

Radiografía de una fake news

Autor: Rosario Mendía

VIE 8 NOV 2019 | 02:50 PM



Incendios que nunca fueron registrados o videos fuera de contexto son algunos mensajes que se han reproducido estas semanas en Chile, llenando las redes sociales de noticias rápidas, virales y falsas. Dos expertas, de la Universidad de Harvard y la Universidad de Columbia, analizan la anatomía de las fake news, donde la emoción tiene un rol clave. Ambas coinciden en que hoy Chile es terreno fértil para la desinformación.

En estas semanas, a no pocos chilenos les ocurrió esto: recibir, creer e incluso compartir una noticia que luego terminaba siendo falsa. Eran historias en apariencia atractivas –mensajes, audios, videos, imágenes– que se divulgaban velozmente entre los usuarios de redes sociales, quienes de manera inmediata –desde un impulso que es básicamente emocional– creen que lo que leen es real. Pero no.

Un ejemplo. El 22 de octubre un usuario de Twitter posteó: **“Según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) serían hasta ahora 42 los muertos, 12 mujeres violadas, 121 desaparecidos y miles de torturados”**. La información alcanzó más de medio millón de interacciones en las redes sociales, sin contar las aplicaciones de mensajería instantánea. Incluso llegó a publicarse en medios internacionales. Al día siguiente, en la misma plataforma, el Instituto Nacional de Derechos Humanos (**INDH** (<https://www.indh.cl/>)) desmintió esas cifras.

“El uso de una organización como ésta (CIDH) ayuda enormemente, ya que nuestros cerebros dependen de la ‘heurística’ (atajos mentales) para ayudarnos a dar sentido a la información. **En este caso, el uso de una institución que suena creíble significa que nuestros cerebros tienen más probabilidades de creerlo y menos probabilidades de comprobarlo.** Es un truco muy inteligente que funciona una y otra vez”, explica Claire Wardle, directora ejecutiva de la ONG First Draft, del Centro Shorenstein de la **Universidad de Harvard** (<https://www.harvard.edu/>), sobre las cifras falsas que fueron divulgadas.

MÁS SOBRE TENDENCIAS ↗

En pauta, por Alberto Montt

24 ENE 2020

Catalina May: "Veo series creadas y protagonizadas por mujeres"

24 ENE 2020

Pero fuera del uso de siglas internacionales, para esta periodista el exitoso alcance de esta noticia tiene que ver con la reacción emocional que genera. **Porque cuando las personas sienten temor, tristeza o enojo, es menos probable que critiquen la información y la chequeen.** “Este tipo de noticias nos hace preocuparnos de que nos puede pasar a nosotros o a las personas que queremos. Nos obliga a tener una reacción desde el corazón, una reacción de miedo. Eso es lo que impulsa tanta desinformación”, comenta esta doctora en Comunicaciones que es considerada una experta mundial en información digital, que ha asesorado a medios de prensa y organizaciones humanitarias y sus investigaciones apoyan a periodistas, académicos y técnicos que trabajan en tópicos como confianza y verdad en la era digital.

Verdades emocionales

“En Chile son tiempos favorables para las fake news”, dice la periodista y decana de Asuntos Académicos de la **Universidad de Columbia** (<https://www.columbia.edu/>), Sheila Coronel, quien concuerda con la tesis de Wardle sobre el peso del sentimiento en este tema. “En momentos de crisis, las emociones son muy fuertes y la gente tiene visiones polarizadas. **Mientras más personas están a un lado o a otro, más emocionales se convierten. Están menos interesados en la objetividad de los hechos y la discusión, y más interesados en fomentar su lado de la discusión o derribar la opinión opositora**”, comenta.

Sheila Coronel es la directora del Centro Stabile para el Periodismo de Investigación en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia; y en 2016 junto a sus colegas Stephen Coll y Derek Kravitz investigó una falsa acusación de acoso sexual en la Universidad de Virginia que la revista Rolling Stone había publicado como verdadera. En mayo, Coronel estuvo en Chile para dar una charla en la UDP sobre el futuro del periodismo y las fake news.



SHEILA CORONEL, ACADÉMICA
UNIVERSIDAD DE COLUMBIA

-¿Qué convierte a una crisis social en escenario favorable para las fake news?

-La polarización. Como el Brexit en Inglaterra o la inmigración en Estados Unidos, donde la gente tiene posturas opuestas. Ahí es cuando aparecen emociones intensas en ambos lados, y entonces terminan creyendo en verdades emocionales en vez de verdades objetivas o hechos corroborables.

-¿Qué son las verdades emocionales?

-Es cuando la gente cree noticias o información que puede ser falsa, por el hecho de que van acorde a sus propias creencias. Entonces la gente está más dispuesta a difundir estas noticias si creen que apoya sus ideas, o ataca personas que no son de su gusto.

-¿Por qué se produce esa reacción?

-Es una reacción emocional que tiene que ver con la naturaleza humana. Por eso eres más propenso a creer algo que sea similar con lo que te gusta, y más propenso a creerles a las personas que concuerdan contigo.

-Si tiene que ver con la naturaleza humana, ¿es posible evitar, prevenir, luchar contra una fake news?

-Es posible, pero es difícil porque el periodismo ya no controla el espacio de la información. Los periodistas pueden ofrecer hechos, pero las personas van a obtener información directa de políticos, de partidos políticos, de las redes sociales, de bots, etcétera. Hay demasiadas fuentes de información, entonces es más difícil identificar de dónde viene este flujo de “desinformación” que corre libre online y offline. Es difícil también para gente saber qué es verdad.

Trastorno de desinformación

Claire Wardle publicó en 2017 un informe encargado por el Consejo de Europa, titulado “**Trastorno de la información: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas**”. Allí analiza la crisis y el desorden informativo a nivel global.

Según la autora, las redes sociales son impulsadas por el intercambio de contenido emocional. La arquitectura de estos sitios está diseñada de manera que cada vez que un usuario publica contenido y a alguien le gusta, comenta o comparte, su cerebro libera un pequeño golpe de dopamina. **Entonces como seres sociales, intuimos los tipos de publicaciones que se ajustarán mejor a nuestro círculo social.** “Si descubres que a tus amigos les gusta una canción, es más probable que también te guste. Los seres humanos se sienten atraídos por seguir a las masas, particularmente cuando se muestra que la masa incluye a sus amigos y familiares más cercanos”, plantea el texto y explica que esto afecta los juicios de credibilidad.



CLAIRE WARDLE, DIRECTORA EJECUTIVA DE FIRST DRAFT

En la introducción del informe, Wardle señala que **prefiere no utilizar el término fake news, porque le parece una simplificación. Según ella, estamos viviendo un “trastorno de la desinformación” y se divide en tres tipos.** Uno, información errónea (mis-information): cuando se comparte información falsa por error, o sea, sin una intención negativa; dos, desinformación (dis-information): cuando se comparte o fabrica información falsa para causar daño con su difusión; y tres, mala información (mal-information): cuando se comparte información que puede basarse en la realidad, que puede incluso partir de hechos verdaderos, pero se manipula para causar daño; por ejemplo, filtrar información personal y generar discursos de odio.

Hay más investigaciones sobre el tema. El informe “Internet Trends 2019”, de Mary Meeker (de Bond Capital), señala que actualmente pasamos el triple de tiempo en línea que en 2008. **Durante esas seis horas diarias en promedio, consigna el texto, consumimos cantidades increíbles de información e inevitablemente cometemos errores compartiendo publicaciones falsas.** Wardle agrega que si bien somos más conscientes de la desinformación, asegura que aún no se lleva a la práctica.

-¿Por qué las personas aún creen noticias falsas si ahora están más alertas?

-¡Porque somos humanos! Los humanos somos emocionales y cuando nos sentimos emocionales, es mucho menos probable que seamos críticos. Y en este momento estamos abrumados por la información, ocupados con las pantallas mientras estamos en ese modo, es menos probable que seamos críticos: estamos “tragando” información en lugar de realmente consumirla lentamente y pensando profundamente en lo que estamos viendo. Quienes quieren difundir la desinformación saben eso y crean contenido emocionalmente fácil, pues saben que es menos probable ser críticos con ese contenido y hay más probabilidades de compartirlo.

Para esta académica, otra clave de la desinformación tiene que ver con el contenido visual. **Las imágenes, audios, videos y memes son una manera aún más efectiva para difundir noticias falsas.** Wardle reconoce que esos mensajes son atractivos para la vista, tienen una fuerte narrativa y son repetitivos. Según la investigación “Divertimos hasta la muerte” (2005), del académico de NYU Neil Postman, el cerebro procesa las imágenes a una velocidad mucho mayor que los textos. Como resultado, el pensamiento crítico tiene menos probabilidad de comprometerse con lo que se está viendo.

Además, este tipo de contenido tiene un elemento a su favor: los algoritmos de las redes sociales. Las distintas plataformas web están formateadas para mostrarle al usuario contenido que pueda interesarle. Por ejemplo, Facebook personaliza la información que muestra, dependiendo de la actividad de cada persona; y como el material visual suele tener más reacciones, el sitio lo prioriza. Por esto, las fake news que son imágenes o videos tienen allí mayor arrastre.

“El filtrado algorítmico hace mucho menos probable que nos encontremos con información que desafía nuestras creencias”, plantea Wardle. Así, de manera automática, la página web prioriza este contenido y aumenta, sin quererlo, el tráfico de la desinformación.

Las consecuencias y la democracia

Un estudio realizado en 18 países por la BBC en septiembre de 2017 descubrió que al 79% de los encuestados les preocupaba lo que era falso en internet. Otro dato: en base a la investigación de Wardle, en 2018 la UE publicó el Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación, donde pone como puntos principales: “mejorar la transparencia de cómo se produce y patrocina la información, que haya diversidad de información y que la información sea creíble”. El documento fue firmado por Facebook, Google y Twitter.

También la UE lanzó un Eurobarómetro (2018) donde encuestó a más de 26.000 personas y los resultados arrojaron que “el 83% considera las noticias falsas un peligro para la democracia” y que “el 37% se encuentra con noticias falsas a diario”.

“Las implicaciones de esta realidad son realmente aterradoras, especialmente a medida que nuestras sociedades se polarizan y se dividen cada vez más”, comenta Claire Wardle.

Sheila Coronel asegura que las noticias falsas son tan democráticas que cualquiera puede difundirlas. **Pero paradójicamente, también son la mayor amenaza para la democracia.** “Todos pueden propagar una mentira. Solo necesitas manejar la ciencia de la viralización”, dice la académica.

-¿Por qué son tan peligrosas las fake news?

-Porque si la gente no sabe en qué creer o si creen que ellos son los únicos dueños de la verdad, es muy difícil crear cualquier consenso o un debate racional. No podemos resolver los problemas o preocupaciones que nos dividen si no podemos siquiera estar de acuerdo en qué son hechos y qué no.

-¿En qué afecta la democracia?

-La democracia se basa en que las personas tomen decisiones informadas sobre políticas públicas, sobre a quién votar, sobre lo que es bueno para su comunidad. Para tomar esas decisiones, se necesita información precisa. Si la información no es precisa, entonces el proceso completo de toma de decisiones es muy difícil, muy fraudulento y puede dejar resultados muy peligrosos. Para la democracia esto es tóxico, porque las personas votan por los líderes en base a información falsa, votan por líderes que son muy buenos demagogos o tienen personalidades muy carismáticas, pero sus políticas pueden ser muy peligrosas para la vida humana o los derechos humanos. Democracia significa debate y discusión, y no podemos tener debates racionales si no estamos de acuerdo en la base que serían los hechos, las verdades.

-¿Suele haber intereses detrás de estas noticias?

-Sí. Hay agencias de noticias falsas. Algunas personas lo hacen por razones políticas, otras, por dinero. Hay personas que lo hacen por creencias ideológicas que pueden estar equivocadas; por ejemplo, quienes no creen en el cambio climático o en las vacunas y crean sitios de noticias falsas. O como cuando en Estados Unidos los rusos intervinieron para las elecciones del 2016, donde se hizo un esfuerzo para que Trump fuera electo. Sin embargo, aunque sean unos los creadores de la noticia, todo el mundo tiene responsabilidad al difundirla. Somos responsables de la información que compartimos.



Las peores fake news según Sheila Coronel

1. Donald Trump y su inauguración presidencial

“Esta fue la audiencia más grande que haya visto una inauguración y punto”, dijo en enero de 2017 el comunicador de la Casa Blanca, Sean Spicer, repitiendo los dichos de Trump a la prensa. Pero según documentos a los que accedió The Guardian, las fotos que publicó el gobierno estaban intervenidas para aumentar el número de asistentes. Para Sheila Coronel, Trump es el creador de fake news más grande de todos los tiempos: “En esta noticia miente a la gente en la cara sobre hechos fácilmente verificables”.

2. El pizzagate de Hillary Clinton

En 2016, durante la campaña presidencial de Hillary Clinton, se levantó una teoría conspirativa que decía que existía un círculo de pedofilia en una pizzería en Washington y que la candidata estaba vinculada con este tráfico de menores. Un hecho relevante fue cuando un hombre viajó desde Carolina del Norte a la pizzería Comet Pin Pong: entró al local y, convencido de lo que había leído en las redes sociales, amenazó con un rifle al dueño para que liberara a los menores; disparó cuatro veces y bajó al sótano donde supuestamente estaban los niños, que no existían. Lo condenaron a cuatro años de cárcel. Coronel categoriza esta noticia dentro de las fake news con agenda ideológica, ya que el fin era perjudicar a una candidata política.

3. Los antivacunas

Según Sheila Coronel, el movimiento antivacunas es una de las fake news más peligrosas para la salud, siendo los niños los más afectados. Los acusa de dañar el cuerpo humano, de disminuir el uso de vacunas y, con ello, del brote de enfermedades que estaban erradicadas, como el sarampión y la polio en Estados Unidos.

#Tags

Tendencias (<https://www.latercera.com/etiqueta/tendencias/>)

Fake News (<https://www.latercera.com/etiqueta/fake-news/>)

Sheila Coronel (<https://www.latercera.com/etiqueta/sheila-coronel/>)

Claire Wardle (<https://www.latercera.com/etiqueta/claire-wardle/>)

IMPERDIBLES | LA TERCERA

¿Eres una puta? "Me sonrojaría si pudiera". La respuesta de Siri que ONU alerta promueve el sexismo en asistentes

(<https://www.latercera.com/que-nasa/noticia/eres-una-puta>)

LATERCERA

<https://www.latercera.com>

Temas: GOBIERNO

de voz

ECONOMÍA & DINERO

Inicia sesión



Antipasa y los años perdidos de Guñs N' Roses