

«LA DESINFORMACIÓN ES UNA DE LAS RAZONES POR LAS QUE LOS ESTADOS DEMOCRÁTICOS ESTÁN EN CRISIS»

Por: Salomé Herce [@Salomator](#). 02/04/2024

Humanidad y tecnología han ido siempre de la mano. Poniendo la lupa en la relación actual entre la tecnología y las personas, una de sus numerosas intersecciones la encontramos en la divulgación de bulos por internet, las famosas ‘fake news’. Preguntamos sobre el tema a los expertos Laura Zommer –cofundadora y CEO de [FactChequeado](#), la organización transfronteriza que combate la desinformación en castellano, y exdirectora de [Chequeado](#)– y Lorenzo Marini –cofundador de [Verificat](#), plataforma de ‘fact-checking’ que ha lanzado un programa educativo de alfabetización mediática en las aulas. Conversamos con ellos durante la cumbre Tech x Humanity, organizada por Ashoka y BBK en Bilbao.

La humanidad es tecnológica y la tecnología es algo humano per se. ¿En qué momento surge la utilización de la tecnología para tratar de engañar o manipular al otro? ¿Siempre ha existido el impulso humano de intentar ejercer influencia en los demás y manipular hacia intereses personales?

Laura Zommer: La desinformación y la mentira existen desde que el hombre es hombre y la mujer es mujer. Pero con las características que la conocemos hoy –y diría hoy sin el auge extremo de la inteligencia artificial generativa–, lo nuevo es que existen las redes sociales y existe lo que algunos académicos llaman el «consumo incidental de información». ¿Esto qué quiere decir? Que uno está haciendo cosas en el teléfono y le irrumpe un contenido que tiene la forma de informativo, pero muchas veces es simplemente la fabricación de alguien para ganar plata o poder. Y lejos está de lo que cualquier periodista o cualquier estudioso del tema llamaría información. La tecnología nos genera una forma de acercarnos a la información muy distinta de la que conocíamos antes y eso trae problemas. Uno sigue a aquella gente que le interesa y, en general, sigue a gente parecida. Por eso, una de las recomendaciones del mundo de la alfabetización mediática es decirle a la gente que una manera de protegerse contra la desinformación es tener una dieta informativa

variada. En las redes sociales seguir a gente que no opine como uno opina. Si yo soy defensora del medio ambiente, debería seguir a aquellos que defienden la minería para entender cuáles son sus razones, sus motivaciones, porque si no lo que pasa es que existen conversaciones separadas, que no nos permiten construir.

Lorenzo Marini: Como ha dicho Laura, la mentira, la propaganda, siempre ha existido. Una de las cosas que en la historia había sido la regla era que producir información llevaba un cierto coste. En el Imperio Romano, por ejemplo, en realidad en todos los imperios, se hacía propaganda imperial, pero claro, tenían los medios para hacerlo. Estos medios han tardado siglos en democratizarse –yo prefiero decir popularizarse, porque tampoco tiene por qué ser democrático el proceso– y hay hitos, como la imprenta. Poco sabía Gutenberg que la imprenta sería lo que usaría Martín Lutero para empezar una revolución, que luego llegaría el periodismo moderno, que permitió que los pobres empezaran a leer. Y la misma tecnología, o el mismo periodismo como profesión, nos ha dado el conocimiento de lo que pasa en el mundo y al mismo tiempo ha sido la propaganda más violenta y dura. Mussolini fue director de periódico antes de ser dictador. Era una persona que tenía muy profundamente arraigado el poder de la propaganda de los medios de comunicación para influenciar la opinión pública. El nazismo también se inspira muchísimo en su estrategia comunicativa en esto. Y esa misma tecnología también nos da el periodismo libre y el periodismo de investigación. Y la misma tecnología hoy de internet es la que nos da la desinformación y nos da *el fact-checking*, es la que nos permite verificar información en Wikipedia, acceder directamente a artículos de periódicos o que te llegue un bulo por el móvil. La tecnología es la misma, que ahora amplifica y acelera muchísimo estos procesos. Los dos elementos que definen la condición contemporánea son la ubicuidad y la velocidad de la comunicación. En 1995, había alrededor de 15 millones de usuarios de internet. Y ahora todos están con el móvil, hasta gente en situación de pobreza tiene uno porque todos dependemos de él. Esta popularización hace que todos puedan decidir, desinformar y hacer una campaña de propaganda.

«Una manera de protegerse contra la desinformación es tener una dieta informativa variada»

¿Podríamos decir entonces que la tecnología es a la vez acelerador y freno de la información falsa?

LZ.: Desde Chequeado siempre planteamos que necesitamos que la tecnología sea una aliada. Si la tecnología –y ahora con la IA generativa– queda del lado de aquellos que utilizan la desinformación para ganar plata o para ganar poder engañando a los ciudadanos, estamos fritos. Necesitamos encontrar maneras de que se piense en usos tempranos y en inversión temprana para experimentar con tecnología en pos del interés público. Lo que hace un chequeador es volver a las fuentes del periodismo, que es básicamente chequear lo que vas a escribir o lo que vas a presentar, y gracias a la tecnología abrir esas fuentes para que la gente nos chequee a nosotros. Los chequeadores no trabajamos *off the record* porque no estamos diciéndole a la gente «sé más escéptico, o estate más despierto, pero en mí confía ciegamente». No, la invitación es desarrollar capacidad crítica, un escepticismo que no sea ese que te lleva al vacío de «bueno, no creo nada, no creo en nadie», sino creer en que vos tenés tus propias herramientas y habilidades suficientemente desarrolladas para identificar cuándo algo viene de una fuente en la que podés confiar razonablemente o cuándo tenés que informarte mejor porque eso no parece suficiente.

Y ahí es donde entra el papel de la educación, desde pequeños. Los dos trabajáis en ese campo. ¿Dónde ponéis el foco? ¿En saber identificar un bulo, en frenar su difusión o en denunciarlo?

LM.: Depende [risas], depende mucho de la edad y de lo que estén buscando. Yo creo que todos los verificadores que nos metimos en educación llegamos desde la perspectiva del *fact-checking*, de aprender una serie de herramientas de identificación y de enseñar qué puedes hacer tú. Es un movimiento que está tomando forma desde el propio movimiento *fact-checker*, pero la *media literacy* no viene solo del mundo de los verificadores, hay muchísimo más detrás. Una de las cosas que tenemos que entender es que con todo el mundo de la desinformación y de la comunicación de internet tenemos poca evidencia científica, porque todo es tan nuevo, que todavía se están sacando conclusiones. La ciencia necesita tiempo para entender procesos, y la cantidad de datos, la complejidad de los datos de una intervención educativa no la puedes...

LZ.: ... evaluar en dos días. Y, además, a esto que está diciendo Lorenzo, hay que añadir que hay más investigación académica centrada en desinformación en inglés. En general no se estudia –o se estudia mucho menos– la desinformación en lenguas distintas al inglés. Entonces, lo que muchos de los que nos dedicamos a chequear

buscamos es: imitemos a más estudiosos a estudiar en profundidad este problema y la eficiencia o no de las intervenciones. Esto que dice Lorenzo, si desde su organización hace determinadas iniciativas, la medición del impacto de eso no va a ser de un día al otro, porque no es un impacto inmediato el educativo. Mucho de lo que estamos haciendo es «a prueba y error», y él decía, «al principio nos enfocábamos en enseñar herramientas». En FactChequeado trabajamos mucho más en cuáles son las habilidades necesarias en los jóvenes o en los ciudadanos mayores para navegar mejor en el desorden del ecosistema informativo. No es que nosotros trabajemos enseñándole o diciéndole a alguien que vamos a terminar con la desinformación, no, la desinformación va a estar, se va a sofisticar, va a ir cambiando sus tácticas, sus técnicas. Lo que tenemos que lograr es que la gente, si hoy le enseñamos una herramienta y mañana cambió el formato de la desinformación, la habilidad le tiene que haber quedado.

«La desinformación va a estar, se va a sofisticar, va a ir cambiando sus tácticas»

LM.: Son competencias básicas y estas también han ido evolucionando. También ha habido un cambio en cómo percibimos el concepto de pensamiento crítico. En un informe de PISA de 2022 que se llama [21st-Century Readers](#) se dice que «saber leer» en el siglo XX era saber entender el significado de un texto impreso o audiovisual, que ya venía editado por otros. Tú tenías que entender qué decía y como mucho pensar en las motivaciones. Pero ahora se trata de construir y validar conocimiento en un universo sobresaturado de información, con lo cual se introducen conceptos nuevos muy interesantes a la hora de hacer pedagogía, como el de «ignorancia crítica». No se trata ya solo de verificar si algo es cierto o no, sino que tenemos que saber no verificar la falsedad, es decir «mira, esto no vale mi tiempo». Un ejemplo que hacemos con los chavales en el aula es: un *videogamer* hablando de cambio climático, usando *papers* de no sé qué... Podemos verificarlo, lo haremos nosotros como verificadores. Pero tú, como joven, ¿te interesa el cambio climático? Pues ve a esta página o a esta otra, hay buenos *youtubers* de ciencia también. Al final se trata de saber validar fuentes, encontrar fuentes y cruzarlas entre ellas para crear un sistema de confianza. Uno de los grandes cambios para mí está en lo que fue el pecado primigenio de los *fact-checkers*, que era solamente aprender a desconfiar. «No te lo creas todo», que es por donde empezamos muchos, como [Maldita](#), «que no te la cuelen»... Ahora tenemos que empezar a construir canales de confianza, y saber que si una foto va con el marco de Reuters y te dice que es una

foto de la guerra de Ucrania, pues hay un sistema de control que ya existe para que tú te creas que esta foto viene de Ucrania.

LZ.: No se trata de llevar a la gente a la desconfianza, a no creer en nada, sino a creer en sus propias capacidades. En esta dieta te armás de aquellos autores que sepan de las temáticas que te interesen. Si el *youtuber* al que seguís es bueno comentando fútbol, no necesariamente lo tomes como una fuente autorizada para hablar de cambio climático, y lo mismo con tu tío o con tu prima. La otra parte es el trabajar con los propios sesgos. Cuanto más claro cada persona conozca y explicita sus sesgos, más chances tiene de caer menos fácilmente en la desinformación. Si yo soy defensora del medio ambiente o del aborto, muy probablemente tenga más chances de compartir desinformación sobre esos temas que sobre otros, porque en esos temas mis emociones van a jugar un papel que por ahí en un asunto vinculado a otro tema que no me motiva tanto. Cuando hablábamos con Lorenzo de esto de las competencias o las habilidades, unas tienen que ver con actores o asuntos que están fuera y otras tienen que ver también con que la alfabetización hoy implica también la autorreflexión de uno mismo en ese ecosistema de consumo informativo incidental.

«Cuanto más claro cada persona conozca y explicita sus sesgos, más chances tiene de caer menos fácilmente en la desinformación»

LM.: Lo que ha dicho Laura ahora es una de las claves más profundas de cómo funcionan la desinformación y la información. Una de las grandes teorías en las que estamos cayendo a nivel de investigación es sobre las «cámaras de ecos» y los «filtros burbuja», que los hemos ido repitiendo porque parece que había algo de evidencia, pero la verdad es que no hay mucha evidencia detrás de estas afirmaciones. Lo de los filtros burbuja, por ejemplo, en el caso de mi abuelo, que vivía en la ciudad donde el 97% de personas votaba el mismo partido, leían el mismo periódico, iban a la sección de este partido, pues ese era un filtro burbuja mucho mayor del que me encontraba yo en Twitter, que veía opiniones distintas, ¿no? Pero el ponerte enfrente de opiniones distintas no siempre es bueno si no estás entrenado para hacerlo, porque el choque con una opinión distinta te refuerza la tuya. Hay un fuerte componente de autorreflexión y de educación emocional. La desinformación tiende a tener un mensaje emocionalmente cargado. Y hasta los periodistas tienen ahora más incentivos por todas las cuestiones de los clics. La espectacularización de la información, la descontextualización, bla, bla, bla, ya lo

conocemos. Aprender a trabajar con las propias emociones, con los propios sesgos y entender la intención detrás de un mensaje no es una cosa que un taller sobre *fake news* de dos horas puede enseñar. Aquí hay que tomárselo muy profundamente. Los que trabajamos en esto, pero muchos más, nos estamos dando cuenta de que aquí hay que hacer un cambio radical en cómo se estructura el plan educativo a largo plazo. Y esto quiere decir que todas estas cosas de las que estamos hablando tienen que ser troncales, con una materia propia o transversalmente dentro de todas las materias. Lo importante es que se empiece a trabajar ya en los niños. Hay mucha evidencia de que cuando empiezas a trabajarlo muy temprano, se desarrolla un pensamiento crítico mucho más fuerte, porque cuando le das a un chaval de 15 años un móvil y está viendo a unos *youtubers*, igual estamos interviniendo demasiado tarde. Igual alguno de estos sesgos ya está muy arraigado.

«El problema de las informaciones es político, económico, cultural, social y educativo»

Además de educar a la ciudadanía, ¿qué otros agentes son clave? Administraciones, academia, medios de comunicación, empresas...

LZ.: En realidad, a ninguno de todos esos que listás los dejaríamos afuera. Este es un fenómeno que nos quedamos cortísimos si lo planteamos como un problema de los periodistas. El problema de las informaciones es un problema político, económico, cultural, social, educativo... A cada actor le pediríamos distintas cosas. Al sistema educativo, ¿cómo no está incluyendo qué es un algoritmo? ¿Cómo funcionan? ¿Cuáles son los sesgos que operan? Hay un montón de contenido que hoy no está ni formal ni informalmente en muchos currículos de muchos países. A las empresas les pediríamos, dependiendo del sector que sean, que apoyen programas de *media literacy*, y al periodismo de calidad. Que apoyen desarrollo de tecnología para experimentar con nuevas tecnologías para usarlas para nuestro trabajo.

LM.: A los partidos les pediría un compromiso de dejar de ser parte del problema. Porque se les puede echar toda la culpa a las redes sociales, pero luego los políticos maltratan los datos, construyen narrativas y hacen propaganda. Las empresas, el marketing, la publicidad, el *greenwashing*, o sea, las empresas son parte del problema. Con Verificat estamos pensando soluciones ahora para ir a

estos agentes. Era como cuando dices, está muy bien que den dinero para este pozo de agua en África, pero estás consumiendo toda el agua de esta región para producir algodón para tu *fast fashion*. Pues lo mismo con la comunicación: o empezamos a responsabilizarnos de que esto es un problema de todo, o la fragmentación y la aceleración social de la comunicación es muy peligrosa. Porque no es un tema solo de las personas que toman una mala decisión de salud y deciden vacunarse, o que les estafan o que voten a una persona que les está engañando. Me parece muy probable, por la evidencia que tenemos, pensar que la desinformación es una de las razones por las que los Estados democráticos están en crisis, que están perdiendo confianza. Porque al final hay tanta información, y todos están compitiendo tanto para lograr tu [atención](#) que al final pierdes un poco la confianza en cualquiera. Lo que necesitamos es un nuevo compromiso social. Obviamente, la educación. Obviamente, el apoyo legislativo, pero también una responsabilidad que debe venir de dentro, como hemos hecho con otras grandes batallas, como la igualdad de género o contra el racismo. No es una solución que venga solo de enseñar en las escuelas, sino que todos tenemos que compartir la misión.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Ethic

Fecha de creación

2024/04/02