

Cómo combatir el impacto social de las mentiras y las “fake news”

Por: Raúl Allain. 30/06/2023

Estaba leyendo un libro muy interesante: “Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información” de Shayne Bowman y Chris Willis (2003), libro que nos permite visualizar las fortalezas y oportunidades, pero también las debilidades y amenazas que tiene ahora el uso de las nuevas tecnologías. (<https://tinyurl.com/2p988mkn>)

Una conclusión inicial, a la luz de la sociología de la información, es que no debemos perder de vista que uno de los fines supremos del periodismo a nivel ético y social es la búsqueda y difusión de la verdad, y eso requiere investigar hechos concretos, buscar nuevas fuentes, contrastar datos para poder crear mensajes verdaderos que sean trascendentes para la sociedad.

Los autores mencionados se plantean precisamente varias inquietudes sobre cómo poder aprovechar las nuevas tecnologías en el periodismo participativo y no caer es el “ruido comunicativo”, es decir –como señala el pensador Umberto Eco– evitar que las redes sociales se conviertan en un bullicio donde “los idiotas son los que tienen la palabra”.

Es importante que la calidad, trascendencia, importancia de los contenidos no se pierda en la “hiperinformación”, en la presencia de “basura comunicacional”, pues ahora que cada persona con acceso a internet o a un smartphone tiene la “capacidad” (la oportunidad) de crear contenidos, muchos de estos excelentes pero otros también mediocres o intrascendentes.

Precisamente uno de los problemas que vemos ahora son las llamadas noticias falsas o “fake news” que, según ya se ha denunciado, abundan en redes sociales como Facebook y Twitter, entre otras, donde se fabrican contenidos sin tener en cuenta que estos correspondan objetivamente a la realidad.

En el otro extremo, se da el problema del excesivo protagonismo que en las redes sociales se da a la vida privada de las personas, lo cual no constituye noticia, sino

que sólo abonan a satisfacer a un público ávido de entretenimiento. De allí que los “reality shows” tengan más sintonía que las páginas web de noticias.

Considero que es verdad lo que señalaba Nicholas Negroponte (1995) en su libro de *Ser Digital* (Being Digital), donde predijo que en el futuro las noticias en línea darían a los lectores la habilidad para escoger sólo los temas y las fuentes que les interesan.

Ahora observamos el auge de las “noticias en línea” así como las “transmisiones en vivo”, que tienen muchas plataformas sencillas de usar y “al alcance de todos”. Cada individuo se configura así como un creador en potencia de diversos contenidos.

Por ello es de suma importancia que las universidades y centros de capacitación de periodistas se enfoquen no solamente en las “habilidades tecnológicas”, sino que también se preocupen en una formación humanística que permita a los comunicadores poder tener capacidad de análisis de la realidad.

No se requiere solamente que el periodista sepa usar las redes sociales, conocer técnicas de edición de audio y de sonido, o sepa cómo construir páginas web o cómo administrar un blog. Se requiere más: una visión integral de la realidad humana y social, para estar en capacidad de investigar, analizar, sintetizar, interpretar.

Solamente de esa manera, el llamado periodismo participativo podrá mejorar y estar a la altura del reto de construir una civilización más humana, más justa, donde se respeten las diferencias, donde se difunda información de calidad, donde todos puedan emitir opiniones constructivas y alturadas.

La presencia constante del “yo” y el “nosotros” es la esencia del periodismo participativo pero este debe ser realizado con capacidad y altura. Por eso debemos distinguir entre lo que son las “redes sociales” del “periodismo digital” que usa las tecnologías y las redes de internet para elaborar contenidos de calidad.

Es la única manera de combatir a los fabricantes de noticias falsas (fake news), y que ahora mediante técnicas sofisticadas de realidad virtual crean una mentira o medias verdades que constituyen la “posverdad”, es decir una semiverdad, una mentira edulcorada que solamente sirve para engañar a las masas, siempre ávidas de entretenimiento a toda costa.

Si dejamos de lado el fin auténtico del periodismo, la búsqueda de la verdad, entonces no tendrá ningún sentido la promoción de un “pseudoperiodismo participativo”, que encuentra sus “logros” y su “rating” en la exaltación de la sexualidad, la propagación de la vida privada y la violencia en sí misma.

Si hablamos del impacto de las nuevas tecnologías, entonces también nos referimos al fenómeno de la globalización, el cual se viene imponiendo en el mundo. Lo que era impensable hace dos décadas, es ahora una realidad, más aún con el desarrollo vertiginoso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Sin embargo, este rápido avance y la promesa de una “aldea global”, donde el intercambio económico, comercial, cultural y comunicativo es posible incluso arrasado con las “identidades regionales”, requiere de un análisis profundo. ¿Qué riesgos tienen las redes sociales en el periodismo digital? ¿Hasta qué punto la comunicación global es sólo un espejismo? ¿Cómo lidiar con los temas de las culturas minoritarias, de la exclusión social y el desarraigo local? Son algunas de las preguntas que surgen tras la lectura de este libro.

Por lo tanto, en el periodismo participativo subyace siempre la cuestión ética y la deontología profesional del periodista. Todos los actos humanos están signados por la ética y la moral en la medida en que son un ejercicio del libre albedrío para dirigir el actuar hacia el logro del bien.

(*) Escritor, sociólogo y analista político. Consultor Internacional en Derechos Humanos para la Asociación de Víctimas de Acoso Organizado y Tortura Electrónica (VIACTEC).

Fotografía: **Raúl Alfonso Allain Vega**

Fecha de creación
2023/06/30