralice el contenido, es decir, que resulte de fácil propagación. Esas informaciones, cuando causan sospecha, son frecuentemente las primeras en verificarse. En Mala Espina primero van a una fuente oficial y luego, a una fuente alternativa pero experta en el tema²⁷. Otras agencias que chequean desinformación en nuestro país son FastCheck, Factchecking UC y Decodificador²⁸.

Se hacen esfuerzos por educar en la materia, pero aún son escasos o insuficientes. En octubre de 2022 se desarrolló una nueva colaboración de la iniciativa LatamChequea (chequeado.com), LatamChequea es una red de chequeadores de toda Latinoamérica, Estados Unidos, España y Portugal. Comenzó en 2014 como una reunión presencial y actualmente reúne a 38 medios de 18 países. El objetivo de esta red creada y liderada por Chequeado.com es “compartir experiencias y herramientas que contribuyan a mejorar la calidad del debate público y fomentar procesos de colaboración entre diversos medios de la región para aumentar el impacto del *fact checking* y la lucha contra la desinformación en nuestro continente”²⁹. Se trabajó sobre el proceso de vacunación y la desinformación, con *influencers* para difundir los chequeos, se construyeron materiales educativos.

El tercero de confianza

Motivada por la influencia política, corporativa y de intereses individuales en los medios de comunicación, la desinformación masiva en línea y la suma de actos violentos contra la prensa, además del debilitamiento del periodismo de calidad, la organización Reporteros Sin Fronteras emitió en noviembre de 2018 la Declaración Información y Democracia. En ella se establecieron ciertos principios respecto del derecho a la información, la libertad de expresión, la responsabilidad y otros. También se establece la función social del periodismo:

Ser “un tercero de confianza” para las sociedades y los individuos. Esto permite establecer controles, un equilibrio y el empoderamiento de los ciudadanos para que participen plenamente en la sociedad. La labor del periodismo consiste en dar cuenta de la realidad, mostrarla de la manera más amplia, profunda y pertinente posible, permitiendo el ejercicio del derecho a la libertad de opinión.

Reporteros sin Fronteras, 2018.

La declaración también señala que la función social del periodismo justifica un esfuerzo de las sociedades para garantizar su sustentabilidad financiera.

27 Metodología de Mala Espina disponible en <https://www.malaespinacheck.cl/metodologia/>

28 <https://www.fastcheck.cl/>, <https://decodificador.cl/>, <https://factchecking.cl/>

29 <https://chequeado.com/latamchequea/#/>

Por su parte el informe del Grupo de Trabajo para la Sostenibilidad del Periodismo propuso en 2021, un “Nuevo Trato” para el ejercicio de la labor. En él instan a los gobiernos democráticos y a los gremios empresariales a facilitar el ejercicio de la libertad y la responsabilidad periodística justamente para fortalecer la cohesión social en este rol de tercero de confianza. La propuesta se enmarca en lo que denomina caos informativo del dominio público digital globalizado. El nuevo trato buscaría, entonces, unir el mercado, el entorno tecnológico y el trabajo de los periodistas, con una ética de trabajo. En otras palabras, el *New Deal* postula que el periodismo no es un tercer sector si no que un elemento esencial de la libertad de expresión.

El potencial para la manipulación profunda al estilo falso, la desinformación a escala mundial, la difusión de rumores y charlatanería ha alcanzado un nivel sin precedentes, creando una emergencia para la democracia y los derechos humanos. Un efecto secundario de la epidemia de Covid ha sido ayudar a las ‘infodemias’ a socavar la mejor vacuna contra la desinformación, el periodismo.

Christophe Deloire (Padania et. al; 2021)

El periodista e investigador Luis Cárcamo ha comparado la prensa española con la prensa chilena contrastando conjuntos de datos de noticias vertidas hacia redes sociales de medios de ambos países, con el objetivo de analizar cómo se trataba la desinformación. “Vimos que las *fake news* eran un tópico que crecía en los medios. Entonces preguntamos, si les preocupa tanto a los medios y aparece repetidamente ¿cómo lo tratan?”, señaló. En este sentido, explica que el modelo español es bien visto desde Chile en contraposición con el que se hace nacionalmente que considera más como intento de imitación del periodismo norteamericano: “el periodismo

español es más de opinión, los noticieros abren con una editorial y los conductores se permiten jugar con esto. En Chile lo ha hecho un poco CNN, pero en España esto es desde siempre, allá los noticieros son marcadamente más opinantes”, señala.

La investigación observó que en Chile se utiliza regularmente el concepto *fake news* para hablar de desinformaciones relevantes o famosas y es muy frecuente. En la prensa española, en tanto, existen más artículos educativos donde la prensa enseña a detectar una noticia falsa, tratando de educar a su audiencia. También se detectó una fuerte presencia del tema a nivel de las editoriales.

La académica de la UDP, Valentina De Marval, considera que los medios de comunicación tradicionales podrían ser parte del problema en la desinformación. Sabemos que las personas efectivamente han migrado hacia las redes sociales para informarse, pero de acuerdo con De Marval, uno de los factores que incide en que las personas migren de lo puramente informativo a discursos que les hacen más sentido, y que entre medio son desinformativos, es el rechazo hacia las instituciones y hacia la prensa. “Es como en el caso de los antivacunas. Si tenemos a una persona que ya no le da crédito al Ministerio de Salud o a la OMS, o a todo lo que esté vinculado a la ONU por cualquier motivo, sabemos que, aunque le muestren los estudios más serios del mundo no van a creer. Y automática e involuntariamente va a buscar respuestas que le acomodan. Esto merma profundamente la democracia como sistema político y las instituciones que la hacen posible. Pero cuando tienes medios que abren transmisiones (como matinales o noticieros) con hechos de violencia sin entregar contexto, también se alimentan discursos como que necesitamos que haya militares en el norte todo el año, por ejemplo, o como que los municipios debiesen tener una policía”, señala la académica.

El modo en que se informa en los medios tradicionales impacta en la opinión directamente, señala Marval, y pone como ejemplo el tema de la seguridad pública:

“Ahora está súper instalado el discurso de que la policía tiene poca capacidad de fuego y resulta raro porque en el estallido tuvieron demasiada capacidad de fuego y disparo, y de repente cambió esa visión. Entonces yo digo que la desinformación merma la democracia, pero la masificación de la desinformación también es un síntoma, refleja que las instituciones han fracasado en cuanto a la valoración de la ciudadanía, de los votantes, de los televidentes, ya no los respetan como antes y migran a otras supuestas fuentes que no tienen rigurosidad en sus teorías y supuestas noticias, pero caen rápidamente por el descontento. Hay sensacionalismo e irresponsabilidad, y cosas como esas que hacen que la gente migre a otros medios de información que no cuentan con la rigurosidad necesaria y, por ende, desinforman”.

**Valentina De Marval,
académica y periodista**

El periodismo de declaraciones

El periodista obtiene una declaración falsa y en vez de actuar, busca alguien que contradiga. Eso es una desinformación flagrante. Pasaron muchos meses de campaña y los medios no actuaron con la responsabilidad suficiente, se quedaron con el espectáculo de administrar la polémica. Se olvidaron de informar y educar, se quedaron sólo con entretener. Cuando los programas informativos administran los debates, se pasan al entretenimiento y los manejan como un reality show.

Luis Cárcamo, académico e investigador.

Si una fuente con cierto reconocimiento público, aunque no como experto meteorológico, señala al aire que afuera hay una tormenta de proporciones bíblicas, lo razonable parecería ser confirmar o desmentir la información, cámara en mano, yendo a mirar afuera. Pero ¿qué sucede cuando en vez de eso la cámara se prende ante la otra fuente que dice que tal tormenta en esta época del año es imposible? ¿Con qué “información” se queda el espectador o auditor que no puede salir a mirar por sus propios medios? Si es afín a la primera fuente creará una cosa. Si es entusiasta de las redes sociales podrá buscar una foto de una tormenta en internet y la mandará a sus contactos en WhatsApp con un texto que diga ‘esto está sucediendo ahora en la ciudad’. Si es afín a la segunda fuente, creará lo contrario. Lo más probable considerando los datos que nos han entregado nuestros entrevistados, es que vaya a Facebook a buscar la información. En menor proporción, a Twitter. Tal es el absurdo de transformar opiniones en hechos y tal es el daño que se puede hacer en la población. En

Todo esto ocurrió en una crisis generalizada de desconfianza en Chile. Ya veníamos de desconfiar de Carabineros, del Poder Judicial, de los medios y esa desconfianza se exacerbó aún más. Entonces ya desconfías de los medios tradicionales, no se cree la información oficial y es muy fácil compartir cualquier información. El juicio crítico baja, porque el nivel de miedo, rabia y ansiedad están por las nubes. Los medios se comenzaron a sentir atacados de no decir la verdad. Comenzaron a tomar medidas muy extremas con lo que publicaban o sacaban al aire, entonces hasta que no estaba confirmado, no salía. Pero a esas alturas ya todo se había publicado en redes sociales. Entonces fueron acusados de proteger a un sector o de llegar tarde con la información. Entonces ahí se terminó de consolidar el cuestionamiento hacia los medios. Detrás del slogan “apaga la TV”, hay un tema súper importante.

Ingrid Bachmann,
académica y periodista.

buen chileno, se trata de recolectar “cuñas para el bronce”, es decir, declaraciones fuertes, escandalosas, conflictivas, y construir a partir de ellas algo que intenta imitar a una noticia. Se hace en todo ámbito del periodismo, desde el deportivo hasta el político.

El académico español Víctor Lapuente señaló el 2014 en una columna³⁰, que el periodismo español es muy declarativo: “el leitmotiv de muchas noticias —en televisión, radio o prensa— no es tanto un acontecimiento como las declaraciones de turno de un político. La importancia de quien habla cuenta más que qué pasa”, dice. Señala entre otros aspectos, que los periodistas priorizan las declaraciones de los políticos a costa de asuntos sustantivamente más relevantes.

De acuerdo con Munive, 2016, el periodismo de declaraciones no es un género sino una suerte de modalidad que se hace cada vez más frecuente en las redacciones de la prensa. Es escribir o emitir una noticia basada en las opiniones de una fuente. No se requiere mayor reporteo que la fuente misma, ni mayores recursos “dado que se nutre de los dichos de figuras dotadas de notoriedad e influencia”. Su finalidad consiste, según el académico, en trasladar al público comentarios que pueden ser reacciones frente a un hecho de actualidad o declaraciones controversiales. “En coyunturas marcadas por el conflicto social o la competencia electoral, esta modalidad discursiva puede ser un eficaz vehículo de propaganda. La actuación política del medio de comunicación se vuelve explícita en estos períodos... y la vigencia de este tipo de periodismo se explica por la necesidad de los grupos de interés de poseer cajas de resonancia” (Munive, 2016).

Los países latinoamericanos no se quedan atrás. Ya nos enteramos de lo que sucedió con las declaraciones incendiarias del expresidente de Brasil Jair Bolsonaro respecto a que los brasileños no necesitaban vacunarse. Y en Chile lamentablemente lo vimos muy seguido en los debates televisivos y radiales respecto del contenido de la primera propuesta de texto constitucional.

30 https://elpais.com/elpais/2014/04/25/opinion/1398439742_940322.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam

“Yo creo que el tema de la cuña para el bronce ha sido nefasto en muchos sentidos. En general no las verifican, a pesar de que muchas veces sí son verificables. Yo creo que hay políticos que han aprendido a mentir de tal forma que lo que dicen no sea verificable. Y hay cuñas que no se comprueban, se dejan, y no encaran en el minuto para desmentir a la fuente. Esa cosa del contraargumentar está muy ausente, y otra cosa que se reveló en el estallido es que a los periodistas les falta calle e invisibilizan lugares donde están pasando cosas, hay comunas que no salen nunca en los medios y son de la región Metropolitana, entonces ni hablar de regiones. Hay muchas historias que no se están contando, zonas que no están representadas, estamos diciendo que esa gente no existe, simbólicamente. Los periodistas les escriben a otros periodistas, y muchos medios le escriben al poder. Hay temas que no se hablan en los medios abiertos y las audiencias tienden sacar proporciones en función de cómo se presentan casos en las noticias.

Ingrid Bachmann, periodista.

El periodismo de declaraciones también puede afectar principios básicos del periodismo. No todas las fuentes tienen la misma pertinencia o deben, de por sí, acceder a espacios similares en los medios de comunicación. Todo depende de la noticia o de los hechos en sí mismos, y el mérito que una u otra fuente tenga para aportar al tema. En el periodismo de declaraciones muchas veces se apela al empate entre los sectores, un equilibrio artificial que no hace más que crear supuesta información donde muchas veces no la hay. El mal uso de las fuentes afecta, por ejemplo, el principio de la proporcionalidad.



Tú no puedes ponerle el mismo micrófono a una víctima de violencia intrafamiliar que al victimario, esto es un caso extremo... yo creo que esto pasa con los discursos de odio, que se basan mucho en desinformación, como sucede, por ejemplo, con la falsa ideología de género. Esa teoría que difunden los sectores más conservadores y que están en contra de la diversidad se basa en estudios que no tienen fundamento científico, pero igual los hacen pasar como estudios. Hubo un momento en se le dio demasiado micrófono a Marcela Aranda y la ponían como presidenta de una fundación, por ejemplo. Y si tú ingresas a la página web de esa fundación no tenía directorio, no tenía actas, no tenía fotos, no tenía archivos, era solamente ella y una persona más. Para mí ese es un gran caso donde no se aplicó el principio de proporcionalidad. Este principio está muy ligado a ética periodística, y es una de las razones por la que los medios amplifican muchos discursos de odio que están basados en desinformación. Porque después el periodista se lava las manos y dice "no, pero es que yo no lo dije, lo dijo mi fuente".

**Valentina De Marval,
académica y periodista**

Recomendaciones ante la desinformación

Con el objetivo de aportar a la reflexión diaria y mejorar las prácticas en el "mejor oficio del mundo", y en un contexto cada más más difícil para su ejercicio, tanto en el interior de los medios de comunicación como fuera de ellos, en el hostil campo de las redes sociales, proponemos sencillas recomendaciones para enfrentar la desinformación. También agregamos las de instituciones referentes del periodismo.

- Evaluar el poder (relevancia, espacio, formato) que se entrega a las fuentes, sobre todo en debates y otras transmisiones en vivo. Y especialmente en contextos electorales.
- Evitar el periodismo de declaraciones, tener presentes que las opiniones no son los hechos.
- Cuestionarse cuando la nota, el reportaje o artículo apela solamente a la emoción o al miedo, o a otra emoción primaria negativa. Especialmente en sus títulos, bajadas y destacados.
- Hacer esfuerzos por evitar, pese a las líneas editoriales, editores y otros influyentes, los titulares dramáticos, amarillistas o tendenciosos.
- Mejorar la calidad del reporte y chequeo. Si es posible, contar con una unidad de Fact-checking o consultar a agencias especializadas.
- Los verificadores de información deben estar libres de tendencias partidistas o ideológicas en su práctica, o de lo contrario se trata de actores políticos (Graves, 2018).
- Averiguar si el medio donde colaboro tiene un manual de estilo, un código de ética o bien si es un medio propio, tener en cuenta elaborar y declarar el propio manual. Mantener este conocimiento actualizado.
- Insistir los estándares de transparencia respecto al financiamiento del medio.

- Entregar mejores herramientas a la audiencia, lectores o auditores: ser precisos en los datos que sostienen la información y separar claramente lo que constituye opinión. El periodismo de opinión es relevante, estos espacios deben declararse y resguardarse adecuadamente.
- Luchar contra el centralismo en la información. Tener en cuenta que la desinformación se produce en cualquier comunidad y no sólo en la de las grandes ciudades. Los hechos y dichos están concentrados en la ciudad porque el periodismo así lo permite. La capital o las capitales regionales no son todo el territorio. Por mucho que en ellas se concentre la población. No informar sobre lo que sucede en la ruralidad y en sus diferentes paisajes, aniquila simbólicamente a los territorios y no contribuye a la cohesión social.
- No ser indiferente a la verdad.

FAKE NEWS QUE CIRCULARON EN PERÍODO ELECTORAL SOBRE LA PROPUESTA DE CONSTITUCIÓN

1. Noticias falsas sobre vivienda

- "Con la nueva Constitución, las casas no serán heredables"
- "Casa digna, no significa que sea propia"
- "Si apruebo, me quitarán la casa/una pieza para dársela a una persona migrante"

2. Noticias falsas sobre el Estado de Chile

- "Con la plurinacionalidad, el país se va a dividir en múltiples naciones"
- "Chile se va a dividir en 12 Estados"
- "Si aprobamos, se va a eliminar o cambiar la bandera/el himno/ el escudo/ el 18 de septiembre"

3. Noticias falsas sobre nacionalidad y migración

- "Con la nueva Constitución, los extranjeros recién llegados irán a la notaría y les darán nacionalidad chilena"

4. Noticias falsas sobre elecciones

- "Los narcotraficantes podrán ser presidentes, alcaldes, gobernadores y ocupar puestos de poder"

5. Noticias falsas sobre derechos sexuales y reproductivos

- "Si se aprueba, el aborto será legal"
- "Se podrá abortar a los 9 meses"
- "La población será 50% hombres y 50% mujeres a raíz del aborto"

Identificadas por académicos de la Universidad de Concepción.

Recomendaciones de organismos especializados

Fundación Gabo³¹:

- Enseñar a las personas que tengan un conocimiento de los medios es una manera de ayudarlos a navegar en el océano informativo.
- Seguir la “brújula ética” del periodista colombiano Hernán Restrepo: 1) Verdad: ¿Lo que voy a publicar en redes es verdad? Antes de publicar debo preguntarme esto. 2) Respeto: ¿Estoy respetando a los involucrados, a la ciudadanía y a los involucrados en el hecho? 3) Servicio público: ¿Si lo público, presto un servicio o lo hago para favorecer a alguien?
- Saber que los medios de comunicación no pueden competir con las redes sociales. Y si lo hacen, les va mal a ellos, a la sociedad, a la conversación política.
- Trabajar en qué significa ser ciudadano digital en los colegios, en las universidades, en todos los grupos de acción colectiva.
- Como denunciar las mentiras genera muy poco interés en la audiencia es mejor investigar en qué consiste la desinformación.
- El periodismo debería salirse de su posición de cuarto poder y dedicarse a innovar en el mundo digital. Debería apostarle a entender la inteligencia artificial para mejorar su relación con la audiencia.
- Tener claro que las redes sociales son un espacio de investigación, pero no son el fin de la información.

Reuters³²:

- Sea crítico en la elección de las fuentes y asegúrese de que la información proporcionada es correcta.

- Pregúntese: ¿por qué aparece esta historia exactamente en este momento?

- No es suficiente con saber que los hechos individuales son correctos. También tienen que ser relevantes al ponerlos en contexto y de acuerdo con el enfoque del artículo.

- Cuidado con los números: Los números tienen una tendencia a parecer más creíbles de lo que son. Nunca acepte números como una prueba sin comprenderlos totalmente.

- No adopte la narrativa de alguien sin un espíritu crítico. Que alguien haya dicho algo de forma que se preste para un buen titular no es razón suficiente para entregar así no más su publicación, titular o punto de vista. Más bien, es razón para estar más alerta.

- Asegúrese de que las palabras clave y los puntos más importantes sean claramente visibles en cada pieza periodística.

- El único método comprobado para cuidar nuestra credibilidad es hacer un trabajo periodístico robusto en cada artículo en el cual decidimos invertir nuestra credibilidad.

Fundación Getulio Vargas³³:

- Dar a conocer qué son las fake news, sin suponer que todos saben su significado e impacto.

- Establecer diálogos con otras organizaciones, como ONG y gobiernos para combatir la desinformación, siempre con una mirada crítica.

- Evitar generalizaciones e imprecisiones.

Unesco³⁴:

- Se recomienda el documento: Periodismo, “noticias falsas” y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo.

31 Adaptado de: https://drive.google.com/file/d/1enemzK3uHptSrd_r_Tb9i9eCz0BCq2_1p/view

32 Adaptado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/fake-news-propaganda-and-influence-operations-guide-journalism-new-and-more-chaotic-media>

33 Adaptado de:

<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/25742/Desinforma%C3%A7%C3%A3o%20Policy-Paper-2%20Sala.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

34 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>

Alemania

La ley de aplicación de Internet ³⁵ (*Deutscher Bundestag*, 2017), pensada para combatir el discurso de odio, es la primera ley de un país europeo que establece un marco legal para controlar contenido en Internet. Tiene efecto en plataformas como Instagram, Facebook o Twitter: dispone que las plataformas digitales posean un procedimiento para que los usuarios denuncien contenido ilegal, lo que incluye la publicación de noticias falsas. El contenido debe ser revisado dentro de las 24 horas y, en caso de ser encontrado ilegal, será retirado. Las empresas que incumplan sistemáticamente esta obligación podrán ser multadas con hasta 50 millones de euros. Los contenidos eliminados deben ser, al mismo tiempo, conservados a modo de prueba de su contenido delictivo. Además, la ley obliga a las empresas a informar trimestralmente sobre su gestión de las denuncias de los usuarios.

Turquía

En 2022, el país aprobó una ley que establecerá penas de hasta tres años de prisión efectiva por la divulgación de noticias “falsas” o “engañosas”, también conocidas como fake news. Se aplicará a todos los medios de comunicación del país: prensa, radios y cadenas de televisión. Además, informaron que en las redes sociales y los portales de Internet también se verán incluidos en la medida y deberán entregar datos sobre los usuarios acusados de compartir *fake news*³⁶.

Bolivia

En el marco de la pandemia, dentro de los Decretos supremos 4199 y 4200 de marzo de 2020, que tratan sobre la obligatoriedad del aislamiento social durante la emergencia sanitaria, se incluyó el siguiente inciso: “Las personas que inciten el incumplimiento [sic] del presente Decreto Supremo o difundan información de cualquier índole, sea en forma escrita, impresa, artística y/o por cualquier otro procedimiento que pongan en riesgo o

afecten a la salud pública, generando incertidumbre en la población, serán pasibles a denuncias por la comisión de delitos tipificados en el Código Penal”³⁷

Nicaragua

En octubre de 2020 se sancionó la Ley especial de Ciberdelito³⁸ (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua) que incluye el artículo 30 titulado “Propagación de noticias falsas a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación”. Dicho artículo dispone que: “Quien, usando las Tecnologías de la Información y la Comunicación, publique o difunda información falsa y/o tergiversada, que produzca alarma, temor, zozobra en la población, o a un grupo o sector de ella a una persona o a su familia, se impondrá la pena de dos a cuatro años de prisión y trescientos a quinientos días multa. Si la publicación o difusión de la información falsa y/o tergiversada, perjudica el honor, prestigio o

reputación de una persona o a su familia [sic], se le impondrá una pena de uno a tres años de prisión y ciento cincuenta a trescientos [sic] cincuenta días multa. Si la publicación o difusión de la información falsa y/o tergiversada, incita al odio y a la violencia, pone en peligro la estabilidad económica, el orden público, la salud pública o la seguridad soberana, se le impondrá pena de tres a cinco años de prisión y quinientos a ochocientos días multa”.

Puerto Rico

Se aprobó, en abril de 2020, la Ley 35³⁹ (Asamblea Legislativa de Puerto Rico) con el fin de enmendar el Artículo 6.14 de la Ley 20-2017, conocida como “Ley del Departamento de Seguridad Pública de Puerto Rico”. La enmienda estipula una pena de reclusión de hasta seis meses o multa de hasta 5.000 dólares para toda persona que: “Transmita o permita transmitir por cualquier medio, a través de cualquier red social o medio de comunicación masivo, información falsa con la intención de crear confusión, pánico o histeria pública colectiva, con respecto

35 Deutscher Bundestag (2017). Netzdurchsetzungsgesetz. Disponible en: <https://bit.ly/43z80fi>

36 <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/turquia-aprobaron-una-ley-contra-las-fake-news-que-preve-hasta-tres-anos-de-carcel-nid13102022/>

37 Poder Ejecutivo del Estado Plurinacional de Bolivia (2020). Decreto Supremo 4231. Disponible en: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/listadonor/>

38 Asamblea Nacional de la República de Nicaragua (2020). Ley 1042. Ley Especial de Ciberdelitos. Disponible en: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/803E7C7FBCF44D7706258611007C6D87?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/803E7C7FBCF44D7706258611007C6D87?OpenDocument)

39 Asamblea Legislativa De Puerto Rico (2020). Ley Núm. 35 del año 2020. Para enmendar el Artículo 6.14 de la Ley Núm. 20-2017, Ley del Departamento de Seguridad Pública de Puerto Rico. Disponible en: <https://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2020/lexl2020035.htm>

a cualquier proclama u orden ejecutiva decretando un estado de emergencia o desastre o toque de queda. En el caso de que la diseminación de información falsa resulte en daños al erario público, o a terceros, o la propiedad pública o privada, que excedan los diez mil (10,000) dólares, o cuando la conducta resulte en lesiones o daños físicos, se impondrá la pena correspondiente a la de un delito grave en cuarto grado”.

Brasil

En julio de 2020, la Cámara de senadores aprobó la Ley 2630/2020⁴⁰ (Senado Federal do Brasil), denominada “Ley Brasileña de la Libertad, Responsabilidad y Transparencia en el Internet” para contener la divulgación de información errónea. El texto de la ley generó una gran polémica ya que, entre otras cuestiones, prohíbe que las personas creen cuentas anónimas en las redes sociales y almacena información sobre los usuarios que hayan compartido información masiva. Uno de sus puntos más polémicos es el artículo 10, que obliga a las empresas de mensajería instantánea (como WhatsApp, Signal y Telegram) a registrar los mensajes enviados masivamente (los registros deben contener la indicación de los usuarios que realizaron el reenvío masivo, con fecha y hora del envío y el número total de usuarios que recibieron el mensaje) y a guardar por tres meses tales datos. El objetivo es que, en caso de difusión de contenido ilícito, funcionen como prueba en una investigación criminal.

Aunque esta ley aún se encuentra en tratamiento en la Cámara de Diputados, cabe destacar que cinco estados brasileños -Río Grande del Norte, Paraíba, Ceará, Acre, Roraima (Pita, 2021), aprobaron leyes o decretos para la aplicación de multas para quien divulgue información falsa en Internet sobre pandemias, epidemias o endemias.

Además de las mencionadas leyes, abundan los proyectos de corte punitivo, por ejemplo, en Argentina, El Salvador, Panamá y Paraguay. Si bien la mayoría de estos proyectos avanzan hacia la criminalización de la difusión de

desinformación, existen otros que favorecen la expansión de la libertad de expresión de distintas voces sociales.

México

Permite la expansión de versiones al contemplar el derecho a responder a los pronunciamientos públicos del presidente⁴¹ (Anaya Mota, 2020). De acuerdo con la propuesta, los gobiernos estatales o municipales, las entidades del sector privado, las organizaciones de la sociedad civil o cualquier otra entidad pública o privada que se vea afectada por información inexacta o falsa difundida por el Poder Ejecutivo podrán solicitar el derecho de respuesta (Pita, 2021).

República Dominicana

En 2019 se presentó “El proyecto de ley que garantiza a la persona el derecho a réplica y rectificaciones ante informaciones falsas o inexactas en los medios de comunicación”⁴². La propuesta considera y menciona la necesidad de garantizar el derecho a la rectificación de información falsa en redes sociales y entiende que los productores de contenido en plataformas digitales también entrarían en el término “medios de comunicación” (Pita, 2021).

Argentina

Existen dos proyectos de ley que buscan limitar la circulación de noticias falsas, ambos presentados durante el año 2020. El proyecto de ley 1453-S-2020⁴³ propone la incorporación del artículo 211° bis al Código Penal de la Nación, Ley N° 11.179 (T.O. 1984 actualizado), según el siguiente texto: “Será reprimido con prisión de dos a seis años el que creare y difundiere noticias falsas dentro del espectro digital, con el fin de infundir pánico, desacreditar autoridades oficiales o generar desórdenes o tumultos”.

40 Senado Federal do Brasil (2020). Projeto de Lei nº 2630, de 2020. Disponible en: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/matéria/141944>

41 Anaya Mota, C. E. (2020). Iniciativa con proyecto decreto por la que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Reglamentaria del Artículo 6o., párrafo primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del derecho de réplica. Disponible en: https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/3/2020-12-15-1/assets/documentos/Inic_PRI_Sen_Claudia_Anaya_art_6_ceam.pdf

42 Aybar-Serulle, L. (2019). Proyecto de ley que garantiza a la persona el derecho a réplica y rectificaciones ante informaciones falsas o inexactas en los medios de comunicación. Disponible en: <https://s-sil.camaradediputados.gob.do:8095/ReportesGenerales/VerDocumento?documentId=118727>

43 Kueider, E. D. (2020). Modificación del Código Penal de La Nación, Ley 11179, Respecto de creación y difusión de noticias falsas dentro del espectro digital. Disponible en: <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/1453.20/S/PL>

Por su parte, el proyecto de ley 848-S-2020⁴⁴ se encuentra dirigido hacia la creación de noticias falsas y discursos de odio. Los sujetos obligados incluyen a toda persona humana o jurídica proveedora de servicios de redes sociales con más de un millón de usuarios, diseñadas para publicar y/o compartir cualquier contenido en una o más plataformas de Internet. En cambio, excluye a las plataformas que ofrecen contenido periodístico o editorial, cuya responsabilidad recae en el propio proveedor del servicio; a las aplicaciones de mensajería privada; y a los proveedores de una red social con menos de un millón de usuarios registrados en el país. Las obligaciones que contempla de ley se vinculan con la facilitación de procedimientos para denunciar contenido ilegal, la eliminación o bloqueo de dichas publicaciones de las plataformas, la notificación de las quejas recibidas al Instituto Nacional contra la Discriminación, Xenofobia y Racismo (INADI), el almacenamiento y resguardo por un plazo no menor a cinco años de las publicaciones eliminadas para que puedan ser utilizadas como pruebas en caso de proceso judicial.

Otros proyectos en otras naciones que pueden ser de interés:

Proyectos

Situación en Chile: Reacciones ante Pandemia y elecciones

Llama la atención la cantidad de normativas que se han presentado en nuestro país. Son ocho los proyectos que están en trámite en el parlamento nacional, además de una solicitud de la cámara al Poder Ejecutivo. Fueron presentados al fragor de la pandemia o de períodos electorales, alguno ya es extemporáneo y congregan a diversos sectores políticos. El vocablo que se utiliza principalmente es *fake news* o noticia falsa. Estos proyectos buscan castigar la provocación de alarma pública, regular las campañas electorales o amonestar a autoridades. Apuntamos aquí, los antecedentes disponibles.

El 22 de noviembre del 2022 la Cámara de Diputados aprueba proyecto de resolución para rechazar el uso de “fake news” en política:

La iniciativa, patrocinada por los Diputados Andrés Giordano, Nelson Venegas y las Diputadas Nathalie Castillo, Viviana Delgado, Claudia Mix, Catalina Pérez y Marcela Riquelme, rechaza categóricamente la utilización de noticias falsas o Fake News en política, y solicita al Ejecutivo adoptar con urgencia medidas para prevenir y sancionar a quienes elaboren y difundan noticias falsas por parte de autoridades públicas, junto con proponer medidas de rectificación de alcance nacional desde los medios de comunicación.

Publicación de [Diarioconstitucional.cl](https://www.diarioconstitucional.cl)

Leer el proyecto

Votación

44 Rodríguez Saa, A. (2020). Proyecto de ley sobre protección y defensa por publicaciones de contenido ilegal en plataformas de proveedores de servicios de redes sociales - fake news. Disponible en: <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/848.20/S/PL>

Ocho proyectos de ley presentados en Chile para combatir las fake news

1.- Proyecto que busca destituir a las autoridades. Número de boletín: 12314-07

El primer proyecto para combatir las desinformaciones fue presentado en 2018 y buscaba que las autoridades, como el presidente de la República, diputados, senadores, alcaldes y concejales, cesarían de sus cargos en caso de difundir, promocionar o financiar noticias falsas.

Esta propuesta fue presentada por los entonces senadores: Alejandro Navarro (IND), Yasna Provoste (DC), Juan Ignacio Latorre (RD), Alfonso De Urresti (PS) y Jaime Quintana (PPD).

Proyecto de ley



2.- Proyecto para sancionar “fake news” que perturben el orden público. Número de boletín 13383-07

En marzo de 2020 fue presentado un proyecto para tipificar como delito la difusión de noticias falsas que perturben el orden social o que causen pánico en la población. El proyecto de ley establece que las personas que incurran en el acto serán castigadas con “la pena de reclusión menor en su grado mínimo”, es decir de 61 a 301 días. La moción fue presentada por Jorge Alessandri (UDI), René Alinco (IND), Catalina Del Real (RN), Raúl Leiva (PS), Karin Luck (RN), Miguel Mellado (RN), Ximena Ossandón (RN) y Leonidas Romero (IND).

Proyecto de ley



3.- Proyecto para sancionar “fake news” sobre la crisis sanitaria. Número de boletín 13605-07

En junio 2020, el entonces diputado Juan Antonio Coloma (UDI) junto a diputados de su partido presentaron un proyecto para sancionar las desinformaciones en torno a crisis sanitarias. “Se sancionará con la pena de presidio menor en su grado medio a presidio mayor en su grado mínimo y multa de 200 Unidades Tributarias Mensuales”, -unos \$11 millones 900 mil- señala el proyecto.

Proyecto de ley



4.- Proyecto para “proteger los procesos electorales”. Número de boletín es 13698-07ç

En agosto de 2020, el exsenador Felipe Harboe (PPD), junto a la senadora Ximena Rincón (DC) y Kenneth Pugh (independiente RN), presentaron un proyecto para regular las fake news que afecten en las “decisiones electorales de las personas”. En el proyecto se prohíbe la propaganda electoral vía telemarketing y por mensajería instantánea sin el consentimiento de las personas. Además, sanciona a los candidatos que difundieran noticias falsas, como también a las autoridades que tendrían que cesar de sus funciones. Las sanciones de la propuesta contemplan la pena de presidio menor en su grado mínimo medio y multa de 10 a 100 UTM.

Proyecto de ley



5.- Ley anti fake news para regular redes sociales Número de boletín es 14785-24

En diciembre de 2021 fue presentada la propuesta Ley AntiFakeNews que busca regular las empresas dedicadas a las redes sociales para que tengan un representante legal, eliminar el contenido manipulado y solicitar más transparencia en el uso de algoritmos de las compañías. La iniciativa presentada por el exdiputado Marcelo Díaz (Frente Amplio) junto a diputados de su sector, tiene sanciones de multas de 100 a 1.000 UTM, de \$595 mil a unos de \$59 millones de pesos.

Proyecto de ley



6. Transparencia en los medios de comunicación Número de boletín 15056-07

El 9 de junio de 2022 el diputado Nelson Venegas (PS) presentó un proyecto para establecer y sancionar el delito de difusión de noticias falsas y “fijar directrices por las cuales el Estado debe velar por la transparencia de la información en los medios de comunicación social”. También se adhirieron los diputados Catalina Pérez (RD), Tomás de Rementería (IND), Daniela Melo (PS) y Danisa Astudillo (PS).

El proyecto busca que el Estado se haga cargo de informar a los ciudadanos sobre las prácticas respecto a las fake news y busca que los medios adopten medidas de transparencia y para combatir las desinformaciones. Las sanciones van de pena de presidio menor en su grado mínimo a multa de cinco a diez UTM.

Proyecto de ley



7.- Proyecto para combatir las fake news del plebiscito de salida Número de boletín 15234-06

El 1 de agosto de 2022 el diputado PC, Luis Cuello, presentó un proyecto que sanciona a quien cree o difunda “noticias falsas” respecto al texto constitucional en el marco del plebiscito de salida. En este proyecto, la sanción por difundir noticias falsas sobre el proceso constitucional va desde 500 Unidades Tributarias Mensuales (UTM), que son en pesos chilenos, cerca de \$30 millones. También fueron parte de la iniciativa las diputadas PC: Karol Cariola, Carmen Hertz, Carolina Tello y Daniela Serrano.

Proyecto de ley



Nota proyecto de ley en Diario Constitucional.



8.- Sancionar a funcionarios o autoridades Número de boletín 15256-07

El 3 de agosto de 2022 se presentó proyecto que busca sancionar a funcionarios públicos que ejercieran un cargo directivo o un cargo de elección popular cuando difundan información falsa. El proyecto presentado por Marcela Riquelme (IND) señala que “será sancionado con la pena de presidio menor en su grado mínimo a medio, multa de 6 a 30 Unidades Tributarias Mensuales, suspensión del cargo con privación del 50% de su remuneración, debiendo además rectificarse, en un plazo no mayor a 5 días hábiles.

Proyecto de ley



Bibliografía

- Amazeen, M. (2013). Making a difference: A critical assessment of fact-checking in 2012. Media Policy Initiative Research Paper. <https://www.newamerica.org/new-america/policy-papers/making-a-difference/>
- Badillo, Á. (2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, fake news y la nueva geopolítica de la información. Real Instituto Elcano. Retrieved noviembre de 2022, from <https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-sociedad-de-la-desinformacion-propaganda-fake-news-y-la-nueva-geopolitica-de-la-informacion/>
- BBC News Brasil. (2018). Bota fogo!: o ataque de brasileiros a imigrantes venezuelanos em Pacaraima. BBC News Brasil. Retrieved 25 de noviembre de 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=CrXBt9pVG4Q>
- Bradshaw, S., & Howard, P. (2019). El orden Global de la Desinformación. Inventario global de la manipulación organizada de redes sociales. Oxford Internet Institute. Universidad de Oxford. Retrieved diciembre de 2022, from <https://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/boletin/periodistas/2019/Orden-Global-OXFORD.pdf>
- CEP. (2023). Estudio Nacional de Opinión Pública, Encuesta CEP N°88. Centro de Estudios Públicos. https://www.cepchile.cl/wp-content/uploads/2023/01/CEP88_PPT_ANEXOS_CRUCES-1.pdf
- Comisión Europea. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271
- Del Fresno, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexposiciones e infrainformados en la era de la posverdad. *Profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/EPI>
- Dragnic, O. (2010). *Diccionario de comunicación social*. Caracas: Panapo.
- Emol. (10 de enero de 2023). "¡Queremos el código fuente!": La desinformación que desencadenó los ataques a los poderes del Estado en Brasil. Retrieved 11 de enero de 2023, from Emol.com: <https://www.emol.com/noticias/Internacional/2023/01/10/1083455/asalto-bolsonaristas-brasil-causa.html>
- Ferguson, N. (2018). La plaza y la torre. *Debate*.
- Graves, L. (2018). Boundaries Not Drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1196602>
- Hernández, L. (2020). Contenidos falseados y Fakecracia: términos contra un juego de sombras. En M. Torrealba, L. Hernández, & A. Cañizález, *Las fake news en Venezuela: La mentira en la censura* (págs. 30-51). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Retrieved diciembre de 2022, from <https://comunicacion.gumilla.org/2020/09/28/las-fake-news-en-venezuela-la-mentira-en-la-censura/>
- Jiménez-Yañez, C. (2020). #Chiledespertó: causas del estallido social en Chile. *Revista mexicana de sociología*, 82(4), 949-957. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.4.59213>

- Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debolsillo. https://catedradatos.com.ar/media/kahneman_pensar.pdf
- Kakutani, M. (2019). *La muerte de la verdad. Notas sobre la falsedad en la era Trump*. Galaxia Gutenberg.
- Lasalle, J. M. (2019). *CiberLeviatán*. Barcelona: Arpa y Alfíl Editores.
- Lazer, D., Baum, M., & al, e. (2018). The science of fake news. Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Llorente y Cuenca. (2022). *La droga oculta: un estudio sobre el poder adictivo de la polarización del debate público*. Consultora Llorente y Cuenca. Proyecto + Democracia. <https://thehiddendrug.llorenteycuenca.com/>
- Martins, M., & Carvalho, C. (2019). What do teenagers lie about? . *Revista Española de Pedagogía*, 77(273), 245-260. <https://doi.org/https://doi.org/10.22550/REP77-2-2019-07>
- MDSF. (2020). *Informe final. Consejo Asesor para la Cohesión Social. Diagnóstico para una aproximación a la Cohesión Social en Chile y recomendaciones para fortalecer el aporte de la política social*. Santiago: Ministerio de Desarrollo Social y Familia. Retrieved octubre de 2022, from https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/Cohesion_Social_Resumen_Ejecutivo.pdf
- Mendoza, M., Valenzuela, S., & al, e. (2022). *Estudio nacional sobre desinformación en redes sociales y su efecto en el pluralismo y la agenda de medios*. Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo. Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional. Programa de Información Científica ANID.
- Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones: cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Conexión*, 6(5), 42- 57. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6903751.pdf>
- Nickerson, R. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology* ; 2(2), 175-220. Retrieved diciembre de 2022, from https://www.researchgate.net/publication/280685490_Confirmation_Bias_A_Ubiquitous_Phenomenon_in_Many_Guises/link/564b3b2b08ae020ae9f7ece6/download
- OCDE. (2016). *Skills Matter. Further Results from the Survey of Adult Skills*. OECD Skills Studies. Retrieved diciembre de 2022, from <https://www.oecd.org/education/skills-matter-9789264258051-en.htm>
- Padania, S., & al, e. (2021). *A New Deal for Journalism. Working Group on the Sustainability of Journalism of the Forum on Information and Democracy*. https://www.researchgate.net/publication/352440870_A_New_Deal_for_Journalism
- Pita, M. (2021). *Desinformación durante la pandemia y la respuesta regulatoria latinoamericana*. Paris/Montevidео: Unesco.
- Reporteros sin Fronteras. (Noviembre de 2018). *Declaración Información y Democracia*. https://rsf.org/sites/default/files/declaracion_informacion_y_democracia.pdf
- Robles-Lessa, M., Boechat, H., & Fachetti, G. (2020). Deepfake: inteligencia artificial y algoritmo que causa riesgos a la sociedad en el ciberespacio. *Derecho y Cambio Social*(61), 475-487. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7525024>
- Salas, A. (2019). La primera fake news de la historia. *Historia y comunicación social*, 2(24), 411-431. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/hics.66268>

Servel. (9 de enero de 2023). Servicio Electoral de Chile. <https://www.servel.cl/noticias/noticias-repositorio-de-noticias-falsas/>

Unesco. (2020). Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo. Santo Domingo, República Dominicana: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Retrieved octubre de 2022, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe. <http://bit.ly/2VX7cIj>

ALIANZA COMUNICACIÓN Y POBREZA

Nuestro propósito es generar un cambio de mirada en los medios de comunicación que permita acercar a la opinión pública a una comprensión más integral de la pobreza, la exclusión, la desigualdad y las estrategias para enfrentarlas, sin prejuicios y sin discriminación.

Desarrollamos investigación, espacios de debate y entregamos anualmente el Premio Pobre el que no Cambia de Mirada a los mejores trabajos periodísticos del año que aborden, a través de sus historias, las causas, consecuencias o soluciones a estos problemas sociales.

Nuestra convicción es que una sociedad con información de calidad en los temas sociales, genera un puente que acerca y vincula a las personas, más allá de las diferencias.

www.comunicacionypobreza.cl



ALIANZA
COMUNICACIÓN
Y POBREZA



Con el financiamiento de:

