

UNIVERSIDAD

UNIACC

APUNTE DE CLASE

UNIDAD 3

TIPO DE APUNTE: GUÍA DE ESTUDIO

PERIODISMO DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS

DESINFORMACIÓN: ¿CÓMO COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS?



Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

ACREDITADA

• Gestión Institucional
• Docencia de Pregrado
3 años / hasta enero 2023

Índice

Introducción.....	3
¿Desinformación o fake news?	5
Ejemplos de desinformación	7
Fact-checking: la figura del verificador de datos	10
Verificadores de datos destacados	12
Bibliografía	14

Introducción

Desde que “*fake news*” fuese elegida como palabra del año en 2017 por el *Oxford Learner’s Dictionaries* (Rodríguez, 2017) existe una preocupación por el continuo aumento por las denominadas “noticias falsas”, sobre todo cuando hay campañas electorales.

Un ejemplo reciente en la historia chilena fue lo sucedido durante el Plebiscito Constitucional de 2022, en el cual el mismo Servicio Electoral (Servel) debió tomar un papel activo para informar adecuadamente a la ciudadanía debido a la amplia cantidad de contenidos con fines desinformativos existentes tanto en la Web como en las redes sociales (Apablaza-Campos, 2022).

Sin embargo, y dado lo que hemos aprendido a lo largo de esta carrera, ¿podemos realmente llamar a algo falso o engañoso como una noticia? Creemos que no, por lo cual la primera invitación es a **evitar términos como *fake news* y noticias falsas, prefiriendo el concepto de desinformación**. De esta manera, vamos en línea de lo recomendado por la Unión Europea, por verificadores de datos y por investigadores especializados en el fenómeno (Maldito Bulo, 2018).

Desinformación va mucho más allá de supuestos contenidos informativos, también aplica a otros formatos —tales como cadenas de WhatsApp u otros contenidos de redes sociales sin autor conocido—, los cuales muchas veces van más allá que un simple engaño, a veces nos desinforman incluso para estafarnos, por citar un ejemplo de múltiples.

Si bien estas ideas ya son abordadas en la videoclase de la unidad, consideramos necesario el siguiente apunte con el objetivo de comprender el impacto la desinformación, mediante un análisis de conceptos y de casos de estudio, para ayudar en su combate a través de la verificación de datos.

Más allá de las exigencias propias de la clase, combatir la desinformación es una tarea especialmente importante para quienes tenemos formación periodística, pues tenemos la capacidad crítica para descubrir mejor la veracidad de una eventual fuente informativa. **En esta lucha por la verdad, cada granito de arena aporta... y mucho.**

¿Desinformación o *fake news*?

En marzo del 2018, la Comisión Europea en conjunto con expertos de observatorios periodísticos y verificadores de datos destacados (*First Draft*, *Reuters Institute*, *International Fact-Checking Network* y *Maldita.es*) publicaron un informe llamado “Un enfoque multidisciplinar sobre la desinformación” (Apablaza-Campos, 2020). Allí, abordaron cuatro ideas fuerza que se sostienen hasta la actualidad:

- 1) Abandonar, de manera clara e inequívoca, el concepto *fake news*:** es inadecuado, pues no explica la complejidad de la situación, generando confusiones en debates mediáticos y políticos, así como en el tratamiento del tema a nivel investigativo.
- 2) Evitar una regulación en caliente del problema:** las respuestas no deben ser de carácter regulatorio, sino de definiciones precisas que aborden las causas de la desinformación garantizando un debido proceso legal con medidas responsables y proporcionales.
- 3) Llamar a las plataformas a compartir datos:** pese a que Google, Facebook, Twitter y otras plataformas han adoptado un compromiso creciente en combatir este fenómeno, se necesita proporcionar accesos a verificadores independientes que evalúen adecuadamente su difusión e impacto.
- 4) Apoyar a medios informativos independientes para la verificación de datos:** estas iniciativas necesitan financiamiento, con total libertad y sin interferencias públicas ni privadas, evitando que estos proyectos sean utilizados como meras iniciativas de relaciones públicas (Wardle et al., 2018).

Tal como lo explicamos en la videoclase, la desinformación se refiere “no solo a algo puramente falso, sino también a aquello que se encuentre falto de contexto”. Otra definición, realizada por *First Draft*, del Harvard Kennedy School of Government, corresponde a **ver la desinformación como “la mezcla del contenido falso y la intención de hacer el mal.** La fabricación o manipulación deliberada de contenido audiovisual incluyendo la creación intencionada de rumores y teorías de la conspiración” (Maldito Bulo, 2018, párrs.10 y 11)

Como también decíamos, **no llamemos “noticia falsa” a lo que jamás tuvo intención de ser noticia.** ¿Cómo podemos llamarlo entonces? “Contenido” sirve para cosas con apariencia de noticia y “web” sin apellidos, para aquellos sitios que no tengamos claro que sean un medio de comunicación. Y si el contenido es falso, no hay ningún misterio: podemos utilizar “bulo”, término aceptado en la habla castellana, o simplemente “mentira”, que es como le hemos dicho toda la vida.

Ejemplos de desinformación

Antes de seguir, reflexiona unos segundos sobre **qué crees que están haciendo los periodistas en la siguiente imagen**. Si necesitas un poco de contexto, debes saber que quienes aparecen de pie ante los micrófonos son el rey de España, Felipe VI, y su madre, doña Sofía.



Fuente: Calderón (2019).

Si piensas que los periodistas están haciendo una reverencia ante la realeza, estás completamente equivocado. Los profesionales con experiencia en televisión se dan cuenta de que, en realidad, **los reporteros están agachados, porque están priorizando el tiro de cámara de las televisoras que están transmitiendo el suceso.**

Una imagen —completamente comprensible para quienes se dedican a informar— fue compartida en Twitter por supuestos periodistas y generó una ola de reacciones de quienes vieron reforzada su teoría sobre que: “Los medios son simples esclavos del poder”, por lo cual la imagen dio para múltiples interpretaciones que poco tienen que ver con el verdadero motivo de la imagen.

César Calderón, periodista y asesor de campañas electorales, calificó este caso como un ejemplo del *framing* que es la base de la desinformación: “Esa pre-programación de nuestro cerebro hace que no seamos seres puramente racionales, en caso de conflicto entre los ‘frames’ instalados en nuestro cerebro y la realidad, descartamos automáticamente la realidad” (Calderón, 2019).

Este es tan solo uno de los múltiples ejemplos y casos de desinformación que podemos ver en el día a día, un fenómeno que, lamentablemente, solo parece crecer. De todos modos, recomendamos la lectura de los siguientes casos que permitirán una clara comprensión del fenómeno:

- 1) ***¿Cómo forrarse con las fake news? – Media-tics*** (<https://www.media-tics.com/noticia/7874/medios-de-comunicacion/como-forrarse-con-las-fake-news.html>): detallado análisis basado en entrevistas y experiencias de personas que han confesado realizar publicaciones únicamente con el objetivo de desinformar y ganar dinero sin pensar en las consecuencias y los daños que eso conlleva.
- 2) ***Viaje por la estrategia en redes sociales de la campaña presidencial chilena – The Conversation*** ([https://theconversation.com/viaje-por-](https://theconversation.com/viaje-por)

[la-estrategia-en-redes-sociales-de-la-campana-presidencial-chilena-](#)

[174264](#)): análisis del resultado de la segunda vuelta presidencial 2021 como clave de la comunicación digital y las redes sociales. En un apartado específico se analiza el papel de la desinformación durante la campaña con casos más sonados en el período.

3) **Verificaciones del Plebiscito Constitucional 2022 – Servel**

[\(https://www.servel.cl/noticias-falsas-desmentidas-por-servel/\)](https://www.servel.cl/noticias-falsas-desmentidas-por-servel/):

como se menciona en la introducción, el Servicio Electoral de Chile realizó una continua verificación de los mensajes más sonados en la Red, por lo cual creó un archivo de todos los casos que desmintió, contrastando con la información oficial correspondiente.

4) **Consejos para evitar la desinformación – TVN 24 Horas**

[https://www.24horas.cl/consejos-para-evitar-la-desinformacion-no-](https://www.24horas.cl/consejos-para-evitar-la-desinformacion-no-te-quedes-solo-con-los-titulares)

[te-quedes-solo-con-los-titulares](https://www.24horas.cl/consejos-para-evitar-la-desinformacion-no-te-quedes-solo-con-los-titulares)): la televisión pública chilena realizó una alianza con el verificador de datos, Fact Checking de la Pontificia Universidad Católica, la cual consistió no solo en chequear contenido, sino también en la construcción de diversas cápsulas informativas para ayudar a la audiencia y explicar cómo evitar caer en la desinformación.

Fact-checking: la figura del verificador de datos

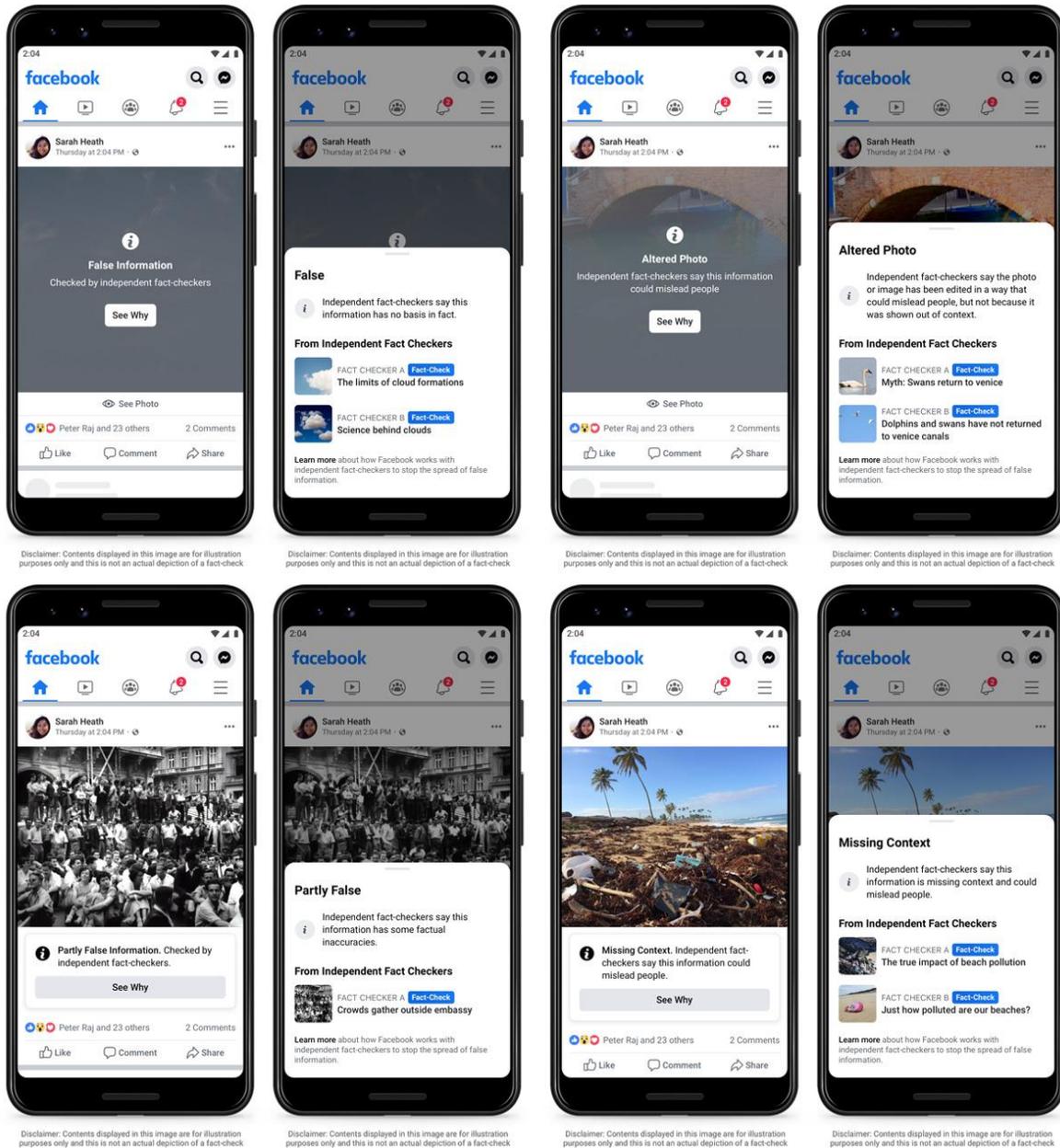
Tal como mencionamos en la videoclase de la unidad, si bien la verificación de datos es una característica propia de la praxis periodística casi desde sus inicios, podemos comprobar que a partir de la segunda década del siglo XXI se dispone de diversos recursos tecnológicos que facilitan el proceso de comprobaciones.

De esta manera y en paralelo con el explosivo aumento de los alcances de la desinformación, **ha surgido una práctica más especializada mediante la cual los medios destinan equipos y recursos específicos para realizar esta respectiva verificación de datos**. Este proceso también es conocido como *fact-check* y/o *fact-checking*; además, emerge un tercer término *fact-checker*, sustantivo con el cual nos referimos a las personas (o a los medios especializados) que desempeñan esta labor (Fundéu RAE, 2021).

Como también explicamos en clases, el resultado final de este proceso de análisis de un contenido es publicar la verificación realizada, categorizándolo en alguna de las etiquetas más conocidas (**verdadero, falso o impreciso**). Sin embargo, cada verificador de datos o *fact-checker* cuenta con categorías adicionales y más especializadas.

En esa línea hay que destacar a Meta, que trabaja con verificadores de datos regionales para sus contenidos más viralizados a través de sus plataformas sociales, quienes recientemente han lanzado nuevas categorías para la comprobación de contenido en sus productos:

- 1) **Alterado:** especialmente pensado para imágenes y videos manipulados especialmente para engañar a las personas.
- 2) **Falta contexto:** contenido especialmente editado para inducir al error. Aquí se pone como ejemplo el editar intencionadamente una declaración para engañar (Goldshlager, 2020).



Fuente: Goldshlager (2020).

Verificadores de datos destacados

En clases ya nombramos los casos de *Mala Espina Check* <https://www.malaespinacheck.cl/>, uno de los verificadores de datos chilenos con mayor trayectoria, y *AFP Factual* <https://factual.afp.com/>, perteneciente a la *Agence France-Presse* y *partner* de Meta para América Latina.

Adicionalmente a ellos, se recomienda también conocer los siguientes recursos:

- 1) **Newtral (España)** (<https://www.newtral.es/>): uno de los dos *partners* de Meta para España, además de verificación realiza explicativos de los principales temas que están en la discusión de actualidad.
- 2) **Maldita.es (España)** (<https://maldita.es/>): el segundo *partner* de Meta para España, cuenta con distintas categorías y una de las más conocidas es Maldito Bulo (de amplia difusión en redes sociales). También invita a sus lectores a enviar casos para la verificación a través de un número de WhatsApp.
- 3) **Red Ética – Fundación Gabo (Colombia)** (<https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/quizes>): no es un verificador de datos propiamente tal, pero cuenta con una serie de cuestionarios para detectar desinformación entre los principales temas de actualidad. Al momento de revisar las respuestas, se ofrece un enlace hacia el *fact-checker* con la verificación detallada de cada hecho.

- 4) **Fact Checking (Chile)** (<https://factchecking.cl/>): terminamos con un caso local ya mencionado previamente. Esta iniciativa, desarrollada por estudiantes de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica, está enfocada principalmente en procesos electorales y realiza verificaciones en directo durante discursos políticos de alta relevancia informativa.

Bibliografía

Apablaza-Campos, A. (3 de noviembre de 2020). *Fake news: ¿cómo detectar noticias falsas? [Talleres UNIACC]*. Observatorio de Cibermedios UPF. <https://observatoriocibermedios.upf.edu/fake-news-como-detectar-noticias-falsas-talleres-uniacc>

Apablaza-Campos, A. (26 de julio de 2022). *¿Cómo detectar la desinformación? [Taller de invierno UNIACC 2022]*. Observatorio de Cibermedios UPF. <https://observatoriocibermedios.upf.edu/como-detectar-fake-news-2022>

Calderón, C. [@CésarCalderónAvellaneda]. (27 de agosto de 2019). *Esa programación de nuestro cerebro hace que no seamos seres puramente racionales, en caso de conflicto entre los "frames" instalados en nuestro cerebro y la realidad, descartamos automáticamente la realidad [Tweet]*. Twitter. <https://twitter.com/CesarCalderon/status/1166391567524990977>

Fundéu RAE (19 de abril de 2021). *Verificación, mejor que fact-checking*. Fundación del Español Urgente. <https://www.fundeu.es/recomendacion/verificacion-mejor-que-fact-checking/>

Goldshlager, K. (11 de agosto de 2020). *Nuevas calificaciones para los socios de verificación de información*. Meta Journalism Project. https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking/new-ratings?content_id=jhYXLihGOpViH6r&__tn__=HHH-R

Maldito Bulo (31 de agosto de 2018). *Dejemos de hablar de 'FAKE NEWS' y de 'NOTICIAS FALSAS'*. Maldita.es. <https://maldita.es/malditobulo/dejemos-de-hablar-de-fake-news-y-de-noticias-falsas>

Rodríguez, C. (3 de noviembre de 2017). *"Fake news", palabra del año del Diccionario Oxford. El Mundo.* <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/11/03/59fc80f4468aebd1508b46a0.html>

Wardle, C., Kelis Nielsen, R., Mantzarlis, A. y Jiménez Cruz, C. (12 de marzo de 2018). *Seis puntos clave del informe sobre desinformación del Grupo de expertos de la Comisión Europea.* Maldita.es: <https://maldita.es/maldita/20180312/seis-puntos-claves-del-informe-sobre-desinformacion-del-grupo-de-expertos-de-la-comision-europea/>

Si usted desea referenciar este documento, considere la siguiente información:

Apablaza-Campos, A. (2022). *Desinformación: ¿cómo combatir las noticias falsas?* Apunte de clase unidad 3, Periodismo Digital y Nuevos Medios, Universidad UNIACC.

Todos los derechos de autor son de la exclusiva propiedad de UNIACC o de los otorgantes de sus licencias. No está permitido copiar, reproducir, reeditar, descargar, publicar, emitir, difundir, poner a disposición del público ni utilizar los contenidos de forma alguna, excepto para su uso personal, nunca comercial.