

Pensando como tóxica: manual para el fact-checking

Thinking as toxic: Brief manual for fact-checking

Simbaña, Paola

Paola Simbaña

pao.epsr@gmail.com

Universidad de Las Américas, Ecuador

#PerDebate

Universidad San Francisco de Quito, Ecuador

ISSN: 2588-0896

ISSN-e: 2697-3294

Periodicidad: Anual

vol. 6, núm. 1, 2021

torbe@usfq.edu.ec

Recepción: 28 Agosto 2022

Aprobación: 29 Octubre 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/848/8484956009/>DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v6i1.2819>

Resumen: La desinformación es un engaño. ¿Cómo podemos evitar ser una víctima más? Los periodistas no podemos solos contra tanta desinformación; todo usuario digital debe hacer su parte. La clave está en someter cada *post* —antes de compartirlo— a la minuciosa mirada de quien busca cazar un infiel. En este texto reflexivo se comparten algunas estrategias para verificar la originalidad y la transparencia de una información que circula en Internet o redes sociales. Aquí una guía para ser tóxicos en esa búsqueda y frenar la viralidad de la desinformación.

Palabras clave: desinformación, contrastación, *fact-checking*, información, manipulación.

Abstract: Misinformation is a hoax. How can we avoid being another victim? Journalists cannot alone against so much disinformation, every digital user must do their part. The key is to submit each post —before sharing it— to the meticulous gaze of someone looking to hunt down an infidel. In this reflective text, some strategies are divided to verify the originality and transparency of information that circulates on the internet and/or social networks. Here is a guide to be toxic in that search and stop the virality of misinformation.

Keywords: disinformation, verification, *fact-checking*, information, manipulation.

PENSANDO COMO TÓXICA: MANUAL PARA EL FACT-CHECKING

El otro día, mientras conversaba con mi editor, se me ocurrió que mi oficio —el de *fact-checker*— puede parecerse mucho a la obsesión de un novio o una novia tóxica, porque dudar de cada detalle es la clave del éxito. Como suelo decir: “piensa mal y acertarás”. Podría decirse que el *fact-checker* debe mirar todo con lupa; así que uno se convierte en detective y tiene que hurgar bolsillos, detectar perfumes ajenos, fijarse en actitudes extrañas y hasta en miradas culposas.

Yo, por ejemplo, tuve todas estas pistas y decidí revisar cada perfil de Facebook, cada video, cada publicación y cada hora de conexión. ¿Cuál fue el resultado de mi investigación? Terminé con una relación porque descubrí que estaba siendo engañada. Ahora, con el tiempo, me doy cuenta de que ese mismo proceso, el de ser casi una detective buscando información, es lo que me vuelve una *fact-checker*.

Ojo: no estoy haciendo apología a las tóxicas o los tóxicos, pero me pareció una forma muy lúdica de llevar su atención hacia lo que quiero decir. Esta comparación me parece muy razonable, porque cuando uno hace *fact-checking* se vuelve una mezcla de periodista, investigador privado, detective con lupa y persona que duda

de todo, no da nada por hecho y busca evidencias. Para ello, es necesario un arduo proceso de investigación, que nos ayuda a llegar al punto desde donde se origina la desinformación.

Verificar, investigar, contrastar, analizar datos, tener fuentes, realizar entrevistas y contextualizar la información son los mandamientos periodísticos; es decir, cuando los *fact-checkers* realizamos una verificación, volvemos a la base del oficio, pero lo hacemos mirando la información hasta el más mínimo detalle, para saber si los contenidos que circulan en redes sociales nos están mintiendo o no.

La importancia del *fact-checking* crece —en nuestros días— todos los días; porque los tentáculos de la desinformación se expanden rápidamente. No hay un solo tema que no haya sido tocado por la desinformación; esta práctica tan dañina abarca desde las protestas sociales, hasta las elecciones, pasando por covid-19, vacunas, viruela del mono o cualquier tema que sea de interés para la población.

La desinformación no es un fenómeno nuevo, se conoce que es una práctica tan antigua como la misma organización social. Sin embargo, lo que sí es nuevo es la forma en la que actúa, debido a que también las formas en que los seres humanos consumimos información y nos comunicamos han cambiado con el paso del tiempo.

La desinformación consiste en fabricar información falsa, deliberadamente y con el propósito de engañar y manipular a la población en etapas de toma de decisión, para causar caos o reforzar ideologías planteadas por los productores de este tipo de contenidos.

En su estudio ‘Medición del impacto de la información falsa, la desinformación y la propaganda en América Latina’, Global Americans (2021) analizó el origen de las campañas de desinformación internacionales en Latinoamérica y descubrió patrones y redes para comprender cómo se diseminan inconscientemente y conscientemente estos contenidos.

En esa investigación se descubrió que China, Rusia y otros actores antidemocráticos son activos en la difusión de información falsa o información errónea. Además, en México la desinformación proviene de usuarios locales que tienen un alto nivel de polarización.

En Colombia se analizaron 86.615 *posts* de Twitter publicados por nueve agencias nuevas, entre el 10 de septiembre de 2019 y el 30 de septiembre de 2020. Allí, se examinaron 1.464 perfiles para revisar sobre el proceso de desinformación, como la creación, la producción y la difusión de mensajes. Se encontró que 184 cuentas dispersaron publicaciones creadas por los medios de difusión chinos, incluidos presuntos cíborgs, que estaban localizados en Venezuela, Argentina, Colombia y Uruguay.

La desinformación se hace aún más visible en temas de efervescencia social (Ecuador Chequea, 2022), momentos de crisis o emergencia, como los que se ha vivido con la covid-19 o los paros nacionales en Ecuador. En estos momentos de incertidumbre, el ciudadano tiene mayor sed de información, por lo que en la búsqueda intenta satisfacer sus propios deseos. Así, el ciudadano empieza a replicar información, que no siempre es rigurosa y que puede contener datos erróneos o ser contenido engañoso. Así como la pólvora aviva el fuego, estos son los temas que avivan la llama de la desinformación y hacen que se expanda mucho más rápida y ampliamente.



IMAGEN 1

En junio de 2022, la desinformación aumentó exponencialmente durante el paro nacional. Incluso se decía que luego de los diálogos, Leonidas Iza, presidente de la Conaie, había llamado a Rafael Correa.

Crédito: Captura de pantalla

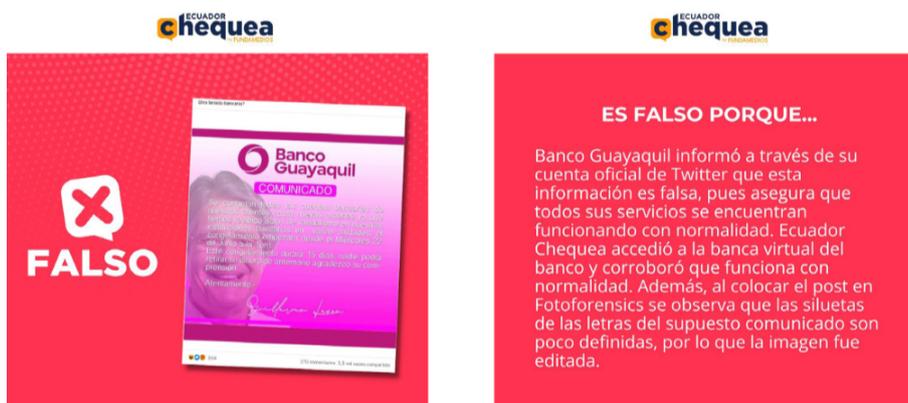


IMAGEN 2

Circulaban imágenes que suplantaban la identidad de las instituciones financieras para crear pánico en la población durante la conmoción del paro nacional

Crédito: Captura de pantalla

En 2020, las Naciones Unidas mencionaron que la población está expuesta a un exceso de información, que no siempre es rigurosa; por ello, hicieron una comparación sobre la pandemia ocasionada por la covid-19 y catalogaron a este exceso de información como infodemia.

El organismo recalca que “en un momento de grandes temores, incertidumbres e incógnitas, existe un terreno fértil para que las fabricaciones florezcan y crezcan. El gran riesgo es que cualquier falsedad que gane fuerza puede anular la importancia de un conjunto de hechos verdaderos”.

🚩🚩 Pfizer reconoce que la vacuna #Covid_19 nunca fue testada para frenar la transmisión del virus !!

Por qué hasta los fabricantes se vuelven negacionistas? 🤔

👉 Para qué sirvió el gulag pass?

Por qué España y USA siguen pidiéndolo ?

Y los bozales? 🤭👂

Grazie Antonio 👍



IMAGEN 3

Para lograr el objetivo de engañar a los usuarios digitales se crean falsos contenidos como el de las vacunas, para evitar que más personas se vacunen

Crédito: Captura de pantalla

La desinformación es un fenómeno complejo de identificar, pues con el tiempo se ha fortalecido y, para lograr su objetivo —que es el engaño—, utiliza información falsa con contextos reales, o contextos falsos con información veraz, para confundir a los usuarios digitales. Con esta estrategia, los productores de contenidos engañosos buscan manipular a los consumidores de información.

Ante toda esta realidad, se ha posicionado el *fact-checking* como un método de combate a la desinformación. Pero, ¿qué es el *fact-checking* o verificación? Este proceso se encarga de verificar, contrastar y contextualizar los contenidos engañosos que circulan en Internet. Y es precisamente en este proceso en el que dejo salir a la tóxica que llevo dentro —seguimos hablando de una metáfora—, pues la verificación de contenidos no funciona como una varita mágica, ni existe, hasta el momento, una herramienta que nos diga cuándo el contenido que consumimos es falso o cierto.

La verificación es ejecutada por periodistas que, como yo, buscamos contrarrestar la desinformación, o llegar a encontrar información sobre la sospecha que tenemos y así saber si estamos frente a contenidos falsos o ciertos. Aunque los *fact-checkers* sumamos todos nuestros esfuerzos para presentar información veraz, esto no es suficiente. Es necesario que la población se vuelva tóxica y dude de todo contenido, que lo verifique también.

Los periodistas no podemos luchar solos contra la desinformación, ya que los contenidos verificados no logran viralizarse con la misma facilidad con la que lo hacen los engañosos que circulan en redes sociales. La importancia del *fact-checking*, sin embargo, radica en que ayuda a combatir estos contenidos y evitar la desinformación.

¿CÓMO PODEMOS COMBATIR A LA DESINFORMACIÓN?

Mi recomendación es volvernos tóxicos ante la mínima sospecha, para saber si estamos siendo o no engañados por un *post*. Hay algunos consejos que podemos seguir:

- Primero, es necesario reflexionar si esa publicación podría tener un interés detrás, si pretende engañarnos.
- Hay que investigar la fuente de la información, reflexionar si conocemos la web o la página donde se ha publicado el contenido y, ligado a ello, preguntarnos quién es el autor de dicha información. Un contenido sin firmar puede levantar nuestras sospechas acerca de que podemos estar frente a un contenido engañoso.
- Además, es importante fijarnos en la fecha de publicación original, pues la desinformación actúa para confundir a los consumidores y presenta información descontextualizada. Es indispensable que dudemos de afirmaciones poco creíbles y, al revisar información, analicemos qué tan confiables son los datos que utiliza. La información no se debe compartir solo porque es viral, y es necesario distinguir las páginas de humor, para no aceptar cualquier cosa como cierta.
- A la hora de consumir información, es recomendable informarse por medios de comunicación y periodistas en los que confiemos.
- Y, finalmente, los pasos fundamentales son: dudar de todo el contenido que está en Internet o en redes sociales, no compartir solo porque es viral, y antes de compartir, siempre verificar.

Por eso, antes de compartir un *post*, hagan las mismas preguntas que su tóxica o su tóxico les harían: ¿Me estás mintiendo? ¿Dónde están las pruebas? ¿Y si descubro que es mentira? Al final, esa mirada puede ser la diferencia entre saber la verdad o seguir engañados.

REFERENCIAS

- Global Americans. (2021). Medición del impacto de la información falsa, la desinformación y la propaganda en América Latina: Identificación de fuentes, patrones y redes que propongan las campañas de desinformación extranjeras. *Smart News & Research for Latin America's Changemakers*. <https://bit.ly/3UHrlrv>
- Naciones Unidas. (2020, 16 de abril). Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus. *Noticias ONU Mirada global Historias humanas*. <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>
- Simbaña Ramos, P. (2022, 20 de julio). La desinformación también fue protagonista del paro. *Ecuador Chequea*. <https://bit.ly/3LQHxm0>