



Fake news: la otra pandemia

Aumento de narrativas falsas y desórdenes informativos en jóvenes mexicanos
durante la crisis de covid-19

Daniela Paulina Anguiano Ramos

Materia: Investigación Aplicada

Junio 2021

Sumario: la proliferación de noticias a través de redes sociales y medios digitales derivó en una infodemia que acompaña a la del virus covid-19. A través de una investigación mixta aplicando un cuestionario a 93 jóvenes mexicanos y haciendo 2 entrevistas a expertos, se exploró el comportamiento de los usuarios de internet al encontrarse con supuestas verdades y desórdenes informativos. Los resultados mostraron el nivel de confiabilidad ante los medios de comunicación digitales y el aumento de noticias falsas en una emergencia sanitaria global.

Introducción

La pandemia derivada por la expansión del virus covid-19 ha puesto a prueba a los sistemas políticos, sociales, económicos y sanitarios a nivel global. Los esfuerzos por disminuir los contagios y muertes se vieron amenazados por una epidemia de desinformación nombrada por la OMS como “infodemia”. Este fenómeno se convirtió en objeto de estudio en distintas áreas sociales ya que en las últimas décadas las redes sociales y los medios digitales se han posicionado como unas de las principales fuentes de información, lo que ha representado un reto internacional para los medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión o medios impresos debido a su rápida evolución y la falta de herramientas para regularlas.

Es así como las TIC (tecnologías de la información) han cambiado el cómo nos comunicamos e interactuamos de manera inmediata. Dentro de este contexto el universo digital ganó relevancia respecto a la información, uno de los pilares para el desarrollo social, ya que es considerado como un motor de contenido importante y confiable, y al mismo tiempo, difusor de desórdenes informativos y noticias falsas. Por tanto, este fenómeno añade complejidad a la actual situación debido a los efectos no deseados que provoca, tanto en los comportamientos individuales como en los colectivos.

El presente trabajo explora distintas perspectivas de los daños colaterales que deja la desinformación como la polarización de opiniones, desconfianza de los ciudadanos hacia las instituciones, sesgos psicológicos, el fracaso de las plataformas para reconocer y potenciar su papel en la solución de problemas y las gratificaciones que impulsan a los usuarios para compartir fake news dentro de un contexto de emergencia internacional, a través de interpretación de datos cualitativos y cuantitativos de cuestionarios y entrevistas.

Preguntas de investigación

General:

- ¿La diversificación de medios digitales ha provocado un cambio negativo ante la veracidad de noticias y propagación de información falsa ante una crisis mundial?

Particulares:

- ¿Qué tanto consideran los jóvenes mexicanos a las redes sociales y los medios digitales como una oportunidad para la difusión de información verídica o fuente de desinformación?
- ¿Los remedios caseros o tips, han influenciado en los cuidados para prevenir el contagio de covid-19, y la aplicación de vacunas?
- ¿Cómo consideran los jóvenes mexicanos las estrategias de comunicación implementadas por el gobierno para la disminución del contagio de covid-19?

Objetivos

- Evaluar cómo la diversificación de medios digitales ha provocado un cambio negativo ante la veracidad de noticias y propagación de información falsa ante una crisis mundial.
- Conocer qué tanto consideran los jóvenes mexicanos a las redes sociales y los medios digitales como una oportunidad para la difusión de información verídica o fuente de desinformación.
- Determinar si los remedios caseros o tips han influenciado en los cuidados para prevenir el contagio de covid-19, y la aplicación de vacunas.
- Investigar cómo consideran los jóvenes mexicanos las estrategias de comunicación implementadas por el gobierno para la disminución del contagio de covid-19.

Justificación

La crisis de covid-19 ha exacerbado un problema –la desinformación– que ya ocupaba un lugar central en el ecosistema mediático de años atrás. Con la rápida evolución de las tecnologías de la comunicación, los usuarios tienen un fácil acceso a cualquier fuente de información que puede o no estar verificada y aún así creerla o difundirla. La intención de esta investigación es conocer cómo se ha fortalecido o perdido la credibilidad de estos medios ante el acontecimiento de una emergencia sanitaria mundial.

Metodología

Para llevar a cabo la investigación se realizará una metodología mixta. En cuanto a la recolección de datos cuantitativos, se aplicará un cuestionario de manera digital a jóvenes entre 18 y 30 años dónde se preguntará acerca del tiempo que pasan en redes sociales, la red que más utilizan, las cuentas que siguen y su percepción ante el manejo de la pandemia de covid-19 en nuestro país. Por otro lado, se realizará una entrevista a Alexandre López Borrul, especialista en fake news y a Enrique Hernández Alcázar, periodista, para conocer a profundidad la raíz de las fake news y las estrategias que aplican como medio digital independiente para combatir la desinformación en redes sociales.

Resultados esperados

Dar cuenta de los riesgos que existen al compartir información que no ha sido verificada en redes sociales como un factor de peligro en la toma de decisiones de los usuarios digitales.

Resultados deseados

Busco que mi investigación sea un referente para los jóvenes mexicanos para profundizar en el tema y comprender la problemática que representa en la sociedad.

Posteriormente, que genere una reflexión sobre las consecuencias que provoca tener herramientas en nuestro poder que puedan erradicar o minimizar la desinformación alimentada por las fake news.

Hipótesis

La diversificación de medios digitales es tierra fértil para la propagación de noticias falsas y desórdenes informativos dentro de una emergencia sanitaria a nivel mundial.

Problema de investigación

La desinformación ha existido siempre, pero las redes sociales la han potenciado. A medida que la gente toma a los contactos en Facebook o Instagram como fuentes de información, hace posible la difusión de noticias falsas influyendo en las decisiones de los usuarios afectando su salud. En la pandemia se han observado tres etapas como dudas sobre la veracidad de la enfermedad, métodos alternativos para curar y los posibles efectos de las vacunas.

Estado del Arte

A medida que la pandemia de covid-19 avanzaba, los datos referentes a cuestiones de salud aumentaron considerablemente en los medios de comunicación, especialmente en internet y redes sociales, lo que dio como resultado una infodemia, o en otras palabras, sobreabundancia de información, lo que provoca que “las personas tengan dificultad de encontrar recursos fidedignos y de confianza al alcance” (Aleixandre-Benavent et al, 2020, p.5). El director general de la OMS afirmó que la infodemia “obstaculiza las medidas de contención del brote, propaga el pánico, crea confusión de forma innecesaria y genera división en un momento en el que necesitamos ser solidarios y colaborar para salvar vidas para poner fin a esta crisis sanitaria” (Adhanom & NG, 2020). Si bien la desinformación ha existido por mucho tiempo, las redes sociales la han potenciado y este fenómeno se ha convertido en un tema de interés social para esta investigación. Ante una emergencia mundial, las consecuencias de este escenario se expresan en el término *posverdad*, que según el diccionario de Oxford “denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que en los llamamientos a la emoción y a la creencia personal”. Lo que demuestra que los medios de comunicación están inscritos en un tejido social y político de nuevos desafíos.

En 2017 la periodista Jacqueline Fowks afirmó que en la última década las empresas han invitado a las audiencias a “ser parte” de la narración de la realidad, los incitan a ser *periodistas ciudadanos*, supuestos reporteros que envían videos o imágenes sin conocer los criterios éticos para la producción de noticias de interés público, por lo que se da espacio a relatos inmediatistas e incidentales a anécdotas y memes que pueden volverse virales pero que no apuntan a las explicaciones ni a cuestiones de fondo. Asimismo, la velocidad de la noticia o el tuit no confirmado significa una amenaza: la rápida difusión de verdades incompletas en los medios sociales. Este fenómeno expone la emergencia de actuaciones inmediatas para contrarrestar los falsos relatos en un contexto en el que la información veraz resulta esencial a fin de proporcionar conocimiento a los

ciudadanos, motivar a los públicos para actuar con responsabilidad y construir marcos de significación respecto a los riesgos.

Con este panorama desafortunado, nos damos cuenta que las redes sociales son el principal vehículo de transmisión de noticias poco objetivas o falsas que pueden poner en peligro la salud de las personas. Por otro lado, es importante saber que la relación pandemia-infodemia resulta esencial para la comunicación ya que este fenómeno “añade complejidad a la actual situación, debido a los efectos no deseados que provoca, tanto en los comportamientos individuales como en los colectivos” (García-Marín, 2020, p.2). La investigación de David García-Marín apunta que la desinformación ocupa un lugar central en el ecosistema mediático actual. Dentro de esta problemática social, política y cultural podemos encontrar:

- politización de los medios
- desconfianza de los ciudadanos hacia las instituciones
- sesgos psicológicos y gratificaciones sociales que impulsan a los individuos a compartir *fake news*
- fracaso de las plataformas para reconocer y potenciar su papel en la solución del problema

Como ejemplo de estos factores, la Revista Española de Comunicación en Salud menciona que las redes sociales son el principal potenciador de la desinformación y un claro desafío que enfrentan los gobiernos y el personal médico para difundir información verídica, concreta y útil en torno a la pandemia de covid-19:

En otras palabras, los medios digitales actúan más como un transmisor de desinformación en un entorno donde el conocimiento científico basado en hechos y evidencia no siempre son considerados por el público como la única verdad. (Catalán-Matamoros, 2020, p.2)

Es interesante que muchas personas presentan el deseo de creer en cosas que, según estándares intelectuales normales, son inequívocamente contrarios al pensamiento científico. El artículo también menciona la notable desconfianza ante el personal científico y algunos gobiernos:

Se debe analizar el contexto socio-cultural en el que vivimos, gobernado por el declive de expertos y especialistas, el aumento de políticos sin perfil científico, y de manera más profunda, la psicología social de las emociones, valores y creencias. Este es un problema de base social, cultural y política con una trayectoria más longeva que Internet. (Catalán-Matamoros, 2020, p.2)

En un planteamiento similar, “todo aquello que se emite al público en materia de salud influye en sus percepciones, ideas y actitudes respecto al tema, como riesgoso, urgente o alarmante” (Velázquez & Serna, 2021, p.188). Con la entrada de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y la irrupción del Internet, se presentó un cambio en el comportamiento de la información, entendido como “la conducta, actitud y aptitud de los individuos frente al acceso, uso y comunicación de la información, condicionado por la motivación, el entorno y el contexto del individuo”. (Pineda et al, 2019)

Desde el inicio de la pandemia, la vacuna ha sido vista como una herramienta potencial para mitigar las consecuencias que tiene este virus. Sin embargo, a pesar de esta necesidad, movimientos de oposición a la vacuna se manifestaron en redes sociales en contra de ella. Un reporte del medio Deutsche Welle en español, menciona lo siguiente:

El Centro para Contrarrestar el Odio Digital (CCDH por sus siglas en inglés), una ONG dedicada al monitoreo de redes sociales, descubrió que los nuevos usuarios de Instagram estaban expuestos a grandes cantidades de desinformación a través de las recomendaciones algorítmicas de la plataforma. Esto mediante el menú de *exploración* y la función de *publicaciones sugeridas*. Los 409 perfiles en redes sociales estudiados que promueven la “antivacunación”, suman conjuntamente alrededor de 58 millones de usuarios. Según el informe del CCDH, la exposición a la desinformación es más frecuente para nuevos usuarios que siguieron una

combinación de cuentas que incluían a personalidades "antivacunas" o ciertos "influencers" del bienestar. (Deutsche Welle, 2021)

De manera complementaria, Caro (2015) plantea que este elemento –que cualquier persona sea capaz de crear contenido nuevo y difundirlo de manera efectiva– se configura como uno de los retos actuales en el uso del internet. Más concretamente, la alta posibilidad de acceso y la poca capacidad que se tiene para distinguir la información falsa de la verdadera por parte de quienes consumen los contenidos, genera un contexto que propicia la difusión de noticias falsas o de muy baja calidad. En este sentido, las generaciones actuales ya no se enfrentan a una situación de "información escasa", sino que, por el contrario, la principal problemática actual es la de distinguir la información confiable y veraz en un contexto de sobreabundancia e hipervelocidad en las comunicaciones.

Labor periodística

Es importante abordar lo que dicen Velazquez y Zamarron (2020) quienes realizaron una investigación en torno al rol de los periodistas en la difusión de información verídica a la población en la pandemia de covid 19. En este trabajo, se entrevistaron a diversos periodistas activos del estado de Nuevo León y se encontró que:

El periodismo juega un papel fundamental para llevar a los ciudadanos la información en torno a esta pandemia. Esta situación lleva a los periodistas a enfrentar nuevos retos por lo que su liderazgo queda manifiesto al permanecer en pie, cumpliendo de manera incansable, desarrollando una labor esencial. En esta ocasión servir también implica contribuir a que los ciudadanos acaten las indicaciones de la autoridad para cuidar su salud. (Velazquez y Zamarron, 2020, p. 206)

Dentro de la emergencia de combatir la desinformación y difusión de fake news, el periodismo de verificación de datos, hechos factuales o discursos públicos, conocido en inglés como fact-checking journalism, está en pleno apogeo. De acuerdo a Rodríguez Pérez (2020) se define como:

Incrementar el conocimiento mediante la difusión e investigación de hechos en las declaraciones públicas de políticos y demás actores cuyas palabras impactan en la vida pública. Los fact-checkers investigan hechos comprobables y su trabajo está libre del partidismo, de defensa de intereses concretos y de retórica. (Rodríguez-Pérez, 2020. p. 244)

La elaboración de una normativa contundente y el papel que juegue el periodismo es una de las claves para frenar las *fake news*. Como señala (Fernández, 2020) las iniciativas de verificación en línea, los verificadores o *fact-checkers*, constituyen unas “herramientas para que los periodistas comprueben la veracidad de un dato o la credibilidad de una fuente *online*, buscadores para identificar el origen de una imagen o comprobar si se ha publicado antes o agregadores de noticias falsas que permiten comprobar su veracidad”.

El poder de las *fake news* en el ámbito de la salud puede ser devastador con consecuencias para el ámbito sanitario y social que pueden derivar en pérdidas sustanciales por lo que “la necesidad de establecer herramientas o instrumentos para evitar las *fake news* no radica sólo en una labor subjetiva del ciudadano, sino que la inteligencia artificial nos puede facilitar, mediante la utilización de algoritmos, el descarte de una información adulterada, y evitar su propagación y expansión”. (Fernández, 2020. p. 259)

Marco Teórico

Teoría de usos y gratificaciones

Elihu Katz es un sociólogo de la comunicación nacido en Estados Unidos en 1926. Estudió en la Universidad de Columbia y trabajó dentro de la corriente difusiónista con una concepción de la comunicación como un factor motivacional o inductor del cambio social y el desarrollo. Estudió el espacio público como ámbito de interacción entre medios, individuos y sociedad, así como los procesos de formación de la opinión y la acción. El trabajo de Katz se consolidó en el área de la comunicación cuando trabajó junto a Michael Gurevich y Hanna Adoni para desarrollar la teoría de usos y gratificaciones; la cual expone que la sociedad utiliza a los medios de comunicación para satisfacer diferentes tipos de necesidades.

A continuación se presentan tres conceptos relevantes para la investigación:

Concepto	Definición	Referencia
Medios de comunicación masivos	Servicio que cumple las funciones de vigilancia, entretenimiento e intercambio cultural que utilizan los individuos de una sociedad en conjunto para conectar entre ellos mismos.	Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). <i>Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly</i> , 37(4), 509-523.
Diversión	Escape de las limitaciones de la rutina y la carga de problemas para la liberación emocional.	Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). <i>Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly</i> , 37(4), 509-523.
Identidad	Referencia personal y exploración de la realidad.	Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). <i>Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly</i> , 37(4), 509-523.

Con relación al objeto de estudio, los conceptos se relacionan con el efecto de los medios masivos de comunicación en las personas y lo que hace la audiencia con dichos medios para satisfacer sus necesidades. El enfoque de esta teoría trata de entender el comportamiento mediático y sus consecuencias; lo que viene después de las búsquedas propiciadas por motivaciones, necesidades o expectativas. La situación social actual crea conciencia de los problemas que exigen atención, especialmente dentro del contexto digital y de noticias falsas.

El uso de cualquier medio de comunicación depende de las expectativas y recompensas esperadas por cada individuo y dichas metas pueden influir en los efectos del consumo mediático. Así, diferentes motivaciones para el uso de las redes sociales van ligadas a diferentes actitudes a la hora de consumir o compartir noticias en distintos entornos.

Los usos y gratificaciones más vinculados a cambios en el modo en que se comparten y consumen noticias en redes sociales, son los relativos a interacción social y búsqueda de información. Las motivaciones de tipo social, es decir, aquellas que hacen referencia a la intención de comunicarse e interactuar con otros, influyen en el tipo de contenido que los usuarios optan por compartir.

Dos premisas que escribe Katz, resaltan para esta investigación:

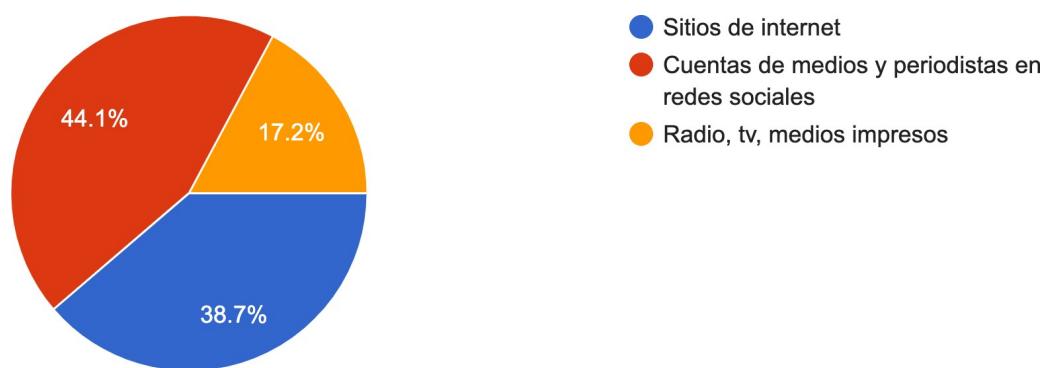
- La situación social da lugar a determinados valores, cuya afirmación y reforzamiento se ve facilitado por el consumo de materiales mediáticos congruentes.
- La situación social proporciona un campo de expectativas que luego deben ser monitoreados para mantener la pertenencia a grupos sociales valiosos.

Dentro del contexto social de la pandemia en México, es importante tener un acercamiento a las modificaciones que sufrieron los deseos y motivaciones de la audiencia de los medios digitales para mantenerse informados, ya que las necesidades se adaptan al acontecimiento que se esté viviendo y los resultados que se obtengan.

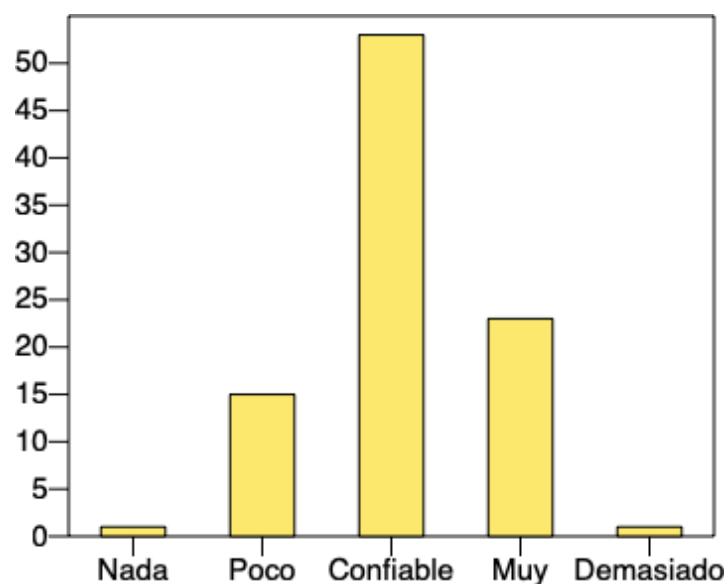
Resultados

A través de un cuestionario aplicado a 93 jóvenes mexicanos se observa lo siguiente:

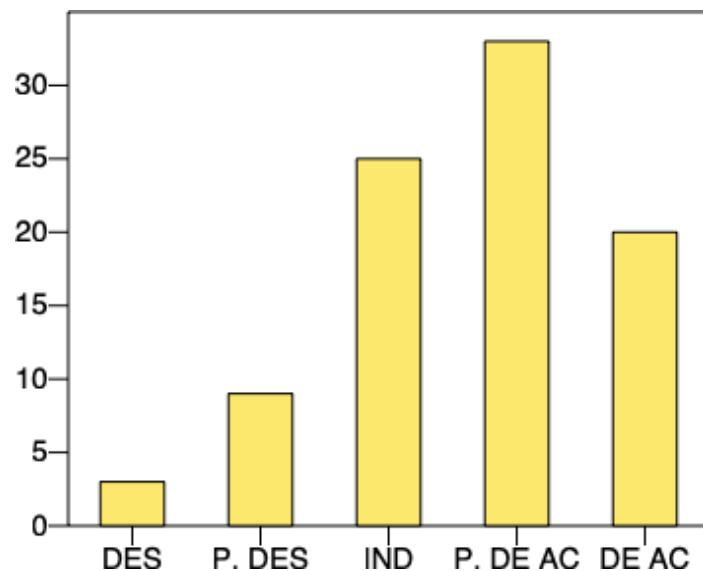
Gráfica 1: muestra la fuente en donde los 93 encuestados se informan.



Gráfica 2: muestra la percepción de confiabilidad de los encuestados en cuanto a los medios de comunicación digitales.



Gráfica 3: muestra la posición de los encuestados en cuanto a la frase: “la información de covid-19 publicada por el gobierno es cuestionable y poco confiable debido al mal manejo de la misma por la administración en turno”. Clave: desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, indiferente, parcialmente de acuerdo, de acuerdo.



Análisis resultados cuantitativos

Las respuestas obtenidas del cuestionario hecho a 93 jóvenes mexicanos muestra que el 82.8% de ellos se informa a través de medios de comunicación digitales (revisar gráfica 1) y 55 personas consideran dichos medios como “confiables” (revisar gráfica 2) sobre los medios tradicionales. En cuanto a la información proporcionada por el gobierno y el mal manejo de la misma (revisar gráfica 3), 55 encuestados respondieron “parcialmente de acuerdo” y “de acuerdo”. Lo que nos dice que la credibilidad de la administración en curso ha decaído.

Entrevistas

1. Alexandre López Borrull: profesor en la Universidad de Cataluña, escritor y especialista en fake news.

Al interpretar las respuestas obtenidas en la entrevista, los resultados muestran que la desinformación y las fake news no son exclusivas de México. Depende de qué tan cohesionada se encuentre una sociedad para crear y difundir supuestas verdades que generan polarización, desconfianza hacia medios de comunicación, aprobación o descalificación de las autoridades, y lo más riesgoso, cuestionamientos científicos. A continuación se muestra un análisis a través de text analyzer, word clouds, y una matriz con líneas discursivas.

Text analyzer	
Palabra	Descripción
Desinformar	Se repitió en promedio 15 veces. Con un enfoque en la evolución de las fake news, hace referencia a cómo es que cualquier persona con un dispositivo puede emular contenido con apariencia real que nos haga dudar de su veracidad.
Intencionalidad	Se repitió 8 veces en promedio. Lo que diferencia a las fake news de desórdenes informativos es la intencionalidad con la que se difunde el contenido. Es decir, aquello que se sabe que es falso y que por tanto, aún así, se puede difundir e intentar viralizar.



Matriz de análisis de la entrevista realizada por videoconferencia a Alexandre López Borrul (junio 2021)

Línea discursiva	Frase(s) representativa
Evolución de las fake news en redes sociales a través de los años	<p>“El crecimiento de la interacción con las redes sociales ha hecho que muchas de las personas que antes no se veían con la capacidad de crear contenidos falsos, ahora pueden emular cualquier tipo de medio de comunicación con un semblante o con un formato nos haga dudar”.</p> <p>“La propia evolución tecnológica con un simple móvil somos capaces de hacer tales productos. Ya no estamos hablando de un meme mal hecho que ya nos da la sensación de que aquello es falso, sino de un producto que puede</p>

	<p>emular cualquier tipo de contenido tradicional”.</p> <p>“Posiblemente se ha democratizado la capacidad de desinformar. Antes parecía que sólo podían formar parte de los grandes monopolios del poder, que tenía la capacidad de poder desinformar porque tenía acceso a todo el mundo y ahora con las redes sociales de forma muy barata, de forma muy poco organizada, se es capaz de generar desinformación que puede llegar a mucha gente y por tanto, ese ha sido uno de los problemas que existen”.</p>
Fake news y covid-19	<p>“Si la desinformación a nivel político ha utilizado la polarización como elemento para crecer, en el caso de la información de tipo científica relacionada con el covid, yo creo que sobre todo ha sido aprovechar dos elementos: 1 la incertidumbre, es decir, que las instituciones y los científicos aún no podían dar evidencias y no podían dar la respuesta a las grandes preguntas que se estaban llevando a cabo. Y la otra sería la emoción. El miedo. El miedo que te hace compartir cualquier tipo de información, nos hace bajar la guardia, porque seguramente antes no hubiéramos compartido determinadas cosas que se compartieron durante los momentos sobre todo los más difíciles o los iniciales de la crisis pandémica.</p>
	<p>“Podemos ver que en el caso de Estados Unidos, de Brasil, la propia figura presidencial ha jugado un papel ambiguo respecto a la desinformación,</p>

<p>Desinformación y el poder</p>	<p>es decir, en su lucha contra lo que considera el status quo en el cual pone todos los medios de comunicación.</p> <p>“Trump, por ejemplo, lo que hacía era que todos los medios que lo criticaban, los situaba en el marco mental de que aquello eran fake news y por tanto él se establecía como la verdad ante todos aquellos que según estaban mintiendo”.</p> <p>“Si tú a la autoridad le das el liderazgo de la verdad, habrá mucha gente que crea ‘porque lo dijo el presidente’, y nos establecemos como una comunidad secuestrada. La responsabilidad de liderazgo tiene un papel central. Sí existe la libertad de expresión, pero no la libertad de desinformar”.</p>
<p>El futuro de las fake news</p>	<p>“No van a desaparecer. Ninguna plataforma por mucho que utilice algoritmos cada vez más perfectos. Vamos a tener que acostumbrarnos a lidiar con todo ello. Vamos a aprender a tener una mejor alfabetización mediática para entender qué es falso y qué no es falso. Ahora va a venir, yo creo, toda la ola de <i>Deepfake</i> con mucha mayor capacidad tecnológica de hacer videos falsos sobre personas diciendo cosas, sobre videos de gente haciendo cosas. Ello nos va a traer otra crisis de confianza respecto a aquello que vemos.</p> <p>“Nos vamos a especializar en las redes sociales en función de nuestro propio comportamiento. Al igual que existen redes sociales académicas para confiarse e informar, otros para jugar, otros para leer, quizás no existan redes que intenten hacerlo todo de la mejor manera, aunque algunos puedan intentarlo”.</p>

2. Enrique Hernández Alcázar: locutor y periodista mexicano.

La interpretación de esta entrevista muestra un enfoque en la sociedad mexicana diversa que al tener un dispositivo inteligente en las manos, ha democratizado la comunicación que aparenta cierta apertura o libertad para difundir información. A continuación se muestra un análisis a través de text analyzer, word clouds, y una matriz con líneas discursivas.

Text analyzer	
Palabra	Descripción
Posverdad	Palabra que destaca en la entrevista por hacer referencia al importante papel que juegan las figuras políticas en el condicionamiento de la opinión pública. Como ejemplo se utilizó 'la mañanera' del presidente López Obrador para analizar su discurso diario, que con el paso del tiempo, hechos fehacientes comprueban que la mayoría de las veces que miente. Esto provoca 2 efectos: que las personas desaprueban automáticamente lo que dice el presidente, o a pesar de haber pruebas que lo contradigan, las ignoran.
Cultura	En la entrevista, Enrique describió a la sociedad mexicana con diversidad cultural en todo el país y desde el inicio de la pandemia hemos aprendido de distintas formas a enfrentar la pandemia de covid-19.



Matriz de análisis de la entrevista realizada por videoconferencia a Enrique Hernández Alcázar (junio 2021)

Línea discursiva	Frase(s) representativa
Evolución de las fake news en redes sociales a través de los años	“Cada vez son más sofisticadas. Ahora se apoyan en plataformas que te hacen pensar que las fake news son reales. Cualquiera puede poner un portal, un diseño editorial o una foto y ponerlo en redes sociales y podría parecer que es una noticia verdadera”.
	“Las fake news siempre han existido y han venido en diferentes presentaciones de acuerdo a la época en la que hemos vivido como humanidad. En lugar de una comunicación vertical como la que teníamos antes, donde el poder estaba

	<p>arriba y los demás abajo, hoy las redes sociales han permitido una democratización de la comunicación, más horizontal, donde tú puedes 'mentarle la madre' al dirigente en turno en cualquier país desde una cuenta de Twitter. Esto también ha provocado que desde esta misma aparente democracia o libertad, cualquiera pueda difundir información que se vuelva viral sin que sea verdadera y sin que esté involucrado el personaje o el político en esa estrategia".</p>
Fake news y covid-19	<p>"Yo creo que hemos aprendido varias cosas sobre el camino, pero seguimos siendo una sociedad primitiva, mitológica y surrealista en el fondo. Le damos mucho valor a cualquier información que nos pueda transmitir un amigo o un grupo de WhatsApp, nuestra mamá, nuestro papá, nuestros que lo que dicen los medios de comunicación o los especialistas o los científicos hasta que nos llega un contagio o una muerte cercana".</p>
Desinformación y el poder	<p>"Juegan un papel muy importante (las figuras de poder) porque finalmente condicionan la opinión pública. El presidente de México es un ejemplo extremo del condicionamiento de ello, porque se presenta todos los días en un foro donde él dice que se genera comunicación circular, pero impone la</p>

	<p>verdad, donde impone la versión correcta de la que no lo es, y muchas veces con datos comprobables, podemos llegar a la conclusión de que muchas de esas supuestas verdades no lo son con el paso de la comprobación de datos. Lo que sucede es que pone a cierta parte de la población en una condición de polarización y confrontación y creo que esto es un riesgo para el diálogo democrático y la convivencia diaria.</p> <p>“El propio presidente está haciendo una brecha donde unos le creen ciegamente a lo que dice no importando si lo comprueban, y el otro sector lo rechaza, lo critica y lo descalifica incluso antes de saber si está bien o no y se amplía esa brecha de polaridad más allá de analizar lo que está pasando. Es muy complicado encontrar un análisis sensato es muy complicado”.</p> <p>“Estamos metidos en esa espiral de polaridad actualmente, y no es un tema exclusivo de México”.</p>
El futuro de las fake news	<p>“Las fake news llegaron para quedarse. No soy catastrofista ni mucho menos pero no veo que se hayan establecido herramientas de control de seguridad en redes sociales, pero tiene que ver también con nuestra forma de ser, insisto, con nuestros comportamientos, con nuestra cultura de consumo, incluso con nuestra cultura del morbo,</p>

de la diversión y del humor, donde compartimos ya hasta por burla. Y en ese vaivén cuántos casos no conocemos de personas que se han creído cosas”.

Conclusiones

Al analizar los resultados cualitativos y cuantitativos, comprobamos que la diversificación de medios digitales es tierra fértil para la propagación de noticias falsas y desórdenes informativos dentro de una emergencia sanitaria a nivel mundial, ya que la histeria colectiva y el apelar a las emociones de pertenecer a un cierto sector de la sociedad que opina contrario al otro, es una forma de gratificación para los individuos. También, el fenómeno de las fake news no es exclusivo de un país, es un fenómeno que llegó para quedarse y depende de un trabajo colaborativo entre la sociedad, los medios digitales y las figuras de poder para educarnos y ampliar nuestro conocimiento en cuanto a la rápida evolución de las TIC y aprender a distinguir lo que es verdadero y lo que no.

En cuanto a la teoría de usos y gratificaciones, sigue siendo válida a pesar de sus años de antigüedad. Es curioso que la teoría propone una visión de audiencia activa y crítica de la información que consume para satisfacer sus necesidades. Sin embargo, con el paso de los años la sociedad ha evolucionado y no necesariamente de una manera positiva, ya que, como lo vimos antes, las noticias falsas y la información que sólo aportan posturas polarizadas dentro de una sociedad, siguen siendo altamente producidas y consumidas en la actualidad. Un proceso de oferta y demanda. El nivel de exigencia de consultar contenido de calidad no existe, por lo tanto, un criterio razonable para navegar por las redes sociales y el internet, tampoco. Aunque a pesar de ser contenido falso o verdadero, los medios de comunicación sí proveen gratificaciones dependiendo de la audiencia a la que se dirijan.

Los objetivos de esta investigación se cumplieron parcialmente ya que por falta de tiempo no se pudo realizar la tercera entrevista con algún experto o experta en el tema. También, es imposible tener una visión generalizada sobre el tema ya que el número de jóvenes mexicanos entre 18 y 30 años que participaron es sólo representativo para el amplio sector de la población que pertenece a él. Para futuras investigaciones, sería pertinente abrir este espectro y tener una muestra más grande.

Bibliografía

Adhanom-Ghebreyesus, T., Ng, A. (2020). “Desinformación frente a la medicina: hagamos frente a la la ‘infodemia’”. *El País*.
https://elpais.com/sociedad/2020/02/18/actualidad/1582053544_191857.html

Aleixandre-Benavent, R., Castelló-Cogollos, L., Valderrama-Zurián, J.-C. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *El Profesional de La Información*, 29(4), 1–17.

Caro, M. (2015). Información y verdad en el uso de las redes sociales por parte de adolescentes. *Teoría de la educación*, 27(1), 187-199.

Catalán-Matamoros, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. *Revista Española de Comunicación En Salud*, 11, S6–S8.

Fernández, F. R. (2020). Comunicación y noticias falsas en relación al COVID-19: algunas reflexiones sobre la información, la desinformación y propuestas de mejora. *Revista Española de Comunicación En Salud*, 11, S253–S264.

Fowks, J. (2017). *Mecanismos de la posverdad* (primera edición). Perú: Fondo de Cultura Económica.

García-Marín, D. (2020). Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la Covid-19. *El Profesional de La Información*, 29(4), 1–20.

Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523. Revisado el 14 de junio de 2021 en: <http://www.jstor.org/stable/2747854>

Oxford Dictionaries (2016). “Oxford dictionaries. Word of the year 2016 is... Post-truth”. <https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2016/12/11/WOTY-16>

Pineda, H., Jima-González, A., Paradela-López, M., Acevedo, H., Agudelo, A., (2019, 17 de julio). ¿Preparados para las fake news? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia. *Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*.

Reporte afirma que Instagram desvirtúa la vacunación. (2021, marzo). Deutsche Welle. Revisado el 11 de junio de 2021 en: <https://www.dw.com/es/reporte-afirma-que-instagram-amenaza-con-desvirtuar-la-vacunaci%C3%B3n/a-56819989>

Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del factchecking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243–258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>

Velázquez Tamez, L. E., Serna Zamarrón, A. (2020). Cobertura informativa de la pandemia por COVID-19 en Nuevo León: liderazgo y periodismo con misión.

Anexos

- Entrevista Alexandre López Borrull

Daniela: ¿Cómo han evolucionado las fake news con con el paso de los años? Porque al inicio las podíamos identificar fácilmente, un portal falso o un link que tuviera dudosa procedencia, hoy en día ya podemos ver cosas mucho más elaboradas y tal vez hasta una industria detrás con el objetivo de monetizar.

Alexandre: Bueno, en propia experiencia con el crecimiento de la interacción con las redes sociales ha hecho que muchas de las personas que antes no se veían con la capacidad de crear contenidos falsos, ahora puede emular que ese es cualquier tipo de medio de comunicación con un semblante, con un parecido, con un formato que nos hace creer o dudar de si estamos ante un medio digital convencional. Yo siempre hago la distinción de que cuando hablamos de fake news nos referimos a aquellas noticias falsas creadas sabiendo que son falsas para tener algún tipo de intencionalidad social para su difusión, por lo tanto aquellos que quieren, como tú bien has dicho, monetizar, o bien lo que quieren es no hay intención de crear algún tipo de agenda política, desestabilización, etcétera, etc. Por tanto alguien que no difunde algo porque cree que tiene la verdad, sino que lo hace específicamente con algún objetivo, algún objetivo detrás. Y por tanto, lo que ha ido evolucionando es la capacidad de emular los medios de comunicación tradicionales. Y ahora es casi posible hacerlo mediante un móvil, pues casi un documental como *Pandemic*, que esa es información respecto a la covid-19, con una calidad y unos contenidos que hacen dudar si los han llevado a cabo en un medio de comunicación televisivo tradicional. Es decir, la propia evolución tecnológica con un simple móvil somos capaces de hacer unos productos. Ya no estamos hablando de un meme mal hecho que ya nos da la sensación de que aquello es falso, sino de un producto que puede emular cualquier tipo de contenido televisivo tradicional.

Daniela: Claro, creo que ya lo dejaste muy claro. Pero entonces, ¿cuáles son las características que califican a que sea un contenido falso? Porque también podemos confundir que haya errores de información en alguna nota periodística o en algún otro tipo de formato.

Alexandre: Sí, sin duda es la intencionalidad. Es decir, que aquello ya se crea sabiendo que puede ser o es falso y que por tanto, aún así, hay una intencionalidad detrás de poder difundir e intentar viralizar aquel contenido. Por tanto, no estamos hablando de un tema de un tema de opinión de que algo pueda ser opinado en función de la ideología, sino que estamos hablando de “pues mira, nos están engañando” o “las vacunas no funcionan”, o cualquier tipo de contenido que se pueda llevar a cabo, o cualquier cosa también factual que no se puede demostrar que es falsa o no, “los inmigrantes están haciendo que llegue más covid que en otras partes”, cualquier tipo de noticia con este tipo de intencionalidad sabiendo que son falsos y se pueden generar problemas, pero también pues la cura del cáncer mediante comiendo determinado producto o cualquier otro tipo de elemento. Aquí sí que habría nuevamente un matiz mucho más económico o de intento de sacar un provecho económico y no necesariamente social o político.

Daniela: ¿Y de qué depende que una región o cierto país sean más propensos a difundir y a creer estas noticias? ¿De qué depende el contexto de esta sociedad?

Alexandre: Dentro de la sociedad yo creo que se está viendo que en aquellos sitios donde existe una mayor polarización social y política, la desinformación campa a sus anchas. ¿Por qué? Porque en muchos casos se ve cómo un elemento de activismo, de lucha, de intentar ganar al otro en un momento en que la gente está en posiciones mucho más extremas donde uno dice mentiras sobre el otro, puede hacer que la sociedad de alguna manera esté mucho más polarizada, aportando un shock en sociedades mucho más cohesionadas, con mayor respeto por los medios de comunicación, por las instituciones, etcétera, etcétera. Va a hacer que la desinformación sea mucho más difícil. Cuando se establece aquella idea de que todos mienten, cualquier tipo de mentira puede pasar a ser verdad. Y entonces, cuando más se ha desestabilizado la capa institucional de los medios de comunicación, las administraciones, los partidos políticos, todos los poderes clásicos del statu quo. Es mucho más fácil que la desinformación encuentre un lugar, si no, normalmente estaría recurrida en un porcentaje muy pequeño de la sociedad. Pero que ahora sea covid, sea otro tipo de desinformación política, pueda llegar a ser central o a llegar a unas clases medias a la que normalmente no le habría llegado ese tipo de información o no le hubiera dado posibilidad.

Daniela: Y dentro del circuito de transmisión de todas estas noticias que tienen un origen diferente, ¿qué papel juegan los personajes políticos incluso en los medios de comunicación?

Alexandre: Bueno, podemos ver, por ejemplo, que en el caso de Estados Unidos, de Brasil, que la propia figura presidencial ha jugado un papel menos ambiguo respecto a la desinformación, es decir, en su lucha contra lo que considera el statu quo en el cual pone todos los medios de comunicación. Trump, por ejemplo, lo que hacía es todos los medios que me critican son fake news y por tanto los ponía todos sean de izquierdas y cada vez más los que eran de derechas pero fueron críticos con él, los situaba en el marco mental de que aquello eran fake news y por tanto él se establecía como la verdad ante todos aquellos que estaban mintiendo. Ya vimos como aquello ha derivado, pues se acabó, ¿no? Pero en el caso de Brasil también está bastante documentado, sobre todo en el caso de las campañas electorales, muy polarizadas en grupos de Facebook, con información muy sesgada, mucha mentira y que permitió de alguna manera, pues alcanzar la victoria de Jair Bolsonaro.

Daniela: Entonces, ¿podríamos decir que ese papel de autoridad tiene el poder de hacer que la gente sea más propensa a creer información sin cuestionar de dónde viene?

Alexandre: Claro, si tú a la autoridad le das el liderazgo de la verdad, pues entonces hay mucha gente que lo cree porque lo dijo el presidente, “porque lo dice Trump” y aquí establecemos al final como una comunidad secuestrada. Trump podía hacer lo que quisiera, que todos le creían. Primero se creyó que aquello iría descendiendo, pero cuando vimos los resultados de las últimas elecciones americanas, lo que vimos es que había incluso mejorado el porcentaje de voto respecto a la primera vez que se presentó. Por tanto, de alguna manera, aunque perdió, le llevó a tener más y más votos de los que había tenido nunca el Partido Republicano. Eso quiere decir que polarizó suficientemente como para pasar el rastrillo, aunque medios de comunicación estadounidenses dejaron claro que mentían varias veces al día sobre sus afirmaciones, o eran súper sesgadas o eran muy poco objetivas. Pero aún así, eso es lo que le daba crédito electoral, por tanto, la responsabilidad, el liderazgo de las personas, presidentes, etcétera, etcétera, en la capacidad para convencer a la gente, pues tiene que quedar mucho más claro que tienen un papel central y no una responsabilidad de desinformar. Sí existe la libertad de expresión, pero no la libertad de desinformar. Por tanto, yo creo que hay que dejar claro dónde empieza una cosa y acaba la otra.

Daniela: Claro, y ya sabiendo que no solamente el origen de esta información es digital, ¿cómo es que las redes sociales y el Internet sí han potenciado el alcance de estas noticias? Porque con solo tener un celular o un dispositivo en la mano ya puedes mandar esta información en segundos a gran cantidad de personas.

Alexandre: Posiblemente se ha democratizado la capacidad de desinformar. Antes parecía que sólo podía formar parte de los grandes monopolios del poder, que tenía la capacidad de poder desinformar porque tenía acceso a todo el mundo y ahora se vista con las redes sociales que de forma muy barata, de forma muy poco organizada, se es capaz de generar desinformación, que puede llegar a mucha gente y por tanto, ese ha sido uno de los problemas que existen ahora mismo en lo que respecta a desinformación. Sin duda estamos aún en un proceso de aprendizaje de las redes sociales y nos hemos ido de un péndulo de confianza absoluta en todo lo que había en las redes sociales. Estamos aún aprendiendo y la desinformación cuando nosotros hemos visto que podíamos difundir cualquier tipo de contenido, también se ha visto que la desinformación era un tipo de contenido y habrá que aprender otra vez a confiar en las fuentes de información, en tener una adecuada dieta digital para que ellos no ocurra.

Daniela: Y hablando un poco de cómo se han desarrollado en la pandemia, ¿cómo ha sido su comportamiento? Porque desde que inició, hemos visto los posibles rituales para prevenir el covid, o que el tratamiento casero, ¿cómo es que se ha comportado esta información que va en contra de la ciencia?

Alexandre: Si la desinformación a nivel político ha utilizado la polarización como elemento para crecer, en el caso de la información de tipo científica relacionada con el covid, yo creo que sobre todo ha sido aprovechar dos elementos: 1 la incertidumbre, es decir, que las instituciones y los científicos aún no podían dar evidencias y no podían dar la respuesta a las grandes preguntas que se estaban llevando a cabo. Y la otra sería la emoción. El miedo. El miedo que dio sobre todo al principio a la enfermedad. Intentar entender y al final muchos elementos de desinformación con respuestas simples: "nos están engañando", "nos quieren vacunar", "la 5G", toda una serie de elementos que son respuestas fáciles a situaciones muy complejas, por los que a veces es muy difícil de lidiar, en tanto que no encontramos una respuesta fácil, una situación compleja donde los científicos aún no podían responder y aún les está costando de responder a todas las preguntas que la covid dio, por tanto, sobretodo en la primera época, cuando la propia OMS habla de "infodemia", que habla de la avalancha de información, mucha

de la cual es falsa y por tanto, que estuvo cerca de un problema para la gestión de la enfermedad, es cuando se ve que es un momento en que el miedo te hace compartir cualquier tipo de información, nos hace bajar la guardia, porque seguramente antes no hubiéramos compartido determinadas cosas que se compartieron durante los momentos sobre todo los más difíciles o los iniciales era de la crisis pandémica.

Daniela: Ya para finalizar, ¿cómo vemos este panorama a corto o largo plazo? No sé si existe la posibilidad de tal vez, no erradicarlas, porque eso me parecería también una utopía, pero reducirlas, controlarlas, manejarlas un poco. O por otro lado, éstas podrían escalar con el tiempo.

Alexandre: Bueno, como dices, yo creo que tiene que haber un aprendizaje. No van a desaparecer. En ninguna plataforma por mucho que utilice algoritmos cada vez más perfectos, aunque deje de recomendar determinados contenidos en YouTube y otros que vayan alimentando la cadena de polarización o de elementos que sean de desinformación. La verdad es que vamos a tener que acostumbrarnos a lidiar con todo ello. Y yo creo que vamos a aprender a tener una mejor alfabetización mediática para entender qué es falso y qué no es falso. Ahora va a venir, yo creo, toda la ola de *Deepfake* con mucha mayor capacidad tecnológica de hacer videos falsos sobre personas diciendo cosas, sobre videos de gente haciendo cosas. Ello nos va a traer otra crisis de confianza respecto a aquello que vemos. Si vamos a tener que dudar de lo que vemos en los videos, yo creo que son es un elemento que nos va a dar un poco incluso de pavor y de miedo al principio, pero nos vamos a tener que acostumbrar. Por tanto, yo creo que forma parte de algo como dices, está aquí para quedarse, pero a lo que seguramente quizá nos vamos a acostumbrar. Es decir, vamos a generar elementos, aprendizajes para intentar discernir mejor qué es falso y qué es cierto y sobretodo eso puede hacer que nos haga cerrar un poco confiando menos en aquello que nos llegue de referente de personas que seguimos o fuentes de información que confiamos, vamos a cerrar un poco más nuestra capacidad de confiar en dicho contenido. Puede ser que redes como WhatsApp sigan difundiendo otras cosas, pero después en Twitter o en otras herramientas vemos que el ecosistema a nivel de desinformación está un poco más controlado.

Alexandre: Quizá el miedo sería que existan, pues si Twitter se pone más serio que en Facebook, que demos menos credibilidad a la información que vemos en Facebook, y no a Twitter porque ya sabemos que quizá ha incorporado algunos elementos de eliminar contenidos, de etiquetar contenidos como falsos, etcétera,

etc. Aún creo que estamos en este formato, y posiblemente acaben existiendo como pareció que se tenían que ver, pues atraer redes sociales más ligadas a Trump, redes sociales creadas por comunidades cerradas donde no exista límite a la libertad de desinformar, de insultar, etcétera, etcétera, donde no haya reglas. Puede ser que acabemos especializándonos en distintas redes sociales que una sirven para una cosa y otras sirven para otra. Es decir, que sepamos que podemos informarnos en Twitter, pero sepamos que en Tik tok va a ser mucho más entretenimiento, que sepamos que WhatsApp va a ser para recibir información de nuestros conocidos, pero no información por parte de nuestros conocidos de información ajena porque puede llegar de cualquier forma. Quizás vamos a especializar las redes sociales en función de nuestro propio comportamiento. Yo creo que eso nos va a llevar, quizá, pues eso, a especializaciones en redes sociales, igual que existen redes sociales académicas para confiarse e informar, otros para jugar, otros para leer. Quizá no existan redes que intenten hacerlo todo de la mejor manera, aunque algunos puedan intentarlo, como Instagram, etcétera, etcétera. Por una parte, más visual o más de imagen.

Daniela: ¿Piensas que toda esta especialización de distintas redes sociales recae en los medios de comunicación o en nosotros mismos, que somos los usuarios de estas redes sociales?

Alexandre: Yo creo que sin duda la aproximación tiene que ser mucho más colaborativa. No es sólo una solución tecnológica que tengan que hacer las redes sociales, no es sólo una aproximación legal que tengan que hacer los gobiernos haciendo leyes o decretos o cualquier tipo de medida legal. No es sólo un trabajo de los medios sobre la propia experiencia y profesionalización. No es sólo un trabajo de la educación en cuanto a la alfabetización mediática, sino que seguramente trabajando colaborativamente se va a poder de alguna manera atajarlo como un problema complejo que es. Si sólo optamos por el tema tecnológico de los algoritmos, seguramente los vamos a perder por una parte ética. Si sólo es una parte legal, la parte legal normalmente siempre va detrás de la parte tecnológica, que va mucho más rápido y por tanto, siempre es más difícil de alguna manera, tomar decisiones legales cuando la tecnología corre mucho más que el derecho, queda de alguna manera un poco más lento, igual con la forma de legislar de los políticos y de las administraciones. Por tanto, sólo con una aproximación por parte de todos los agentes de forma colaborativa creo que se va a poder atajar o de alguna manera en reducir el peso de la desinformación. Sobre todo porque una cosa es en época de pandemia que ha habido mucha más incertidumbre que te

comentaba, pero en el día a día, pues ya existe ese tipo de desinformación. Pero seguramente su efecto o su capacidad de desestabilización social y político va a ser menor.

Daniela: Alexandre, qué interesante conversar contigo muchísimas gracias por darme este tiempo para responder estas preguntas, te mando un fuerte abrazo hasta España.

Alexandre: Muchas gracias, Daniela. Estamos en contacto. Buenos días.

- Entrevista Enrique Hernández Alcázar

Daniela: ¿Cómo has visto la evolución de las fake news? Porque antes podíamos identificar un portal falso o un sitio que no estaba verificado, ¿cómo percibes la evolución de las fake news que hoy en día ya son más elaboradas y podrían pasar por una noticia real?

Enrique: Pues la verdad es que sí. Cada vez son más sofisticadas las fake news en el mundo y ahora se apoyan en plataformas que te hacen pensar que las fake news son más reales. Es decir, cualquiera ya puede ponerle un portal, puede poner un diseño editorial, puede poner un link, puede poner una foto, puede ponerlo en Facebook, en Facebook o en WhatsApp, en Twitter, y podría parecer que es una noticia verdadera. Aquí el asunto es que el gran desafío es que seguimos en el reto de no confundir lo periodístico con las redes sociales y que tenemos que seguir insistiendo al público, a los consumidores de las redes sociales, a los consumidores de la información de no caer en el “compartir por convivir”, y yo creo que esa es la clave. Es decir, no podemos compartir porque nos gana la emoción de “mira esto, qué bárbaro lo que se dijo de x, y z” 1, porque pues no sabemos si es real y habría que verificar siempre la información antes y 2 hoy ya con sistemas tan sofisticados de espionaje, incluso a periodistas, a defensores de derechos humanos, pues habría que pensar incluso en quienes somos periodistas, de darle click a link. Hay que pensarlo dos, tres veces antes porque hay muchos malwares y demás que pueden contaminar los teléfonos para espiarte.

Daniela: Claro, y ¿cómo crees que las redes sociales en Internet o el mundo digital han potenciado la propagación de fake news? Porque siempre han existido de alguna forma, ¿pero cómo las han potenciado?

Enrique: Las fake news siempre han existido y han venido en diferentes presentaciones de acuerdo a la época en la que hemos vivido como humanidad. Los libelos, los pasquines, las noticias propagadas con intereses políticos, no siempre ciertas, han existido siempre. En las épocas recientes, por supuesto, los medios de comunicación masivos han sido utilizados a veces para dar a conocer ciertas informaciones que le convienen al status quo o al político o al poder en turno. Y yo creo que ahora es complicado porque es más fácil difundir noticias falsas y muchas veces, no tiene que ver con los grupos de poder, sino con los grupos afines a los grupos de poder. Es decir, se ha segmentado y se ha pulverizado tanto la comunicación que es bueno y malo. En lugar de una comunicación tan vertical como la que teníamos antes, donde el poder estaba arriba y los demás abajo, hoy las redes sociales han permitido una democratización de la comunicación, más horizontal, donde tú puedes “mentarle la madre” al dirigente en turno en cualquier país desde una cuenta de Twitter o Facebook o Instagram. Pero esto también ha provocado que desde esta misma aparente democracia o apertura o libertad, cualquiera pueda difundir información que de pronto se vuelva viral sin que sea verdadera y sin que esté involucrado el personaje, el político, el poderoso en esa estrategia o en esa intención. O sí. Un ejemplo muy cercano ha sido el tema del Partido Verde y los influencers. A lo mejor no es una fake news, digo, si le crees al Partido Verde pues es tu asunto pero por la historia que tiene ese partido, podemos decir que esas propuestas tan padrísimas y tan orgánicas donde todo el mundo de repente se dio cuenta en plena veda electoral, pues si parecía una campaña totalmente falsa, pagada, nada de orgánica ni mucho menos, que violentó la veda electoral y que finalmente, si lo ves a la luz del resultado electoral, tuvo efectos y potenció ese partido como un aliado fundamental para el partido en el poder para poder generar la mayoría que necesita en el Congreso. Entonces he ahí un ejemplo de fake news que se vuelven virales y que de repente tienen efectos en la sociedad y en la vida diaria.

Daniela: dentro de este circuito de transmisión, que el origen tanto sea digital o de otro medio, ¿qué papel juegan las figuras públicas con tanto poder? Lo podemos ver cada día en las mañaneras con el presidente o el caso del presidente de Brasil.

Enrique: Juegan un papel muy importante porque finalmente condicionan la opinión pública. Es decir, el presidente de México es un ejemplo extremo del condicionamiento de la opinión pública porque se presenta todos los días en un foro donde él dice que se genera comunicación circular, pero donde impone la verdad o donde impone lo que es cierto de lo que no es, donde impone lo que es bueno de lo

que no lo es, donde impone la versión correcta de la que no lo es, donde impone la verdad de lo que no es. Y muchas veces con datos comprobables, podemos llegar a la conclusión de que muchas de esas supuestas verdades, supuestas informaciones que son correctas, supuestas versiones que son moralmente aceptables, no lo son y acaban por no serlas con el paso del tiempo, con el paso de la comprobación de datos. Entonces ahí lo que sucede es que pone a cierta parte de la población. En una condición de polarización o de confrontación, de condición de adversarios, y creo que esto es un riesgo, es decir, para el diálogo democrático, para la convivencia diaria. Y es un tema muy interesante en términos de comunicación del presidente que le funciona en tanto le habla a un bloque que lo ha apoyado durante por lo menos los últimos 20 años o lo que llevamos de este siglo desde que ganó la elección para jefe de Gobierno, pero que al paso del tiempo lo estamos viendo con los resultados por lo menos que ha tenido en la elección de la Ciudad de México, pues a una parte de la población ya no le está gustando esta descalificación constante, este insulto constante a lo que no piensa como él, a lo que no es como él, a lo que no apoya lo que él dice. Entonces, este asunto de la posverdad y de la pre juzgada se vuelve interesante en términos de fake news, ¿no? Porque también hay quien ya llega al extremo de a priori descalificar todo lo que vaya a decir el presidente. Se logra el efecto adverso contrario a las fake news en quienes no apoyan al Presidente, es decir, te anticipas a que lo que diga el Presidente va a estar mal, va a ser un error, va a ser una ocurrencia. Entonces, el propio presidente está haciendo esta brecha que unos le creen ciegamente a lo que dice no importando si lo comprueban, si lo verifican, si están bien, si está mal, si se equivoca o no, lo aprueban a toda costa y el otro sector lo rechaza, lo critica y lo descalifica incluso antes de saber si está bien o está mal. Y se amplía esa brecha de polaridad más allá de analizar lo que está pasando, entonces es muy complicado encontrar un análisis de medio término encontrar análisis que no tengan "los hígados metidos" encontrar de análisis juiciosos, sensatos. Son muy complicados estos tiempos para el análisis mesurado.

Daniela: ¿De qué crees que dependa que cierta región o sociedad apoye, o desapruebe, o difunda o crea estas medias verdades o fake news?, ¿crees que sea por apelar a la emoción y la falta de juicio al perder la objetividad?

Enrique: Fíjate que yo creo que tiene que ver con las condiciones de la propia sociedad mexicana. Ahora, con todo este debate de la clase media y del embate de López Obrador contra la clase media, pues la clase media de pronto se esperanzó en 2018 por la propuesta del Presidente y por el cambio del Presidente, porque se

hartó de Peña Nieto y de la corrupción pornográfica explícita de ese sexenio. Y está comprobado que quienes votaron por Andrés Manuel en el 2018 la clase media que ahora critica aspiracionista con títulos profesionales, hasta con doctorados con mejor instrucción, votó por Andrés Manuel. Y un sector importante de la pobreza votó su voto por el PRI y ahora se está volteando el asunto, se está convirtiendo otra vez en el PR, perdió un poco de fuerza, sobretodo en la Ciudad de México, pero también en Monterrey y un poco en Jalisco. Entonces creo que esto responde a la gran brecha que hay entre quienes tienen mejor poder adquisitivo y quienes no tienen poder adquisitivo, entre quienes tienen mejor calidad de vida y quienes tienen peor calidad de vida, entre quienes tienen acceso a mejor nivel educativo y quienes no tienen acceso a mejor nivel educativo, entre quienes tienen acceso a empleo y quienes no tienen empleo en quienes tienen... O sea, es un asunto por desgracia de este nivel donde esto que estamos platicando de qué importa si lo que estamos discutiendo ahorita tú y yo es verdadero o es falso Es un dato comprobable, es un hecho comprobable o si tienes para comer hoy o no tienes. Si tienes para pagar la renta hoy o si no tienes.

Entonces creo que es un tanto perverso de los políticos en general, no sólo de Andrés Manuel porque creo que es un hecho de la política del mundo, que quienes ocupan esos puestos saben perfectamente cómo hablarle a la gente para tenerlos cautivos, sus votos para ganar lo que necesitan de ellos, que es que voten por ellos, que tengan su aprobación, que tengan su apoyo y que no les hagan "desmadritos" y que no se rebelen contra ellos. Me parece que sí es algo un poco perverso de la política esto de aprovecharse de las necesidades. Creo que en la política estar del lado de las víctimas o hacerse la víctima, porque es algo que se le acusa a este tipo de políticos populistas, es que "el estatus quo está en mi contra, no me representa y hay un complot de los poderosos contra mí, porque yo no soy del sistema, soy un outsider, porque no les acomodo" es que es un discurso mucho más allá del solo "se está haciendo la víctima".

Ponerse en el lugar de la víctima, ponerse en el lugar del despojado, del violentado, del no favorecido, es ponerse en el lugar de quienes han perdido a un familiar por la inseguridad, es ponerse en el lugar de quienes no tienen chamba, es ponerse en el lugar de quienes han sido golpeadas, en el caso de las mujeres, que es terrible, pero además hay que ponerse en el lugar de todos esos que ven además en el presidente que tampoco les está haciendo caso en los hechos pero que no tienen de otra, tienen que ver quién les va a dar su beca, quién les va a dar su pensión de adultos mayores, etcétera, etcétera. Entonces me parece que es un círculo un

poco perverso en ese sentido y creo que estamos metidos en esa espiral de polaridad actualmente, y no es un tema exclusivo de México, lo hemos visto en Estados Unidos con Donald Trump y el gobierno de Biden está tratando un poco de revertir esos cuatro años de polaridad y de necesidad y de terquedad y de “Trumpismo” estúpido, ha pasado en Brasil, pero ha pasado con el avance de la derecha ultraconservadora en España. Es decir, ese es un fenómeno que se está viendo en muchos lugares del mundo, en Perú con elección cerradísima entre la derecha y la izquierda considerada populista por algunos o comunista por otros, entonces creo que estamos en un momento. Yo te diría, y no soy ni politólogo ni antropólogo, soy simplemente un periodista, creo que estamos en una **Neo Guerra fría de fake news y plataformas de streaming 2.0 o algo así...**

Daniela: enfocándonos un poco en el comportamiento de las fakes news dentro de la pandemia ¿como has visto el comportamiento de un año y medio hablando de los posibles tratamientos o los rituales para no contagiarte de covid?

Enrique: Yo creo que hemos aprendido varias cosas sobre el camino, pero seguimos siendo una sociedad primitiva, mitológica y surrealista en el fondo, y eso es lo que somos. Es decir, no es que esté bien ni es que esté mal, es lo que nos ha hecho ser. Así como la abuelita dice “échate este aceite atrás de las orejas para que no te dé gripe”, es un asunto que se hereda y te lo dice alguien que te ama y lo vas a hacer siempre y cuando no te haga daño. Lo vas a hacer porque te lo dijo tu abuelita, o tu mamá o tu tía. Nunca habíamos enfrentado un momento como el que estamos enfrentando de pandemia, hace cientos y tantos años que no pasaba como una peste española y estamos aprendiendo muchas cosas. Ya vimos que los tapetes con el agüita y el cloro y eso no sirven, igual y nos sirven para que no metamos toda la tierra que hay en la banqueta y ya, pero para covid no. Tenemos que seguir aprendiendo y manteniendo que lavarnos las manos es básico y muchos lo están dejando de hacer. Que usar el cubrebocas es fundamental y muchos no han aprendido a ponérselo en un año y medio.

Entonces me parece que es una sociedad tremadamente surrealista, mitológica, olvidadiza, pero es lo que somos. Te decía que le damos mucho valor a cualquier información que nos pueda transmitir un amigo, un grupo de WhatsApp conocido, nuestra mamá, nuestro papá, nuestros hermanos y de pronto lo que ya dicen los medios o los especialistas o los científicos como que lo mandamos a otro lugar hasta que nos llega un contagio o una muerte cercana. No me sorprende por cómo somos como sociedad, y hay que decir también que somos una sociedad tan

diversa en México, que somos muchas sociedades, somos muchas culturas en un solo país y aquí habría que acotar eso para lo que viene. Yo creo que no puede ser lo mismo el regreso que hace en Chiapas que en Oaxaca, que en Baja California, que en la Ciudad de México, que en Guadalajara, que en Tamaulipas, Tendrán que tomar en cuenta esto las autoridades y me parece que todos estamos aprendiendo.

Pero hay una cosa que sí es fundamental en la salud, con la vida de la gente no se experimenta. Pero sí he visto cosas sorprendentes del covid, desde en algún país africano que el presidente dijo que estaban analizando las papayas porque las papayas se contagiaban de covid, hasta Trump diciendo que nos iban a inyectar cloro para probar una cura. Yo creo que también tiene que ver con esta condición humana de echarle la culpa a alguien, de encontrar un culpable entre la desgracia y de jugar también con este factor de la esperanza ante una catástrofe. Es un asunto muy, te repito, muy de mitología religiosa, de agarrarte de algo para poder salir adelante y yo creo que ese pensamiento en masa sostiene, pero no avanza. Hay que apoyarnos más al conocimiento científico, pero fíjate, ahí es donde nos falta mucho por avanzar, pues el conocimiento científico y la tecnología es lo que normalmente los gobiernos apoyan menos en nuestra región. Hablando de estos países que tienen más problemas con las fake news en Latinoamérica nada más por centrarnos en nuestra región. Entonces ahí sí falta muchísimo por avanzar o darle el lugar que merece la ciencia y la tecnología para enfrentar momentos como el que estamos enfrentando como planeta.

Daniela: Me encanta lo que dices que específicamente aquí en México somos muchas culturas y muchas sociedades. El confinamiento no fue lo mismo para todos y la educación desde casa no fue la misma para todos, para nada. ¿Qué opinas del futuro de este fenómeno? Tomando en cuenta que el consumo de información no es equitativo. ¿Crees que este fenómeno escala con el tiempo o existe la posibilidad de reducirlas? No voy a decir erradicarlas porque creo que sería una utopía a la que no vamos a llegar.

Enrique: Yo creo que las fake news llegaron para quedarse. No soy catastrofista ni mucho menos pero no veo que se han establecido herramientas de control de seguridad en Facebook o en Twitter de poner una leyenda, pero tiene que ver también mucho Dani con nuestra forma de ser, insisto, con nuestros comportamientos, con nuestra cultura de consumo, incluso con nuestra cultura del morbo, con nuestra cultura de la diversión y del humor, del sarcasmo donde compartimos ya hasta por burla. Y en ese vaivén cuántos casos no conocemos de

personas que se han creído cosas y que nos escriben diciéndonos “oye, es que cuidado porque vi que esto no es cierto” y cuánta gente no conocemos que cae cuando le ofrecen “oye, te ganaste un celular de última generación. Lo único que tienes que hacer es pasar nuestro número de cuenta” y les hacen unos fraudes, gente que tú creerías que tiene mínima información básica para no caer en esos engaños y que caen. Te decía al principio de la charla que hay un círculo vicioso de quienes tienen algo de poder, ya sean gobernantes o quienes tienen el poder de controlar tu miedo o tuvo falta de conocimiento o tu ignorancia y que pueden hacerte creer cosas que te van a producir un beneficio, que te van a dar esperanza de arreglar algo, de tener algo. Entonces tenemos que ser muy cuidadosos de lo que consumimos, de dónde le damos click, de a quién le contestamos el teléfono, de en qué páginas nos metemos. Eso es un tema muy difícil por más controles que pongan, cada vez hay algo nuevo y cada vez que sale un nuevo portal o un nuevo link, una nueva empresa fantasma que se desvía del presupuesto. Es una tormenta de información hoy día, que de pronto no sé si te pase a ti, pero hay días en que dices “quiero apagar el internet, quiero aventar el teléfono, no quiero ver nada de información hoy, quiero sólo oír música, cerrar los ojos y que me encierran en una cueva por lo menos ocho horas” a lo que nos dedicamos es prácticamente es imposible pero yo creo que está en el juicio de uno y en esta base de si no sabes si es real, no compartas. Yo creo que con esa premisa tan sencilla podríamos evitarnos sustos y males mayores.

Daniela: Enrique, muchas gracias por tu tiempo. Qué gusto platicar contigo.

Enrique: Muchas gracias Dani, de verdad. A tus órdenes.