

Cristina Tardáguila: “Los periodistas debemos ser más rápidos que la mentira”

Por: Olga Pereda. EL PERIÓDICO. 29/11/2018

El periodismo no es solo el oficio de **Cristina Tardáguila** (Belo Horizonte, Brasil, 1980) sino su vocación, su forma de vivir y de entender el mundo. Estudió la carrera en su país natal, cursó un master en periodismo de agencia en la universidad Rey Juan Carlos (Madrid) y después un MBA. Mientras trabajaba en ‘O Globo’ -uno de los periódicos brasileños más importantes- conoció el ‘**fact checking**’ y se enamoró profesionalmente de esta especialidad periodística, que consiste en verificar las noticias y detectar las que son falsas. Autora de dos libros (uno sobre un robo de arte y otro sobre las mentiras contadas por los presidentes brasileños desde 1920), Tardáguila **fundó en noviembre de 2015 Lupa, una agencia de noticias especializada en el rastreo de ‘fake news’** (noticias falsas, contenido informativo basura). El jueves por la tarde recibirá en el Círculo de Bellas Artes de Madrid el **Premio de Periodismo EL PERIÓDICO**.

¿Por qué y cómo fundó Lupa?

A finales de 2013 me invitó la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano para cubrir en Medellín la concesión de unos premios. Allí conocí a Chequeado, la plataforma de ‘fact check’ de Argentina. Se me puso la piel de gallina y pensé en cómo se podría aplicar todo eso a las elecciones de Brasil de 2014. En el vuelo de regreso a mi país escribí la base de un proyecto para levantar ‘Negro sobre Blanco’, un blog en el periódico en el que trabajaba, ‘O Globo’.

¿Sus jefes confiaron en la propuesta?

No mucho. Me decían que qué era esto del ‘fact checking’ y pusieron el blog en un rincón de la web. Existió durante los 90 días previos a las elecciones y fue un éxito brutal. Se volvió una columna en la edición impresa y ahí lo empezaron a valorar un poco. 2015 fue un año muy difícil para el periódico en términos financieros y me dijeron que abandonara el blog.

¿Qué hizo?

Sabía que no podía volver a hacer el ‘viejo periódico’. Así que me fui y creé una empresa. Mejor dicho, una empresita. Busqué inversores y un antiguo jefe mío, una persona con mucho dinero y propietario de una revista brasileña parecida al ‘New Yorker’, confió en el proyecto. [Lupa existe desde noviembre de 2015](#) en Río de Janeiro. Éramos una redacción con cuatro personas. Hoy somos 15 empleados y vendemos contenido a otros medios.

2018, año electoral en Brasil, ha sido muy convulso para ustedes.

Empezamos trabajando con Facebook, con un proyecto que todavía no ha llegado a España y que aprobó Mark Zuckerberg tras la victoria de Donald Trump. Se trata de una plataforma que permite ver diariamente lo que los usuarios de esta red social reportan como supuestamente falso. Nos metemos a diario y vemos lo que gana relevancia, el número de veces que los usuarios lo han compartido.

Pero ustedes pusieron el foco en WhatsApp (propiedad de Facebook), ¿no?

Sí, sí. Nos llamó la atención. Su sistema es oscuro y no hay forma de monitorizarlo y chequearlo. En la primera vuelta de las elecciones trabajamos mucho con Facebook. Pero la gente que producía bulos entendió que los agentes brasileños de ‘fact checking’ estaban muy fuertes en esa red social y trasladaron la basura a WhatsApp, que tiene 120 millones de usuarios en Brasil [la población del país es de 200 millones]. En Lupa nos juntamos con profesores de dos universidades que lograron construir un sistema para rastrear los chats públicos. Su investigación demostró que de 50 imágenes solo cuatro eran ciertas.

¿El [ultraderechista Jair Bolsonaro](#) ganó las elecciones en Brasil gracias (o por culpa) de WhatsApp?

Es un poco arriesgado decirlo así. La decisión del voto tiene varios factores: lo que dice tu familia, lo que oyes en el bar, lo que ves en la tele... Y ahora, lo que lees en el móvil. Está muy presente, de acuerdo, pero atribuir la decisión del voto solo a esto me parece un poco exagerado. Todavía es pronto para afirmarlo.

Las noticias falsas y [la posverdad](#) [información o aseveración que no se basa en hechos objetivos, sino que apela a las emociones, creencias o deseos del público, según la definición de la RAE] ¿son el mayor problema al que nos enfrentamos los periodistas?

Sin duda. Pero hay que distinguir las ‘fake news’ del mal periodismo. Son dos cosas distintas.

Defina ‘fake news’.

Es difícil. Digamos que su objetivo es la manipulación de la opinión pública. Y lo que hay detrás puede ser un interés económico, político, religioso... Como periodistas tenemos que ser más rápidos que la mentira.

Muchas veces la prisa nos perjudica.

Lo sé. Los medios de comunicación tienen que tener tres equipos distintos: los que tienen que hacer el minuto a minuto, los grupos ‘Spotlight’ -con tiempo para investigar-, y los chequeadores. No puede haber una redacción sin estos tres grupos. Pero son secciones diferentes. Ningún directivo puede pedir que un mismo periodista haga todo.

Usted firmó un artículo en ‘The New York Times’ pidiendo medidas a WhatsApp. ¿Le hicieron caso?

No (risas). Fue a raíz de la investigación que te comentaba con los profesores universitarios. Decidimos ir al altavoz más grande del mundo, el New York Times. Facebook tiene en Sao Paulo un edificio enorme con miles de personas trabajando pero ni una sola de WhatsApp. 120 millones de usuarios y ningún representante en Brasil. No teníamos con quién hablar. Lo que proponíamos en el artículo era reducir el ruido. Reducir el tamaño de las listas de transmisión porque un mismo mensaje se puede enviar hasta a 256 personas, que a su vez lo mandan a otras 256 y así llegas a miles de usuarios en minutos. Propusimos que en los días previos a las elecciones se redujera esa cifra. También sugeríamos que los grupos tuvieran un límite de miembros. Finalmente, logramos contactar con WhatsApp, pero nos dijeron que no había tiempo de poner en marcha medidas así. Como buenos chequeadores que somos comprobamos que en India sí se hizo algo parecido.

WhatsApp se está convirtiendo un problema serio.

Es un problema y será un problema en todas las elecciones de todos los países que lo usan. Ya sea España, India o Nigeria. Los países tienen que hacer presión para que WhatsApp se acerque a los tribunales de justicia electoral, la prensa, los chequeadores....

No hemos hablado del grado de responsabilidad del ciudadano, que despótica de la prensa y muchas veces ni la lee.

Pues tiene mucha responsabilidad porque ha de entender que lo que comparte puede matar. Y lo hemos visto en India y Brasil. Lo que se comparte puede hacer mucho daño, quizá no inmediatamente pero a lo largo plazo sí. El odio en las redes va y vuelve. Si tu esparces odio, a lo mejor el odio vuelve a ti. Cualquier decisión en la vida -la escuela de tus hijos, la comida que comes, el camino por el que vuelves a casa después de trabajar- está basada en la información. Tú necesitas información de calidad para tomar decisiones de calidad. ¿Cuál es el profesional que dedica la vida a elaborar periodismo de calidad?

Los periodistas.

Los periodistas. Y los hay malos, sí. Igual que hay malos médicos o malos profesores. La gente debería escoger buenos reporteros y que fiarse de ellos. Que acudan a ellos para informarse. El ciudadano tiene que reconocer este trabajo.

No gozamos de prestigio social especialmente.

Lo sé. A mí me parece que muchos informadores y muchos programas de televisión son basura. Pero hay otros que me encantan. El periodista serio tiene que luchar contra creencias, gustos y deseos. ¿Cómo lo hace? Mostrando datos y hechos.

Usted, que defiende el periodismo riguroso, está recibiendo amenazas de la ultraderecha y la ultraizquierda.

Sí, me llaman antidemocrática porque no acepto el resultado de las urnas. Chequear al Gobierno es ahora ser antidemócrata. Vamos, que el 'fact check' es censurar el discurso público. Una locura. Me amenazan y me dicen que no veré al próximo presidente. En Brasil hay una lista 153 periodistas amenazados en la que estoy yo y

otros cinco reporteros de mi equipo. Espero que sean amenazas solo digitales y no se materialicen.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: EL PERIÓDICO.

Fecha de creación

2018/11/29