

Las noticias están en guerra

Un lugar en guerra nunca es sostenible. La información vive hoy batallas diarias por la imposición de ideologías y visiones distintas de la realidad pasada y presente que persiguen condicionar y determinar nuestras decisiones futuras.

Lo estamos sufriendo todos. La crisis desatada a nivel planetario por el coronavirus ha evidenciado dos bandos en las noticias: la buena información y la falsa. La Organización Mundial de la Salud ha calificado de infodemia la epidemia de noticias falsas que ha sufrido el mundo en torno a este nuevo virus y que ha puesto en peligro la visibilidad de la buena información, imprescindible a la hora de gestionar una crisis. Esta infodemia ha sometido a la sociedad a una lucha de creencias en torno al por qué de este virus e incluso a cómo prevenirlo y curarlo. En palabras de Josep Borrell, jefe de Asuntos Exteriores de la Unión Europea: “La desinformación está jugando con la vida de las personas”.

Dicha infodemia la hemos sufrido en 2020. Todavía faltan dos años para que, según los augurios de la consultora Gartner¹, sean falsas la mitad de las noticias que consumiremos. Así pues, la desinformación aún puede crecer más. Mientras tanto, ya estamos viendo cómo la inteligencia artificial es capaz de crear vídeos y audios falsos de personas relevantes para poner en boca suya sentencias que nunca pronunciaron. Cómo perfiles automatizados en redes sociales cacarean informaciones para alimentar politizados debates ideológicos. Cómo fotografías antiguas sucedidas en otros lugares y momentos se presentan en un nuevo contexto para hacernos creer que las cosas están sucediendo acorde a una imagen que nada tiene que ver con los hechos actuales. Cómo teorías de la conspiración o creencias pseudocientíficas son ampliamente difundidas gracias a plataformas de vídeo *online* y a redes sociales. Cómo periodistas o políticos sufren acoso y campañas de desprestigio y odio a través de falsos vídeos pornográficos donde se nos presentan como protagonistas de los mismos. Cómo mensajes de WhatsApp o Facebook provocan la reacción colectiva de un pueblo o comunidad capaz de llevar a la muerte a personas inocentes acusadas falsamente de ser secuestradores de niños. Cómo amigos o vecinos nuestros son estafados por noticias que prometen dinero fácil o inversiones altamente rentables. O cómo noticias especulativas, basadas en cifras o hechos inexistentes, persiguen imponer en la sociedad unas determinadas etiquetas acerca de los inmigrantes, las mujeres o el cambio climático.

Lo que estamos viendo es una invasión de noticias falsas. En 1938, Orson Welles desató el pánico en la sociedad norteamericana al adaptar la novela *La guerra de los mundos* de H. G. Wells a una retransmisión radiofónica presentada como un informativo de última hora. La simple apariencia de noticia provocó que millones de norteamericanos creyeran que los extraterrestres estaban desembarcando en una playa de New Jersey. Al final de su retransmisión, Welles comunicó a los oyentes que todo era una broma de Halloween y dijo: “Confío en que la gente crea la verdad”. Ahora bien, ¿dónde está hoy en día la verdad en un ecosistema informativo donde cada vez es más difícil acertar qué es cierto y qué es falso?

“La epidemia de la desinformación se está convirtiendo en un conflicto cada vez más peligroso. ¿Qué ocurre cuando una parte importante de la población no se cree nada porque todo lo importante puede ser falseado y a la vez ser verosímil?”, se pregunta Aviv Ovadya, experto tecnólogo del Centro sobre Responsabilidad en las Redes Sociales de la Universidad de Michigan². Y concluye: “Cuando la gente no distingue la realidad, es difícil gobernar o ser diplomático”³.



Rebobinemos. El otro día mi hija de ocho años me preguntó: “Papá, ¿por qué lees las noticias?” “Para informarme”, le respondí. Y ella me espetó: “Y después, ¿qué haces con ellas?”. Le conté que la información nos sirve para conocer qué sucede a nuestro alrededor y tomar decisiones. Y que esto es muy importante para no creer que algo es como realmente no es. A modo de ejemplo, narré la historia de unos hombres que vivían encerrados en cuevas y que solo veían lo que pasaba fuera por las sombras que una hoguera proyectaba en la pared. Y en un arrebató paterno mostré la sombra amplificada de un peluche en la pared de su habitación. Mi hija constató cómo, a través de la sombra, el muñeco parecía enorme y monstruoso pero en cuanto se giraba y lo veía descubría que en realidad seguía siendo su entrañable amigo de trapo.

La información, en tanto que conocimiento, nos sirve de guía para comprender la sociedad, sus entresijos y su realidad. Por eso fue importante la invención de la imprenta y, por eso, es capital la importancia del periodismo y la divulgación científica. Lo que ocurre en la actualidad es que el uso de la información está en guerra entre quienes buscan usarla con fines ideológicos —y también lucrativos— y quienes luchan por preservar ante todo una ética periodística que garantice su razón de ser.

Las noticias han dejado de ser un instrumento para la difusión de conocimiento y la construcción de un relato acorde a los hechos y no a las opiniones, para convertirse en las puntas de lanza ideales en la construcción de narrativas emocionales que enmarquen la realidad conforme a una ideología y a unos prejuicios. A la luz de los hechos, vivimos inmersos en el fuego cruzado de una guerra de noticias falsas que batallan por imponer una visión del mundo mientras, desde el periodismo y el pensamiento, intentamos luchar contra ellas.

La empresa norteamericana de ciberseguridad Check Point predice que este año empezaremos a vivir una guerra fría entre países en el mundo digital y augura “el desarrollo e implementación de nuevas campañas de propagación de noticias falsas por parte de grupos que, desde otros países, pretenderán influir en los resultados de las próximas elecciones norteamericanas y que han denominado ‘fake news 2.0’”⁴.

En Estados Unidos, solo entre enero y octubre de 2019 la desinformación había impactado sobre más gente que en toda la campaña electoral de 2016, según un informe de la ONG Avazz⁵. Y un informe de Freedom House de 2018 concluía que en el mundo había 32 países cuyos gobiernos manipulaban el contenido de las redes sociales a través de supuestos periodistas, comentaristas o cuentas falsas automatizadas⁶. Un año más tarde, un estudio de la Universidad de Oxford aumentó la cifra a 70⁷.

Amplificador digital

La invasión es más que evidente y ya nos hemos dado cuenta de que la manipulación y la desinformación se amplifican con la tecnología y las redes sociales. “El nivel de desinformación en el ecosistema digital no solo crece, sino que todos sus incentivos la fomentan para convertirla rápidamente en un problema mayor”, sostiene Ovadya. Y es así: las plataformas tecnológicas priorizan los clics, los anuncios y la monetización sobre la calidad de la información. De hecho, en junio de 2019, Facebook dijo bien claro en un comunicado que su política “no estipula que la información que publica deba ser real”⁸. Como afirma Ángel Gómez de Ágreda, “las redes sociales han creado un ecosistema económico propicio para la emisión de publicidad y de propaganda política”⁹.

Esta realidad, imposibilita la sostenibilidad del actual ecosistema informativo gratuito basado en la dictadura de la atención por tres razones.

En primer lugar, porque este entorno digital facilita y fomenta la posverdad amparándose en la total libertad para difundir cualquier tipo de información y en la posibilidad de personalizar las noticias a través de la gestión de nuestros datos en Internet y redes sociales.

“El *microtargeting* es la herramienta más sofisticada para difundir con éxito los peores infundios y contenidos

engañosos. Desde esta microsegmentación se diseña o se destruye una cultura”, afirma el catedrático de Periodismo Digital, Daniel Mazzone¹⁰. Este fue el secreto de la campaña electoral de Trump en 2016 —y también lo será en su campaña de reelección—. Brad Parscale, jefe de la campaña digital de Trump, lo reconoció en una entrevista televisiva: “En 2016 emitimos 10.000 mensajes personalizados cada día. Twitter fue la manera en la que Trump habló a la gente y Facebook —con la personalización de esos mensajes—, la manera en la que ganó”¹¹.

El ensayista Alessandro Baricco sostiene que actualmente “existe un tráfico de ideas, de noticias y de verdad que se ha convertido en un auténtico mercado y la sospecha es que, si alguien quiere orientar nuestras convicciones, no va a encontrar demasiados problemas”¹². Este nuevo mundo informativo personalizable supone una amenaza para nuestra libertad de prensa y de pensamiento y nos encierra en burbujas de opinión y cámaras de resonancia donde solo consumimos las noticias que nos agradan. En España, seis de cada diez personas creen que la gente solo busca aquella información que confirma su opinión¹³. Marc Argemí, experto en rumores y desinformación lo expone de una manera muy gráfica: “A la hora de informarnos, todos llevamos una camiseta, como si de un equipo de fútbol se tratara”¹⁴.

Las noticias han dejado de ser un instrumento para la difusión de conocimiento y la construcción de un relato acorde a los hechos

En segundo lugar, la democratización de la difusión de la información que posibilita este nuevo entorno comunicativo nos está atiborrando a noticias. Más que nunca, vivimos empachados de información. El neurocientífico Abhijit Naskar lo define muy bien: “Antes de la invención de la imprenta, el problema era la falta de información y ahora, debido al aumento de las redes sociales, el problema es que tenemos demasiada información: la primera conduce a la hambruna mental y la segunda a la obesidad mental”¹⁵. Nos hemos convertido en obesos mentales incapaces de discernir la verdad y la mentira de las noticias. Como sostiene Gómez de Ágreda, “la infoxicación consigue saturar nuestra capacidad de absorción de estímulos informativos. Llega un momento en que toda la información recibida tiene un valor equivalente, en que se es incapaz de discernir entre lo real y lo ficticio”. Y ante este escenario se corre el riesgo, según apunta Ovadya, de desarrollar “una apatía de la realidad y a dejar de prestar atención a las noticias”, algo que ya elige voluntariamente un 32 por ciento de la población mundial, según datos del Digital News Report de 2019¹⁶.

Por último, tengamos en cuenta que un lugar en guerra nunca es sostenible. La información vive hoy en día batallas diarias por la imposición de ideologías y visiones distintas de la realidad pasada y presente, que persiguen condicionar y determinar nuestras decisiones futuras.

En Europa, el 76 por ciento de la gente cree que la proliferación de noticias falsas es un peligro para la democracia. Y en España lo piensa el 83 por ciento¹⁷. Jamie Bartlett, experto en tecnología y democracia, propone que seamos capaces de romper la cámara de resonancia que supone vivir dentro de una burbuja de opinión. “Póngase en la posición de alguien diferente a usted”, recomienda Bartlett. “Busque fuentes de información alternativas y aplíquese el principio de la caridad: trate de escuchar a los que piensan diferente y no los condene de antemano bajo la sospecha de que esconden malvadas intenciones”, añade¹⁸.

Un mundo informativo sostenible debe sustentarse a partir de una apreciación del trabajo periodístico, cuya confianza social merma a pasos agigantados, y por nuestro esfuerzo para comprender que necesitamos abrirnos hacia una sociedad que huya de la uniformización del pensamiento y su consecuente polarización, que es en definitiva lo que persiguen la desinformación y las noticias falsas. He aquí nuestro gran reto como sociedad: lograr que entre todos alcancemos la (in)soportable sostenibilidad de la información.

Argemí, M. (2019): *Los siete hábitos de la gente desinformada*. Barcelona, Conecta.

Baricco, A. (2019): *The Game*. Barcelona, Anagrama.

Gómez de Ágreda, Á. (2019): *Mundo Orwell*. Barcelona, Ariel.

Mazzone, D. (2018): *Máquinas de mentir: noticias falsas y posverdad*. Buenos Aires, Crujía Futuribles.

Naskar, A. (2019): *The Constitution of the United peoples of Earth*. Autoedición.