

Verdades y mentiras en los tiempos de la (des)información



Colección
Bicentenario

Bolivia 1825
2025



María Silvia Trigo / Laura Zommer / David Hidalgo / Erika Astudillo /
Pablo Rivero / Carolina Méndez / Pablo Peralta / Jesús Vargas /
Ramón Grimalt / Juan Carlos Salazar / Isabel Mercado
Renán Estenssoro (Compilador)

María Silvia Trigo / Laura Zommer / David Hidalgo /
Erika Astudillo / Pablo Rivero / Carolina Méndez /
Pablo Peralta / Jesús Vargas / Ramón Grimalt /
Juan Carlos Salazar / Isabel Mercado
Renán Estenssoro (Compilador)

Verdades y mentiras en los tiempos de la **(des)**información

© 2022 Konrad Adenauer Stiftung e.V.

Presentación

Dra Christina Stolte

Representante en Bolivia

Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Dr. Iván Velásquez Castellanos Ph. D.

Coordinador del Programa de la KAS en Bolivia

Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Introducción

Carla Tejerina de Cabezas

Presidenta de Directorio

Fundación para el Periodismo

Prólogo

Renán Estenssoro Valdez

Director Ejecutivo

Fundación para el Periodismo

Compilación

Renán Estenssoro Valdez

Cuidado de edición

Dayana N. Cárdenas Carranza

Ilustraciones

Abel Bellido Córdova (ABECOR)

Diseño y diagramación

Arturo Rosales Arce

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Klingelhöferstraße 23

10785 Berlin

Tel: +49 30 26996 – 0

Fax: +49 30 26996 – 3217

E-Mail: zentrale@kas.de

Depósito Legal: 4-1-1528-2022

ISBN: 978-9917-9933-8-4

Impreso en La Paz-Bolivia



Autores

María Silvia Trigo Moscoso

Laura Irene Zommer

Luis David Hidalgo Vega

Erika Lorena Astudillo Fierro

Pablo Andrés Rivero Morales

Carolina Méndez Valencia

Pablo César Peralta Miranda

Jesús Ramiro Vargas Villena

Ramón Grimalt Oblitas

Juan Carlos Salazar del Barrio

Isabel Mercado Heredia

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Av. Sánchez Bustamante N° 509

(entre calles 11 y 12 de Calacoto)

Tel: (+591-2) 2125577 y (+591-2) 2775254

email: info.bolivia@kas.de

www.kas.de/bolivien

La Paz-Bolivia

Fundación para el Periodismo

Calle Miguel de Cervantes 2770. Sopocachi

Tel: (+591-2) 2414687

email: info@fundacionperiodismo.org

www.fundacionperiodismo.org

La Paz-Bolivia

Esta publicación se distribuye sin fines de lucro, en el marco de la cooperación internacional de la Fundación Konrad Adenauer (KAS). Los textos que se publican a continuación son de exclusiva responsabilidad de los autores y no expresan necesariamente el pensamiento de los editores, de la Fundación Konrad Adenauer (KAS) o de la Fundación para el Periodismo. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido con la inclusión de la fuente.

Disclaimer (Descargo de responsabilidad)

El libro tiene fotografías, capturas de pantalla e ilustraciones cuyas fuentes fueron debidamente citadas por los autores. Se hizo el esfuerzo de verificar los derechos de propiedad para no tener conflicto alguno y garantizar el permiso necesario para reproducirlas de forma ilustrativa. Pedimos disculpas en el caso de que alguna explicación o aclaración se haya consignado de forma incorrecta o imprecisa.

Índice

| | |
|--------------|----|
| PRESENTACIÓN | 5 |
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| PRÓLOGO | 11 |

POLÍTICA Y ELECCIONES

| | |
|--|----|
| MARIA SILVIA TRIGO Mentiras y medias verdades: gasolina al fuego de la polarización | 20 |
| LAURA ZOMMER Apuntes para entender y contrarrestar la desinformación electoral | 36 |
| DAVID HIDALGO Perú 2021: El año que vivimos en peligro | 48 |
| ERIKA ASTUDILLO Chequeando la desinformación en tiempos electorales, la experiencia ecuatoriana | 58 |
| PABLO ANDRÉS RIVERO Confeccionando la verdad a medida: desinformación y disonancia cognitiva en la erosión democrática | 72 |

TEORÍAS DE LA CONSPIRACIÓN Y PANDEMIA

| | |
|--|-----|
| CAROLINA MÉNDEZ Surfear la desinformación sanitaria en el mar de dióxido de cloro | 88 |
| PABLO PERALTA Vacunación anti Covid-19 y fake news en Bolivia | 96 |
| JESÚS VARGAS Bolivia Verifica: La vacuna contra la pandemia de la desinformación | 106 |

LOS ANTÍDOTOS: PERIODISMO Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

| | |
|---|-----|
| RAMÓN GRIMALT “BULO-CRACIA” Las falsas noticias entre la política y la pandemia en Bolivia | 126 |
| JUAN CARLOS SALAZAR Posverdad, libertad de prensa y democracia | 140 |
| ISABEL MERCADO Alfabetización mediática e informacional para consumir información en la sociedad de la desinformación | 150 |

Presentación

En un mundo global e interconectado, las redes sociales han tenido un exponencial crecimiento durante las dos últimas décadas. También han evolucionado con rapidez, sus formatos y contenidos. Asociado a esta transformación de la información, han avanzado progresivamente: datos, mensajes e información inexacta, engañosa e incluso falsa, desacertada y equívoca.

Su grado de evolución, pero además la velocidad de divulgación, junto con la creciente producción y difusión de contenido, de acceso abierto de las redes sociales y sus formatos, aumenta el daño potencial por el impacto que representa en determinados públicos y sociedad en su conjunto. Extensa evidencia empírica ha demostrado que la propagación de la desinformación es más cualitativa y cuantitativamente más rápida y tiene mayor alcance que la información precisa y veraz.

El perjuicio que causa la desinformación en la sociedad es marcadamente importante, incluye desde la interferencia política, por ejemplo, en procesos electorales, hasta la difamación y deterioro de imagen de las personas, instituciones y marcas corporativas. En definitiva, la repercusión general es la erosión y el deterioro de la confianza en personas, instituciones, y en la sociedad en su conjunto.

La desinformación, por lo general, tiene el objetivo de desestabilización, pone en riesgo los valores e instituciones democráticos, y erosiona la institucionalidad y el Estado de Derecho, a partir de conceptos como: Posverdad, Fake News y la manipulación de las redes sociales.

Khan, Irene (2021¹) destaca que la desinformación data de hace más de 2.000 años, menciona que: Octaviano organizó una despiadada campaña de

1 Khan, Irene. (2021). La desinformación y la libertad de opinión y de expresión. Informe de la Relatora Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión. Consejo de Derechos Humanos 47º período de sesiones. 21 de junio a 9 de julio de 2021. Naciones Unidas.

desinformación para destruir a su rival Marco Antonio y convertirse en el primer emperador romano, César Augusto. Desde aquellos lejanos tiempos, la información ha sido inventada y manipulada con objeto de ganar guerras, promover ambiciones políticas, vengar agravios, perjudicar a los vulnerables y obtener lucro económico (Khan, Irene, 2021).

Olmo y Romero, Julia A. (2019²) enfatiza que la desinformación es: “La difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar”. Interpreta que no se refiere a filosofía; sino que se refiere a obtener ventajas políticas, de minar los valores democráticos, de extender una nueva narrativa para, en definitiva, cambiar nuestra realidad. Y también de una forma nueva, barata y eficaz de injerencia, como puso sobre la mesa la posible interferencia rusa en las elecciones estadounidenses de 2016, el referéndum del Brexit, los procesos electorales de Francia y Alemania o lo ocurrido en Cataluña (Olmo y Romero, Julia A., 2019).

La desinformación para Khan, Irene (2021) no es un fenómeno nuevo. Menciona. “Lo que sí es nuevo es la manera en que la tecnología digital ha hecho posible que diversos actores creen, difundan y amplifiquen información falsa o manipulada por motivos políticos, ideológicos o comerciales a una escala, a una velocidad y con un alcance sin precedentes. Al interactuar con agravios políticos, sociales y económicos del mundo real, la desinformación en línea puede tener graves consecuencias para la democracia y los derechos humanos, como ha quedado demostrado en elecciones recientes, en la respuesta a la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) y en los ataques cometidos contra grupos minoritarios. La desinformación es políticamente polarizante, impide que las personas ejerzan verdaderamente sus derechos humanos y destruye su confianza en los Gobiernos e instituciones”.

Renán Estenssoro (Compilador) nos presenta esta publicación titulada: “Verdades y mentiras en los tiempos de la desinformación”. Metodológicamente, el libro está dividido en tres temáticas, en estructura, contiene los ensayos de diez periodistas y un politólogo que analizan, desde su experiencia en los medios y/o en las verificadoras, el comportamiento de la desinformación y su impacto en cuatro países latinoamericanos: Argentina, Bolivia, Ecuador y Perú. La reflexión se realiza desde tres diferentes puntos de vista. El primero da cuenta de los bulos que se generaron sobre la política y las elecciones celebradas entre el 2019 y el 2021 en los cuatro casos de estudio; el segundo sobre las teorías de la conspiración y los movimientos anti vacunas

2 Olmo y Romero, Julia Alicia. (2019). Desinformación: concepto y perspectivas. Embajadora en Misión Especial para las Amenazas Híbridas y la Ciberseguridad. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Real Instituto Elcano. ARI 41/2019. 9 de abril de 2019.

que aparecieron como consecuencia de la pandemia del Covid-19 y, el tercero, sobre la necesaria utilización del periodismo y la alfabetización mediática e informacional como herramientas para luchar contra este fenómeno.

Para la Oficina Bolivia de la Fundación Konrad Adenauer (KAS) la temática de esta publicación forma parte de su trabajo a nivel internacional, toda vez que la desinformación se trata de un problema de derechos humanos, limitaciones a la libertad de expresión, agravado por un desorden informativo. Existe la noción, cada vez más evidente, que la desinformación tiende a prosperar allí donde los derechos humanos son limitados, donde el régimen de información pública no es sólido y donde el nivel de calidad, diversidad e independencia de los medios de comunicación es bajo. A la inversa, allí donde se protege la libertad de opinión y de expresión, la sociedad civil, los periodistas y otras personas son capaces de cuestionar las falacias y presentar otros puntos de vista. Es por ello que los derechos humanos internacionales constituyen un marco robusto y apropiado para luchar contra la desinformación (Khan, Irene, 2021).

Finalmente, deseamos agradecer a la Fundación para el Periodismo (FPP) y los aportes de los autores que contribuyeron a la misma: María Silvia Trigo, Laura Zommer, David Hidalgo, Erika Astudillo E., Pablo Andrés Rivero, Carolina Méndez Valencia, Pablo Peralta, Jesús Vargas Villena, Ramón Grimalt, Juan Carlos Salazar Del Barrio, Isabel Mercado y Renán Estenssoro (Compilador). Deseamos que esta contribución sirva para el debate y el entendimiento de esta temática de importante actualidad.

Nuestra Señora de La Paz, 31 de marzo de 2022

Dra. Christina Stolte
Representante en Bolivia
Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Dr. Iván Velásquez-Castellanos Ph.D.
Coordinador del Programa de la KAS en Bolivia
Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Introducción

El impacto de la desinformación y la escalada de protagonismo de las redes sociales en los últimos tiempos deja una huella profunda en el rol de los medios tradicionales de comunicación y el trabajo de los periodistas.

En tiempos de pandemia, la infodemia, que se transmite a través de noticias poco confiables, dudosas o falsas, se ha convertido en un mal cuya vacuna aun está en fase experimental dejando en manos de quienes trabajamos en el mundo de la capacitación de periodistas y la verificación de datos, la responsabilidad de poder dotar a la ciudadanía de herramientas para detectar noticias falsas y despejar dudas a través de información veraz.

La Fundación para el Periodismo lanzó en ese contexto el año 2019 “Bolivia Verifica”, un medio digital que, a través de la verificación de noticias y el discurso público, ha conseguido combatir la desinformación y mejorar la participación democrática; asimismo, promueve una discusión colectiva sobre la era de la comunicación que se inicia con la irrupción de las tecnologías digitales y sus relaciones con las crisis que experimentan los medios de comunicación tradicionales.

“Verdades y mentiras en la era de la desinformación” nos brinda, a través de la mirada de especialistas, un análisis de la problemática y su impacto en sociedades latinoamericanas; nos conduce a una reflexión sobre temas cruciales como las falsas noticias en época de pandemia, que pusieron en riesgo un sinnúmero de vidas como se relata en el testimonio de Carolina Méndez titulado: “Surfear en un mar de dióxido de cloro”; nos cuestiona sobre el desorden del ecosistema informativo y la urgencia de estrategias para contrarrestar el debate público y la deliberación democrática; nos contextualiza sobre la confección de la verdad a medida y la mentira como un viejo recurso de poder; nos conduce a indagar sobre la posverdad y libertad de prensa; y, entre otros, nos lleva a revalorizar la alfabetización mediática e informacional en la sociedad de la desinformación.

Este libro se convierte en una lectura necesaria, no solo para quienes tienen la misión de salvaguardar la generación de contenidos veraces y precautelar

la verificación de la vorágine informativa digital; sino, para quienes alimentan su perspectiva de la realidad y valores sociales y democráticos a través de plataformas digitales, conscientes de los riesgos que conlleva exponerse a las falsas noticias y la desinformación.

El desafío del mañana está en cada uno de nosotros: se trata de poder ver más allá de las opiniones de nuestro entorno digital, los medios de comunicación que consumimos; conversar con quienes pudieran tener perspectivas distintas; y, nunca olvidar la responsabilidad que se tiene como individuo y generador de información.

Carla Tejerina
Presidenta de Directorio
Fundación Para El Periodismo

Prólogo

¿Dijiste media verdad?
Dirán que mientes dos veces
si dices la otra mitad.

Antonio Machado

“Me pasan para hacer un bolito.... un bolito con bicarbonato para no agarrar el coronavirus. Aunque ya sabemos que el coronavirus en el mundo es una gran estafa (...) iyo Pascual no se vacuna!”, dice frente a la cámara Pascual Mamani mientras introduce varias hojas de coca en su boca. Mamani asegura que es periodista aunque, además de las transmisiones vía Facebook que realiza cotidianamente, también trabaja como micrero en Santa Cruz. Una de las páginas que ha creado para transmitir sus mensajes es “El Informante”. Lo siguen cientos de personas que diariamente escuchan su básico pero efectivo discurso antivacunas. Como Pascual, hay miles de desinformantes -en Bolivia y en el mundo entero- que regularmente difunden bulos por redes sociales y medios tradicionales. Todos tienen algo en común: mienten y generan miedo. ¿Por qué lo hacen?, ¿qué intereses persiguen? No es válida una generalización, aunque se puede asegurar que por detrás se mueven intereses económicos, políticos y religiosos. No obstante, existen desinformantes que admiten que difunden “noticias falsas” por diversión.

En todo caso, existe una industria que genera miles de bulos diariamente que invaden las redes sociales con la intención de captar la atención de millones de personas alrededor del mundo. Es la era de la “posverdad”, de las “verdades alternativas” y de la supremacía de las emociones sobre la razón. Ganar la

batalla contra la desinformación es prácticamente imposible, no solo por la cantidad de mensajes falsos que se difunden sino también por el hecho de que la gente los recibe y cree en ellos si coinciden con sus creencias y emociones. Las denominadas “granjas de trolls” son, para llamarlas de algún modo, “transnacionales” en las que decenas de personas crean cuentas ficticias en el Facebook, Twitter e Instagram para difundir contenidos falsos. En esta tarea, no existe ningún tipo de frontera, el internet las borró, incluyendo a las idiomáticas. Es por ello que desde cualquier lugar del mundo pueden hacer circular contenidos en Bolivia o en otro país. Sólo se precisa de una computadora o dispositivo móvil y una conexión a internet.

Cuando se habla de la “posverdad”, necesariamente se debe revisar lo que se entiende por verdad. Desde hace casi tres mil años, la humanidad estudia y debate el significado y la definición de verdad. Las sociedades, especialmente las occidentales, han construido sobre la misma un sistema de valores que dicta normas de conducta. Las virtudes, por ejemplo, tan importantes en esta cultura, tienen su correlato con la honestidad y la verdad. Aristóteles señalaba que “decir de lo que es que no es, o de lo que no es que es, es lo falso; decir de lo que es que es, y de lo que no es que no es, es lo verdadero” lo que, de alguna manera, determina el carácter definitivo y unívoco de “lo que es” o bien de la verdad. Sin embargo, alrededor de dos mil quinientos años después, Karl Popper, aseguró que la verdad es una invención, que es provisional y que dura o tiene vigencia hasta la aparición de una nueva.

Un maestro de la ética periodística, Javier Darío Restrepo, señalaba que no existen verdades absolutas salvo las que propugnan los fanáticos y/o los radicales - religiosos o políticos - para quienes no existen tonos intermedios. En el periodismo se asegura que el objetivo del oficio es encontrar la verdad y que para ello es una obligación acudir a todas las fuentes posibles para conocer “su verdad”. Es decir, se acepta la existencia de varias verdades en torno a un sólo hecho.

Esta posición coincide con los estudios de la neurociencia sobre la percepción que señalan que cada quien ve, conoce e interpreta la realidad de acuerdo a su historia, cultura, experiencias previas y, especialmente, a las emociones que le embargan en ese momento. En “Sobre Verdad y Mentira en Sentido Extramoral” Frederich Nietzsche escribía que las “verdades son ilusiones que han olvidado que lo son”.

Para el caso que nos ocupa, para que algo adquiriera la categoría de verdad tiene que tener una correspondencia con los hechos o con la realidad y ello debe ser demostrable. Esto quiere decir que no basta un testimonio

ni diferentes puntos de vista para otorgar la categoría de verdad. El blog “Significados” hace una definición clara y directa de la verdad: “La verdad es la correspondencia entre lo que pensamos o sabemos con la realidad... En este sentido, la verdad supone la concordancia entre aquello que afirmamos con lo que se sabe, se siente o se piensa. De allí que el concepto de verdad también abarque valores como la honestidad, la sinceridad y la franqueza. (<https://conceptodefinicion.de/verdad/>).

En la década pasada, dos hechos llamaron la atención sobre el nuevo rumbo que tomaba el mundo al influjo de la comunicación a través de las redes sociales: Inglaterra decidió abandonar la Unión Europea en lo que se denominó el “Brexit” y Donald Trump llegó a la presidencia de los Estados Unidos. Se asegura que, en ambos casos, se manipuló la opinión pública exaltando los ánimos nacionalistas y, en algunos casos, xenófobos, a través de las redes sociales. Una vez en la presidencia, Trump, en una de sus frecuentes confrontaciones con la prensa, creó un término que, a pesar de su contradicción semántica, se ha popularizado y es utilizado y aceptado en el mundo entero: las “fake news”.

Este libro trata acerca de las mismas o de lo que, en el correcto uso del lenguaje, se denomina la desinformación. En otras palabras, sobre lo que es verdad y falso en el mundo del periodismo y la comunicación. El medio “Bolivia Verifica” inició sus actividades en junio del 2019 con el propósito de combatir los bulos que, en ese entonces, se preveía colmarían las redes sociales como parte de las campañas electorales de los comicios de ese año. Y así sucedió. La utilización del Facebook, Twitter e Instagram para la difusión de contenidos reemplazó, en cierta medida, a los medios masivos. Gran parte de la confrontación de ideas, que en otros tiempos se libraba en un set de televisión o en un auditorio, se desarrolló de manera virtual. Pasadas las elecciones, la desinformación adquirió dimensiones alarmantes cuando casi la totalidad de los medios decidieron paralizar actividades ante la creciente amenaza que sufrían sus periodistas e instalaciones.

“Verdades y mentiras en los tiempos de la desinformación” contiene los ensayos de diez periodistas y un politólogo que analizan, desde su experiencia en los medios y/o en las verificadoras, el comportamiento de la desinformación y su impacto en cuatro países latinoamericanos. La reflexión se realiza desde tres diferentes puntos de vista. El primero da cuenta de los bulos que se generaron sobre la política y las elecciones celebradas entre el 2019 y el 2021 en Argentina, Bolivia, Ecuador y Perú; el segundo sobre las teorías de la conspiración y los movimientos antivacunas que aparecieron como consecuencia de la pandemia del covid - 19 y, el tercero, sobre la necesaria

utilización del periodismo y la alfabetización mediática e informacional como herramientas para luchar contra este fenómeno.

En Sudamérica, en los últimos dos años se celebraron comicios en Ecuador, Perú, Argentina y Bolivia, países en los que, como no podía ser de otra manera, gran parte de las campañas y del debate político se desarrolló a través de las redes sociales. Las otrora grandes concentraciones de simpatizantes que daban cuenta del poderío electoral de los candidatos son cosa del pasado. Las estrategias comunicacionales y políticas en esta complicada, insegura e incierta era de la “posverdad” incluyen la generación de bulos y la utilización de la mentira. Los textos de Laura Zommer de Chequeado de Argentina, David Hidalgo de Ojo Público del Perú, María Silvia Trigo, ex editora de Bolivia Verifica y de Erika Astudillo de Ecuador Check reflejan la realidad de la política latinoamericana y son un llamado de atención sobre el rumbo que toman las democracias latinoamericanas.

Zommer detalla los diez tipos de desinformación que primaron en las elecciones latinoamericanas y señala, como introducción al análisis que realiza sobre la realidad de las democracias latinoamericanas, que “ ... la desinformación es un fenómeno con el que debemos aprender a convivir y, ojalá, a lidiar mejor. Es parte del desorden del ecosistema informativo y desarrollar estrategias efectivas para contrarrestarlo es vital para cuidar la calidad del debate público y la deliberación democrática”.

En Bolivia, pasadas las elecciones presidenciales de noviembre del 2020, una intensa campaña en redes sociales intentó fijar la idea de un nuevo fraude electoral. Cientos de mensajes que circulaban en las redes sociales sembraban desconfianza en torno a la transparencia de los comicios. “Bolivia Verifica” los analizó y los contrastó con las conclusiones del OEP y los informes de los observadores internacionales, entre ellos, el de la Organización de los Estados Americanos. La mayoría de los contenidos tergiversaban los datos o bien acusaban de parcialidad a los miembros del órgano electoral. A pesar de las aclaraciones, la campaña cumplió, en parte, su objetivo: sembró la duda. “El hecho de que la opinión pública se base más en creencias, prejuicios y apelaciones emocionales, y menos en elementos objetivos e información fidedigna, es lo que la academia denomina como posverdad y los contenidos falsos la alimentan. El precio que pagamos como sociedad es alto: deteriora la calidad deliberación pública y pone en riesgo la democracia y la paz”, dice María Silvia Trigo.

Sin duda, las democracias occidentales precisan, con urgencia, de la reconfiguración del espacio de deliberación pública que constituirían los medios

de comunicación. El masivo intercambio de bulos entre opositores y oficialistas no hace más que debilitar las ya golpeadas democracias latinoamericanas. Pablo Andrés Rivero, politólogo especializado en comunicación digital, asegura que “... urge que el periodismo -sea a través de la reinención del actual ecosistema de medios o el surgimiento de nuevos- retome su rol de ancla en la mediación noticiosa, desafiando la imperante declaración con la evidencia, el rigor y el contraste, la búsqueda panorámica de los hechos y la ética”.

La pandemia del covid-19 y las vacunas se constituyeron en materias primas ideales para la generación y difusión de bulos. Bolivia Verifica detectó la utilización de imágenes y textos en piezas que, con diferentes matices, se difundieron casi de manera simultánea en varios países latinoamericanos. Tomemos como ejemplo las teorías conspirativas que hablan del hombre lobo y de la introducción de un chip “5 G” a través de las vacunas. Ambas ficciones tienen su correlato en otros países de la región e incluso de otros continentes. Lo alarmante de ambos casos es su impacto. La primera logró que una población rural potosina rechace la vacuna mientras que la segunda fue respaldada por autoridades de municipios y periodistas. “Antes de que se confirme el primer caso de coronavirus en el país, ya circulaba desinformación sobre la enfermedad o sobre curas milagrosas para darle fin. Por ejemplo, el 4 de febrero de 2020 –un mes antes del primer caso- Bolivia Verifica desmintió que haya una vacuna contra el virus pues se señalaba que un supuesto médico chino descubrió un “fármaco milagroso” asegura Carolina Méndez, editora de Bolivia Verifica.

Si bien es cierto que con una mejor formación, las personas tienen más recursos para enfrentar los bulos, también lo es que muchos de los integrantes de los movimientos antivacunas o bien de la gente que promueve el uso profiláctico del dióxido de cloro tiene acceso a la información y ostenta grados académicos. ¿Cómo puede explicarse que varios médicos, en el país y fuera del mismo, rechacen las vacunas? En ese bando figuran todo tipo de profesionales. El resultado es que, al momento de escribir este prólogo, varios centros de vacunación están vacíos tras la decisión del gobierno de suspender la obligatoriedad de presentar el certificado de vacunas. “Las fake news son producto de un tiempo que ha venido en denominarse posverdad y que tiene unos efectos perversos en el desarrollo de las democracias”, señala el periodista Pablo Peralta.

En la tercera parte de este libro se analizan las alternativas que tienen las democracias liberales para combatir este mal. Ramón Grimalt retrocede en el tiempo para recordar las instrucciones que un ahora lejano día le impartió un cronista sin parangón en el periodismo boliviano: Lorenzo Carri. Grimalt

hace énfasis en aquella máxima del periodismo que señala que hay que probar que lo que se afirma tenga correspondencia con la realidad. “Llegados a este punto y dejando por sentado que no seré yo quien pretenda dar lecciones de periodismo a nadie, considero que quien se dedica a este oficio debe siempre tener en cuenta que no existe un “aparato detector” de falsas noticias que nos ahorre cualquier esfuerzo. La clave de este asunto reside en dos factores: dudar y comprobar”, señala.

Más adelante, Juan Carlos Salazar, ex director de Página Siete y actual director de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica, en “Posverdad, libertad de prensa y democracia” dice que la práctica del buen periodismo es el mejor antídoto para la desinformación. “Los periodistas hemos abandonado la verificación de datos, el “fact checking”, víctimas, precisamente, de la “dictadura del clic”. Y la verificación es la primera herramienta para combatir las “fake news””, asegura.

El libro culmina con el análisis de Isabel Mercado en torno al rol que debe desarrollar la educación en este nuevo mundo creado por la (des)información. “Alfabetizarnos contra la desinformación, alentar el pensamiento crítico, abrirnos a las opiniones diferentes parece ser la mejor recomendación para enfrentarnos al cambio y la perplejidad; y sobre todo, para convivir con nuestras diferencias”, escribe.

Hace tres siglos, Kant en “El saber filosófico” formuló cuatro preguntas fundamentales de la existencia que, tengo la certeza, continúan vigentes. Las tres primeras son qué podemos conocer, qué podemos hacer y qué podemos esperar si hacemos lo que debemos. En torno a la primera interrogante, la humanidad ha caído en cuenta que mientras más sabe, sabe que menos sabe. Sobre la segunda, quiero hacer referencia a la estrategia que, desde el 2014, implementa la Fundación para el Periodismo. Esta se sostiene sobre tres pilares:

- 1) La construcción de mejores sistemas educativos en los que la alfabetización mediática enfocada a la lucha contra la desinformación es central. Si bien la institución ha desarrollado un amplio plan de capacitación de docentes de lenguaje en alfabetización mediática e informacional, aún resta mucho por hacer. Uno de los pendientes es la introducción de una materia específica en la currícula escolar y en los programas universitarios.
- 2) El fortalecimiento de los medios tradicionales y digitales para que la gente se informe a través de los mismos y no por medio de las

redes sociales. La marca en los medios no sólo hace referencia al nombre, sino también a aspectos como la credibilidad, seriedad y calidad informativa.

- 3) El fortalecimiento de las verificadoras de información. Si bien la batalla contra la desinformación no podrá ganarse, los efectos de los bulos pueden atenuarse con verificadoras responsables que analicen los contenidos con propiedad e imparcialidad.

¿Qué podemos esperar si hacemos lo que debemos? Pienso que posiblemente las nuevas generaciones de bachilleres y universitarios tendrán una actitud más crítica, responsable y cauta frente a las redes sociales. También creo que con medios más fuertes, ganan la institucionalidad, la pluralidad y la democracia. Y por último, en esta era denominada de la posverdad, las verificadoras son necesarias no sólo porque prestan un servicio a la sociedad, sino porque representan una respuesta clara, objetiva y precisa al engaño, la mentira y el fraude. Y es que los sistemas de valores que las sociedades democráticas han construido a lo largo de siglos constituyen la mejor manera de convivir en paz y de edificar un mejor futuro. Es nuestra responsabilidad apoyarlos en el hogar, la escuela y el trabajo.

J. Renán Estenssoro V.
Director Ejecutivo
Fundación para el Periodismo

Nuestra Señora de La Paz, 31 de marzo de 2022

Política y elecciones



ADECOR
2-21



María Silvia Trigo

Periodista con formación en investigación y fact-checking. Actualmente es stringer de The New York Times en Bolivia. Ha sido editora general de la página web del periódico El Deber y editora en jefe de Bolivia Verifica. Es docente de la Fundación Para el Periodismo y trainer de la Deutsche Welle Akademie.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

María Silva Trigo: *En una era en la que el relato parece importar más que los hechos, conocer la verdad de los acontecimientos públicos es esencial para el funcionamiento de la democracia. Solo así se puede tomar decisiones de forma consciente, informada y en libertad.*

Mentiras y medias verdades: gasolina al fuego de la polarización

Afirmar que Bolivia es un país polarizado es un concepto común en el debate público de los últimos años, sin embargo hay pocos estudios que analicen el fenómeno en base a evidencia. Este ensayo recoge datos de investigaciones, explora características de la polarización política y las analiza en función a contenidos falsos que circularon en el último año, no solo en publicaciones virales en redes sociales o aparentando ser noticias de medios tradicionales, sino también desde el discurso público.

La polarización se define como la existencia de dos opiniones extremas y opuestas sobre un mismo tema que al no encontrar acuerdos, puede rebasar las vías institucionales, generar conflicto, dificultar la gobernabilidad y poner en riesgo la democracia.

La academia distingue la polarización a partir de dos clivajes: político y social. Algunos estudios permiten concluir que en Bolivia existe polarización a nivel de las élites políticas y que éstas arrastran bases partidarias como estrategia de poder, exacerbando diferencias socioculturales.

En un artículo que analiza los resultados del Barómetro de las Américas¹, relevados durante la última gestión de Evo Morales, Daniela Osorio (2019)²

1 El Barómetro de las Américas es una encuesta que se realiza cada dos años a diferentes países sobre valores y comportamientos democráticos en el continente americano.

2 Osorio Michel, Daniela. (2019). Polarización en Democracia. En Vivian Schwarz (Ed.), Cultura política de la democracia en Bolivia. 20 años. CIUDADANIA.

explica que si bien hay consenso en favor de la democracia como la mejor forma de gobernar, los niveles más altos de polarización se registran en el plano ideológico (medido en función al rol del Estado como eje productor de la economía) y de aprobación del gobierno.

La pugna por la instalación de dos agendas políticas en la primera década del siglo XXI, el resultado del referendo del 21 de febrero de 2016 y los conflictos derivados de la crisis política de noviembre de 2019, cuando el país terminó fragmentado en dos bloques: masismo y antimasismo (Arequipa, 2020)³; son algunos hechos que ponen en manifiesto la brecha política a la que hacen referencia estos datos.

La crisis política de 2019 es la fractura más reciente en Bolivia. Ha radicalizado las posiciones de dos grupos que a priori son opuestos en cuanto a valores, creencias e ideología y ha dado pie al surgimiento de nuevos discursos polarizadores que extreman opiniones y eliminan del debate público los puntos intermedios.

En un escenario de polarización se observan al menos seis características: una lectura dicotómica del quehacer político, incitación a la confrontación entre bandos, la difusión de estereotipos negativos sobre el otro grupo, el surgimiento de discursos identitarios, el deterioro de la percepción de la realidad y el aislamiento cognitivo de quienes habitan en los polos.

Dicotomía. Se percibe la realidad en base a los dos extremos de la polarización, excluyendo los niveles intermedios de opinión, pese a que probablemente sean mayoría porque la división política, a diferencia de la social, suele ser fluctuante.

En el contexto boliviano existen ejemplos sobre la división discursiva en el ámbito político. Uno de ellos es el que recurre a los términos “masista” y “pitita” (invisibiliza otras opciones y que conlleva una serie de valores para cada definición) o “fraude” y “golpe” (que pese a que no son excluyentes, quienes militan en una de las dos teorías no admiten argumentos a favor de la otra. La discusión no es “sucesión o golpe” o “fraude o legitimidad”, sino dos ideas que no son contrarias y que polarizan la discusión más allá de las palabras: representan una lectura de lo que pasó en noviembre de 2019).

Discursos de confrontación. Incitaciones a la discriminación, la hostilidad y la violencia son frecuentes en la polarización y representan una amenaza para la estabilidad social y la paz. Al margen de que ciudadanos y actores políticos difundan ideas de este tipo, chequeos realizados por Bolivia Verifica demuestran que en el último año circularon publicaciones sobre

3 Arequipa, M. (2020) Polarización a la boliviana. En Polarización y conflicto. Midiendo los riesgos de la violencia.

agresiones que no ocurrieron y que fueron atribuidas a simpatizantes de uno de los dos extremos políticos.

Promueve estereotipos negativos y estigmatiza al opuesto. Ante la falta de diálogo, la visión de cómo es el otro se va alimentando de prejuicios. Se suele creer que el opuesto es hostil y agresivo, apelando a menudo a un lenguaje bestializante o criminalizador (como “llamas”, “salvajes”, “asesinos”), que inferioriza y deshumaniza al otro (Espósito, 2020)⁴.

Apela a lo identitario. La construcción y el fortalecimiento de identidades colectivas son clave para radicalizar y capitalizar las posiciones. Esto da pie al surgimiento de discursos peligrosamente identitarios que apelan al origen étnico, regional, cultural, religioso, entre otros, como una forma de marcar las diferencias entre “ellos y nosotros”. Este discurso suele utilizar bienes simbólicos de valor cultural, como pueden ser por ejemplo la Biblia, la wiphala o el Escudo nacional, para convertirlos en emblemas de la polarización.

Deterioro de la percepción de la realidad. Mientras más radicales son las personas en su postura, menos capacidad tienen de hacer una lectura completa de su entorno. Por lo general, las personas que habitan en los extremos no validan argumentos que puedan poner en duda la veracidad de su postura. Al no ser permeables a información opuesta, su percepción de la realidad se ve afectada.

Aislamiento cognitivo y “cámara de eco” en las redes sociales. En los últimos años, las redes sociales se convirtieron en espacios de información y generación de opinión pública, un elemento que debe ser analizado con detenimiento en el estudio de la polarización. Los algoritmos de internet están diseñados para mostrarle al usuario contenidos con los cuales tiene afinidad: desde el tipo de vehículo que le gustaría comprar hasta una posición política. Este hecho -mostrar prioritariamente lo que al usuario le gusta- le da la falsa sensación de que todos piensan igual que él. Este fenómeno se denomina “cámara de eco”, que termina encerrando a las tribus ideológicas en una burbuja, afectando su entendimiento del entorno y, sobre todo, evitando el diálogo entre diferentes.

Lo mencionado anteriormente permite afirmar que la polarización política no solo obstaculiza la construcción de consensos, sino que pone en riesgo la democracia, generando conflictos que impiden la gobernabilidad y la convivencia pacífica.

4 <https://www.la-epoca.com.bo/2020/05/18/la-animalizacion-del-otro>

Dos sectores polarizados, que posiblemente no representan a la mayoría de la sociedad, no pueden avanzar en negociaciones que afectan a la colectividad. Es probable que, y aquí se hace referencia a las diferencias ideológicas que detectó el Barómetro de las Américas, la mayor parte de los bolivianos coincidan en cuáles son las necesidades de la sociedad (mejorar el sistema de salud, por ejemplo) pero los disensos surjan en cómo dar solución a esas demandas (unos pueden buscar mayor intervención del Estado, otros alianzas con privados, partir por infraestructura o por capacitación de profesionales, etc).

Otro efecto de la polarización es que se genera desconfianza en las instituciones. La idea de que solo existen dos bandos que articulan el escenario político trasciende a las instituciones del Estado, posiblemente con argumentos objetivos en algunos casos, y se las asocia con partidos e ideologías, generando desconfianza o desinterés en el sistema democrático en general.

Todos estos caminos conducen al mismo abismo: el debilitamiento la democracia. Como parte del análisis, la pregunta que cabe hacerse es ¿quién se beneficia de esta situación? La respuesta merece un estudio más profundo, pero es posible que sean las élites políticas las que obtengan réditos de la división porque radicaliza, fortalece y une a su militancia: la vieja artimaña de crear “un enemigo único”, solo que esta vez dentro de casa.

Qué tiene que ver la desinformación en todo esto

El fenómeno de la desinformación es amplio y puede ser abordado desde varias aristas. Si bien no se trata de un problema reciente, pues la mentira como estrategia de poder se utilizó siempre, cobra relevancia en la discusión pública actual por la masiva difusión que le dan las redes sociales. El alcance y la velocidad en la que se propaga un bulo es 70% mayor que una información real, según un estudio realizado por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) en 2017⁵.

Las razones que explican por qué la mentira se difunde más fácilmente que la verdad tienen que ver con las emociones y con lo que se denomina “sesgo de confirmación”. Los contenidos falsos están diseñados para provocar una reacción emocional (miedo, indignación, satisfacción, etc) y darle al lector la percepción de que tiene la razón. Ambos elementos evitan que este tipo de contenidos pasen por un filtro racional y sean cuestionados objetivamente, a la vez que incitan a compartirlos masivamente.

5 <https://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>

En la conceptualización de la desinformación es importante diferenciar dos términos. Por un lado, la desinformación, que se refiere a la difusión intencionada de información falsa o manipulada como parte de una estrategia para influir en la opinión pública y en las actitudes sociales. Por otro lado, la misinformación, que también se refiere a la difusión de información falsa o manipulada pero sin una intención consciente de engañar, sino como resultado de un malentendido, una parodia, de la tergiversación de un dato o de la ignorancia sobre un determinado tema.

Muchas veces es difícil identificar si un bulo circula como parte de una estrategia de desinformación organizada o no. Sin embargo, en el caso de la relación existente entre bulos y polarización, la difusión de un contenido falso puede alimentar la división, más allá de que exista o no una intención deliberada de distorsionar los hechos.

Los momentos de alta intensidad política, como procesos electorales o crisis de gobernabilidad, son caldo de cultivo para la desinformación. En el análisis de la base de datos de Bolivia Verifica, se evidencia que durante los bloqueos de agosto de 2020 contra la postergación de las elecciones y en las semanas previas y posteriores a procesos electorales, se incrementaron las publicaciones falsas sobre temas políticos, a diferencia de otros momentos en los que predominaron las falsedades sobre temas sanitarios.

Al analizar algunos bulos que circularon en redes sociales en Bolivia durante el último año (julio de 2020 - julio de 2021), se observa que éstos pueden ser funcionales a intereses que buscan generar un ambiente de polarización y conflicto entre los polos: alimentan el discurso dicotómico, incitan a la confrontación y promueven estereotipos negativos y la reafirmación de identidades, muchas veces utilizando símbolos culturales para ese fin.

Los bulos que pasaron por el radar de Bolivia Verifica permiten identificar tres patrones: información falsa que se difunde como si se tratase de una noticia utilizando la imagen de medios de comunicación tradicionales, publicaciones en redes sociales que se viralizan sobre todo en Facebook y WhatsApp y, finalmente, desde el discurso público de actores políticos y líderes opinión que son parte -consciente o no- de la maquinaria de la desinformación.

Casos emblemáticos

Estos son algunos de los bulos identificados y desmentidos por Bolivia Verifica, entre julio de 2020 y julio de 2021, que promueven ideas desarrolladas previamente y que pueden abonar el terreno de la polarización en el país.

Declaraciones falsas. Dos publicaciones falsas mencionaban que la ministra de Culturas, Sabina Orellana⁶, y comandante de la Policía, Jhonny Aguilera⁷, se refirieron a “pitas” y “golpistas”, afirmando que serían apresados por sus “crímenes”. Ninguno de ellos hizo declaraciones similares. La publicación que hace referencia a la ministra de Culturas utilizó el logo del periódico La Razón para desinformar.



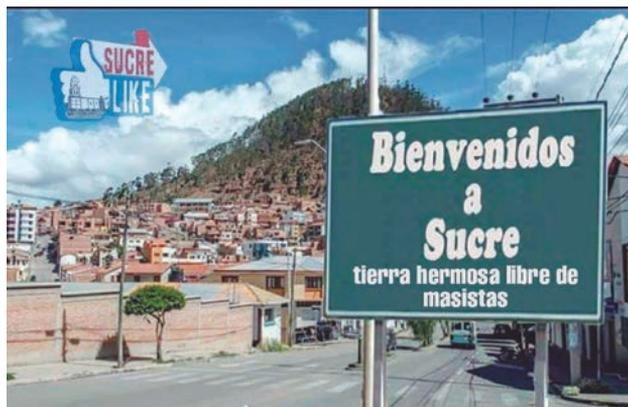
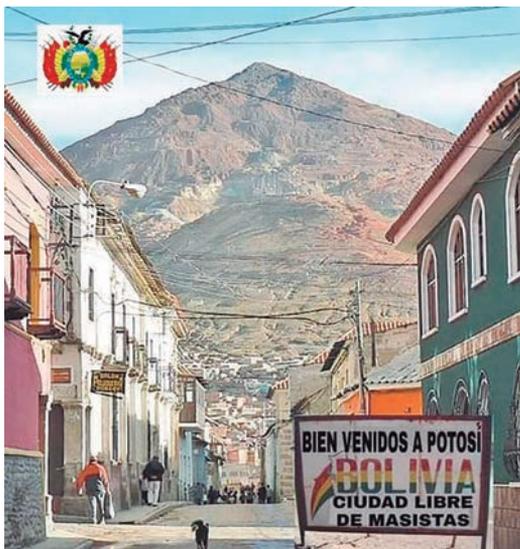
Un mensaje en dos fotos manipuladas. Una fotografía de Potosí⁸ con un cartel que decía “ciudad libre de masistas” y otro de Sucre⁹ con un letrero con un mensaje similar se difundieron en Facebook. Ambas imágenes estaban editadas, en ningún caso los letreros hacían referencia a los militantes del Movimiento Al Socialismo (MAS).

6 Verificación realizada el 30 de noviembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/ministra-de-culturas-no-anuncio-en-su-discurso-carcel-para-los-pititas/>

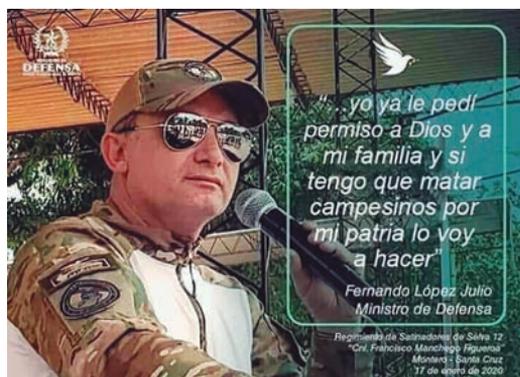
7 Verificación realizada el 20 de noviembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/nuevo-comandante-de-la-policia-no-hablo-de-golpistas-en-su-discurso/>

8 Verificación realizada el 11 de septiembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/se-viraliza-foto-manipulada-de-potosi-contra-el-mas/>

9 Verificación realizada el 19 de septiembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/no-hay-en-sucre-un-cartel-que-afirma-estar-libre-de-masistas/>



Dos conceptos frecuentes de la desinformación. Varias de las publicaciones falsas identificadas por Bolivia Verifica en contra del Gobierno interino y del Gobierno del MAS, intentaron vincular al primero con la compra y utilización de armamento y al segundo con narcotráfico. En el caso del gobierno de Áñez, se difundió por ejemplo una imagen de un sacerdote bendiciendo armas que fue originalmente tomada en Ecuador, a la que se le añadió la imagen del exministro Arturo Murillo y la bandera boliviana¹⁰. También circuló una declaración falsamente atribuida al exministro Fernando López que hacía referencia a que “si tenía que matar campesinos por la patria, lo iba a hacer”¹¹.

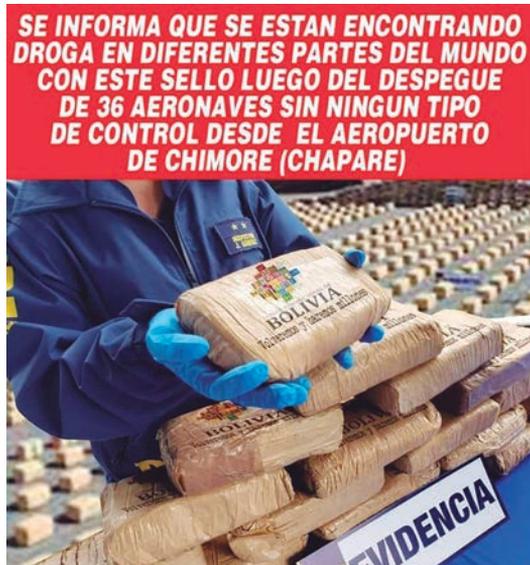


También se compartió imágenes y noticias falsas para vincular al Gobierno de Luis Arce y miembros de ese partido con el narcotráfico, una de ellas

10 Primera verificación realizada sobre el tema el 24 de noviembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/fotografia-de-la-policia-nacional-del-ecuador-es-manipulada-con-la-bandera-boliviana/>

11 Verificación realizada el 27 de julio de 2020: <https://boliviaverifica.bo/post-manipulado-sobre-el-ministro-de-defensa-vuelve-a-compartirse-en-redes/>

mencionaba que se había encontrado paquetes de droga con el logo del Gobierno boliviano¹². Otra desinformación manipuló un post de las redes sociales de Radio Líder 97 FM acerca del diputado Rolando Cuéllar para indicar falsamente que había sido encontrado en posesión de droga en su vehículo¹³.



El diputado masista, Rolando Cuellar fue encontrado la mañana de este jueves portando droga en el interior de su vehículo, según declaraciones de inspector de la #FELCN, el diputado no quiso dar declaraciones al respecto por lo cual fue llevado a celdas judiciales.



Violencia, conflicto y armamento. En el último año, pasaron por el filtro de Bolivia Verifica publicaciones sobre conflictos o hechos de violencia que en realidad no ocurrieron. Una de las noticias falsas alteró la portada del periódico Página Siete para indicar que bloqueadores afines al MAS habían quemado una ambulancia que llevaba a un paciente de Covid-19¹⁴, durante las protestas de agosto de 2020 por la postergación de las elecciones nacionales.

En ese mismo contexto, se viralizaron las fotografías de un hombre golpeado que supuestamente fue torturado por militantes del MAS luego de negarse a bloquear¹⁵. Tras un rastreo de las imágenes se evidenció que fueron tomadas en Guatemala y no tenían ninguna vinculación con los conflictos en Bolivia.

También se difundió información sobre la supuesta compra de armamento por parte del Gobierno interino para las elecciones presidenciales de octubre

- 12 Verificación realizada el 31 de marzo de 2021: <https://boliviaverifica.bo/manipulan-fotografia-de-droga-incautada-en-chile-colocandole-el-logo-del-gobierno-boliviano/>
- 13 Verificación realizada el 29 de marzo de 2021: <https://boliviaverifica.bo/modifican-el-texto-de-una-noticia-sobre-rolando-cuellar-para-desinformar-en-redes-sociales/>
- 14 Verificación realizada el 7 de agosto de 2020: <https://boliviaverifica.bo/alteran-portada-de-pagina-siete-para-distorsionar-contenido/>
- 15 Verificación realizada el 18 de agosto de 2020: <https://boliviaverifica.bo/fotos-de-hombre-golpeado-no-son-de-comunario-torturado-por-no-bloquear/>

de 2020¹⁶. Las imágenes que se utilizaron para desinformar fueron tomadas en años anteriores en actos de entrega o incautación de armamento.



Por otro lado, en Facebook se compartió la imagen de una mujer golpeada y se mencionaba que había sido atacada por miembros de la agrupación Resistencia Juvenil Cochala durante los conflictos de agosto de 2020¹⁷. Tras hacer la verificación de la fotografía, se constató que fue tomada originalmente en Cajamarca, Perú.



16 Verificación realizada el 15 de octubre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/el-gobierno-no-compro-armamento-por-las-elecciones/>

17 Verificación realizada el 10 de agosto de 2020: <https://boliviaverifica.bo/circula-fotografia-de-persona-agredida-en-peru-como-si-fuese-en-bolivia/>

Uso de símbolos. Verificaciones realizadas en el último año, evidencian la utilización de símbolos culturales para desinformar, los casos más destacados están vinculados al Escudo nacional. Uno de ellos hacía referencia a su eliminación en el nuevo corte de billetes de 200 bolivianos¹⁸, a partir de lo cual el expresidente Carlos Mesa denunció un plan para sustituir los símbolos patrios. Se trataba en realidad de información engañosa, pues si bien el Escudo ya no es visible a simple vista, todavía se mantiene como medida de seguridad y se puede ver bajo luz ultravioleta.



También causó polémica en redes sociales el retiro del Escudo nacional del frontis del cuartel San Francisco de Sucre, se llegó a decir que se pretendía reemplazarlo por el logo del Gobierno¹⁹. El objetivo real era refaccionar el símbolo que ya fue repuesto.



El masismo quita el escudo nacional de un cuartel en Sucre.

18 Verificación realizada el 23 de febrero de 2021: <https://boliviaverifica.bo/el-escudo-nacional-se-mantiene-en-los-nuevos-billetes-de-bs-200-pero-como-medida-de-seguridad/>

19 Verificación realizada el 19 de febrero de 2021: <https://boliviaverifica.bo/se-retiro-el-escudo-nacional-del-cuartel-de-sucre-fue-por-refaccion/>

Finalmente, otro ejemplo de la utilización de símbolos está relacionado al carnet de sufragio, como parte de las informaciones falsas que se difundieron para atacar la credibilidad del Tribunal Supremo Electoral. Se mencionaba que se había cambiado el Escudo nacional por un “símbolo venezolano” en el documento de la votación²⁰. La información es falsa, no existe ningún símbolo extranjero, la imagen no es otra cosa que un holograma que se ve al ser iluminado con luz ultravioleta como medida de seguridad para evitar falsificaciones.



Verificaciones de discurso. Hay varios casos de desinformación emanada de pronunciamientos de políticos y líderes de opinión. Uno de los más emblemáticos ocurrió a mediados de 2020, cuando se difundió la idea de que el voto rural vale más que el voto urbano. La idea, que se divulgó inicialmente en una columna de opinión²¹, sostenía falsamente que el mapa electoral tenía una sobrerrepresentación campesina para beneficiar al MAS. Sin embargo, la cantidad de diputados que consigue un partido está ligada al porcentaje obtenido en la votación y la cantidad de senadores que se basa en un equilibrio regional, asignando cuatro escaños por departamento, elegidos de forma proporcional²². El falso debate sobre el favorecimiento del voto rural frente al urbano, tuvo repercusión en los medios de comunicación y la opinión pública (incluso se creó un movimiento denominado “un ciudadano, un voto”) y varias organizaciones y actores políticos se pronunciaron sobre el tema, entre ellos Luis Fernando Camacho²³ y el Consejo Nacional para la Democracia,

20 Verificación realizada el 30 de octubre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/falso-no-hay-ningun-simbolo-bolivariano-en-los-certificados-de-sufragio/>

21 “Democracia violada”, artículo escrito por el periodista Humberto Vacaflor y publicado en el periódico El Deber en fecha 10 de febrero de 2021. El autor atribuye la interpretación del mapa electoral a Luis Pedraza. https://eldeber.com.bo/opinion/democracia-violada_166250

22 Verificación realizada el 14 de julio de 2020: <https://boliviaverifica.bo/no-es-cierto-que-el-sistema-electoral-favorece-a-las-areas-rurales-en-desmedro-del-voto-urbano/>

23 “El @TSEBolivia (Tribunal Supremo Electoral) mantiene el mapa electoral, lo que consolida el fraude del MAS para perpetuarse en el Poder. Nadie vale más que nadie y todos los votos deben ser iguales. No se puede ir a elecciones discriminando a la gente. ¡1 boliviano, 1 voto!”, escribió Luis Fernando Camacho en su cuenta de Twitter el 19 de mayo de 2020 : <https://twitter.com/LuisFerCamachoV/status/1262775023137255424>

que emitió un comunicado en el que manifestaba su preocupación por la representación ciudadana en el sistema electoral²⁴.

La investigadora Luciana Molina, en un artículo que desmitifica la desigualdad del voto, sostiene que esta discusión puso en riesgo “el centro mismo de una elección, que es acordar, respetar y reconocer las reglas de juego establecidas”²⁵.



Luis Fernando Camacho
@LuisFerCamachoV

El @TSEBolivia mantiene el mapa electoral, lo que consolida el fraude del MAS para perpetuarse en el Poder. Nadie vale más que nadie y todos los votos deben ser iguales. No se puede ir a elecciones discriminando a la gente. ¡1 boliviano, 1 voto!



Otro ejemplo de desinformación emanada del discurso público se dio cuando parlamentarios del MAS utilizaron un fotomontaje para atacar a legisladores de la oposición. En conferencia de prensa, los diputados Daniel Rojas y Rolando Cuéllar mostraron una imagen de un grupo de assembleístas que había viajado a Estados Unidos en la que se veía que sostenían la bandera

24 En el documento publicado el 17 de mayo de 2020, la institución hace mención a una “injusta desproporcionalidad que favorece a la votación en las zonas rurales que con un 30% de su población acaparán el 70% del poder político” y advierte que se está vulnerando “el principio democrático ‘una persona, un voto, el mismo valor’”. Se puede leer en este enlace: <https://onedrive.live.com/?authkey=%21ACVXtAoYwefaFr4&cid=9EDB170411878A86&id=9EDB170411878A86%2135051&parId=9EDB170411878A86%2134889&o=OneUp>

25 El artículo “Desmitificando la desigualdad del voto rural frente al urbano” fue publicado por el periódico El Deber el 10 de junio de 2020: https://eldeber.com.bo/opinion/desmitificando-la-desigualdad-del-voto-rural-frente-al-urbano_183295

estadounidense. “Denunciamos a los diez parlamentarios de la derecha que ellos han cometido un delito de traición a la Patria y ‘desagravio’ a la bandera boliviana”, afirmó Cuéllar. Sin embargo, la mentira duró poco: la fotografía original se publicó en redes sociales y Bolivia Verifica comprobó la edición digital de la que fue presentada por los diputados del MAS mediante la herramienta Fotoforensics²⁶. Los legisladores que viajaron a Estados Unidos en realidad sostenían la bandera boliviana.



Un tercer ejemplo está en la aprobación de una resolución para rendir homenaje a los fallecidos en los conflictos postelectorales de 2019. El diputado de Comunidad Ciudadana, José Manuel Ormachea, expresó a través de su cuenta en Twitter que el homenaje excluyó a los fallecidos en “Montero, Cochabamba y La Paz”. Esta aseveración fue calificada como engañosa²⁷.

La resolución menciona a víctimas en El Pedregal (La Paz), Betanzos (Potosí), Montero (Santa Cruz), Sacaba (Cochabamba) y Senkata (La Paz). Si bien no aparecen los nombres de los fallecidos en Montero, se hace mención al hecho y se los considera parte de las víctimas de la crisis de 2019. Sin embargo, el documento omite a un fallecido en La Paz el 28 de noviembre tras un mes de agonía a causa de una agresión durante los conflictos.



26 Verificación realizada el 22 de abril de 2021: <https://boliviaverifica.bo/diputados-del-mas-usan-foto-falsa-para-acusar-a-parlamentarios-de-oposicion/>

27 Verificación realizada el 19 de noviembre de 2020: <https://boliviaverifica.bo/homenaje-a-fallecidos-el-2019-si-incluye-decesos-en-montero-pero-excluye-a-un-fallecido-en-la-paz/>

Conclusiones

Si bien no existe evidencia de cuánta influencia tiene la desinformación en la polarización política de Bolivia, es posible identificar contenidos falsos que pueden radicalizar posiciones y generar un ambiente de división.

En el análisis de bulos y de las características de la polarización, se observan algunos elementos que conducen a esta conclusión: promueven una visión dicotómica de la actualidad política, fomentan prejuicios sobre el diferente, incitan a la confrontación entre ambos bandos y promueven discursos identitarios.

La mentira o información manipulada no solo circula en redes sociales desde cuentas anónimas o como si se tratase de noticias de medios de comunicación, sino que muchas veces parte desde el discurso público, de autoridades, políticos o líderes de opinión, que con frecuencia se saltan a los medios de comunicación que deben servir como filtro de la información.

Es importante que en el futuro se realicen estudios sobre la polarización y su evolución, pero también del fenómeno de la desinformación y su impacto en la convivencia democrática. Es necesario saber qué intereses hay detrás, quiénes son los emisores de las noticias falsas, qué objetivos tienen, en qué contextos se difunden y entender cómo funciona la industria de la desinformación.

El hecho de que la opinión pública se base más en creencias, prejuicios y apelaciones emocionales, y menos en elementos objetivos e información fidedigna, es lo que la academia denomina como posverdad y los contenidos falsos la alimentan. El precio que pagamos como sociedad es alto: deteriora la calidad deliberación pública y pone en riesgo la democracia y la paz.

Bibliografía

Arequipa, M. (2020) Polarización a la boliviana. En Polarización y conflicto. Midiendo los riesgos de la violencia.

Espósito, C. La animalización del “otro”. Periódico La Época. <https://www.la-epoca.com.bo/2020/05/18/la-animalizacion-del-otro/>

Estremadoiro, Rocío. (2020). Bolivia: Apuntes para comprender la caída del gobierno del MAS más allá de la polarización. Reflexión Política.

Osorio Michel, Daniela. (2019). Polarización en Democracia. En Vivian Schwarz (Ed.), Cultura política de la democracia en Bolivia. 20 años. Ciudadanía.

Sani, Giacomo, y Sartori, Giovanni. (1980). Polarización, fragmentación y competición en las democracias occidentales. Revista del Departamento de Derecho Político, 7

Tajfel, H., & Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. En M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), Key readings in social psychology. Intergroup relations: Essential readings. Psychology Press.

Villanueva, D. y Aguerre, T. La polarización después de la grieta. Revista Anfibia (2020) <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-polarizacion-despues-la-grieta/>



Laura Zommer

Directora ejecutiva y periodística de Chequeado, la primera iniciativa de fact-checking de América Latina. Maestra de la Fundación Gabo. Miembro del Board de la International Fact-Checking Network, Sembramedia, Consejo Consultivo de Género e Número y de La Silla Vacía. Licenciada en Ciencias de la Comunicación y abogada, egresada de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Posgrado en Comunicación política de la Universidad Austral. Profesora de Derecho a la Información en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y de las Maestrías de Periodismo de la Universidad de San Andrés y la Universidad Torcuato Di Tella y colaboradora permanente del diario La Nación.

Fue directora de Comunicación de CIPPEC de 2004 a 2012, jefa de Gabinete de la Secretaría de Seguridad Interior del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación en 2003 y 2004 y trabajó en el diario La Nación como reportera e investigadora de temas judiciales y de corrupción entre 1997 y 2003. Por su trabajo como periodista recibió una decena de distinciones, entre ellos el Premio Gabriel García Márquez en la categoría Innovación en 2015.

¿Cuál es la importancia de la verdad en la era de la desinformación?

Laura Zommer: *En la era de la desinformación, recuperar el valor de la palabra y ser guardianes de los hechos es vital para cuidar nuestra democracia.*

Apuntes para entender y contrarrestar la desinformación electoral¹

Mal que nos pese a chequeadores, periodistas y comunicadores profesionales de organismos públicos o instituciones privadas, la desinformación es un fenómeno con el que debemos aprender a convivir y, ojalá, a lidiar mejor. Es parte del desorden del ecosistema informativo y desarrollar estrategias efectivas para contrarrestarlo es vital para cuidar la calidad del debate público y la deliberación democrática.

Durante la última década, en particular tras el año 2016 cuando tomó relevancia la votación del Brexit en el Reino Unido y la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos, ha habido un notable auge de las iniciativas de fact-checking alrededor del mundo, incluida nuestra región. Al mismo tiempo, también se expandió la discusión sobre la desinformación, y los chequeadores empezaron a contrastar con la mejor evidencia disponible no sólo lo que decían y compartían figuras públicas o publicaban medios de comunicación tradicionales, sino también aquellas piezas compartidas en redes sociales por particulares con identidad pública u oculta que cobraban viralidad y visibilidad. En junio de 2021, Reporters' Lab de la Universidad de Duke contabilizó 341 proyectos de fact checking en 102 países y actualmente son parte de la red LatamChequea, creada por Chequeado en 2014 para reunir a chequeadores de toda la región e impulsar su trabajo, más de 30 organizaciones de 17 países.

¹ Este texto contó con aportes de Lucía Gardel, Ariel Riera, Catalina Roig, Milena Rosenzvit, Julieta Schisano y Olivia Sohr.

Dada la mayor preocupación por los niveles de desinformación y las sospechas sobre su posible efecto en los procesos democráticos, en los últimos cinco años surgió una nueva tendencia en el mundo del fact checking: la colaboración entre diversas organizaciones y medios para una cobertura conjunta sobre los hechos y los engaños en cuestiones electorales y de campaña política. En particular, proyectos con una colaboración sustancial que implican la convocatoria a distintas entidades, la organización de la verificación muchas veces centralizada, su extensión durante semanas o meses, y el acuerdo en base a un método de trabajo.

Cada iniciativa es diferente y también lo es su impacto, pero hasta el momento estos proyectos parecen una buena estrategia y han incluido como participantes a entidades de fact-checking, medios tradicionales y nativos digitales, organizaciones de la sociedad civil, empresas de tecnología, y universidades o centros de estudio, para combatir la desinformación. Por su parte, se apoyan en colaboraciones previas entre chequeadores de otro tipo, como chequeos colectivos globales o bases de datos de publicaciones, por ejemplo el chequeatón global a los líderes del G-20 reunidos en Brisbane, Australia, realizado en noviembre de 2014.

En el caso de la Argentina, el proyecto colaborativo Reverso 2019, que a instancias de Chequeado reunió durante 6 meses a más de 110 medios y empresas de tecnología para contrarrestar la desinformación electoral, mostró ser efectivo. Un estudio académico realizado por los doctores Ernesto Calvo (Universidad de Maryland) y Natalia Aruguete (Universidad de Quilmes), concluyó después de analizar todas las publicaciones de ese período que el fact checking funciona. La investigación nos mostró que la gente no cambia necesariamente de opinión, pero cambia su comportamiento cuando un chequeador señala que algo es falso. Básicamente, nuestra intervención reduce el incentivo para compartir contenido desinformante o alejado de la evidencia.

Vale destacar que el formato colaborativo puede aplicarse a otras temáticas y no sólo a la electoral. El caso más notorio en la actualidad es la desinformación en torno a la pandemia de la COVID-19. Si bien no es un proyecto igual, ya que agrupa verificaciones realizadas independientemente por distintas organizaciones y siguiendo cada una su propio método de trabajo, se puede destacar en ese sentido la iniciativa #CoronavirusFacts, liderada por la International Fact-Checking Network (IFCN) y que construyó una base de datos de chequeos sobre la pandemia en la que colaboraron más de 100 chequeadores del mundo y que incluye 9.000 verificaciones realizadas en unos 70 países y 40 idiomas. Las colaboraciones regionales en América Latina, #LatamChequeaCoronavirus y #LatamChequeaVacunas lideradas por Chequeado, han sumado en español y portugués más de 3000 verificaciones y explicadores.

Desinformación e infodemia

Pero, antes de seguir, ¿qué es la desinformación? Es un contenido falso o engañoso -muchas veces puede ser una cadena, una imagen o un video real sacado de contexto (que corresponda a otro momento u otro país)- que circulan en redes sociales o sistemas de mensajería instantánea, pero también a veces es presentado en medios de comunicación o difundido por figuras públicas.

Muchas veces cuando se habla hoy en día de la desinformación se pone el foco en los mensajes desinformantes que circulan en redes sociales, que cualquier usuario puede generar o compartir. Esta es una parte importante del problema, pero además esto ocurre dentro de un ecosistema de medios y debate público en desorden, con distintos tipos de actores y motivaciones.

En el caso de la pandemia de la COVID-19, puede tomar la forma de lo que la Organización Mundial de la Salud (OMS) llamó infodemia: “una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas”. En este contexto, las fuentes de autoridad tradicionales muchas veces son cuestionadas o no son consideradas confiables. Todo esto contribuye a que las desinformaciones se difundan y expandan.

La desinformación no es en sí un fenómeno nuevo, siempre hubo rumores, acciones de propaganda y falsa información que circula, la diferencia que trajeron la tecnología y las redes sociales es el nivel de conectividad, la cantidad de mensajes que se transmiten -entre ellos, los que difunden desinformación- y el hecho de que cualquiera de nosotros pueda volverse su vector, incluso sin saberlo, al compartir mensajes falsos o engañosos. La tecnología hizo más barata, más rápida y más masiva la posibilidad de informar y, también, de desinformar.

Las motivaciones detrás de la desinformación

Las motivaciones detrás de quienes producen y difunden la desinformación pueden ser muy variadas, pero se pueden identificar, al menos, tres grandes grupos:

- **Motivaciones económicas:** la desinformación puede ser muy atractiva y tiende a generar emociones fuertes, como indignación, tristeza o esperanza, y eso hace que viaje muy rápido y genere reacciones de quienes la ven. Esto se puede monetizar a través de diferentes vías, ya sea generando clicks que pueden traer ingresos publicitarios o aprovechando la atención de las personas para venderles productos o servicios, entre otros.

- **Motivaciones políticas o de convicción:** hay personas que generan desinformaciones porque están convencidas de algo, aunque no haya evidencia para sostenerlo, o incluso cuando la mejor evidencia disponible muestra lo contrario. Esto se puede observar, por ejemplo, en el caso de grupos antivacunas que difunden desinformación con una fuerte convicción o con actores políticos que difunden desinformación sobre otros.
- **Desconocimiento:** es muy común que usuarios en redes sociales compartan una desinformación porque no saben que el contenido es realmente falso. Pero también es posible que una persona genere una desinformación sin saberlo, por ejemplo estableciendo una conexión entre dos hechos que no están relacionados (es el caso, por ejemplo, con personas que señalan que alguien murió después de ser vacunada, cuando no existe relación entre ambos hechos, la persona se vacunó y luego murió de otra causa o cuando se presentan errores en algunas actas de escrutinio con errores y se plantea que por ello hay fraude).

Para poder entender quiénes son las personas que divulgaron de manera sistemática información falsa sobre la pandemia en América Latina y España y con qué propósitos, la alianza LatamChequea produjo “Los desinformantes”, una serie de investigaciones periodísticas sobre diferentes actores que potenciaron la “infodemia” en 2020 y 2021. Esta serie se expandirá en el futuro a otras temáticas, como la desinformación electoral.

El camino de la desinformación

La forma en la que se difunde una desinformación depende mucho del tema, el país y el contexto. Pero hay una tendencia a que estas nazcan en pequeños grupos cerrados o en un sistema de mensajería privada, y que luego sean retomados por usuarios en redes sociales con mayor alcance e, incluso, que en algunos casos lleguen a los medios de comunicación tradicionales o a referentes públicos (políticos o famosos) que multiplican su llegada y posible efecto nocivo.

El rol de estos últimos, los amplificadores, según la denominación que les da la organización First Draft, es muy relevante en el daño que pueden generar

las desinformaciones al alcanzar un número mucho más grande de personas. Es el caso cuando, por ejemplo, un político, cantante o actor difunde entre sus seguidores una teoría conspirativa y expone a todos sus seguidores a la desinformación.

Un estudio elaborado por el Reuters Institute de la Universidad de Oxford mostró que durante los 3 primeros meses de la pandemia, las figuras públicas difundieron el 20% de las desinformaciones, pero estas obtuvieron el 69% del total de interacciones (*engagement*) en redes sociales. Es decir que aunque no son responsables de difundir el mayor número de desinformaciones, sí son quienes logran que esas desinformaciones lleguen a una mayor audiencia y tengan potencialmente mayor capacidad de daño. Un ejemplo es el que muestra una investigación de Estadão Verifica (en el marco de la serie “Los desinformantes” de LatamChequea) que analiza cómo el presidente brasileño, Jair Bolsonaro, fue uno de los mayores desinformantes en el país durante la pandemia, específicamente sobre curas no probadas, como la hidroxicloroquina, y explica cuáles son las consecuencias de que los funcionarios públicos difundan información falsa.



Otro ejemplo de amplificación: el cantante español Miguel Bosé comparte teorías conspirativas con sus millones de seguidores

Miguel Bosé acusó en sus cuentas de Twitter y Facebook a la Fundación Bill y Melinda Gates de distribuir vacunas fallidas en todo el mundo, y dijo que buscaban, a través de su farmacéutica, crear vacunas con microchips para rastrear a toda la población por 5G. Sus posteos estaban basados en desinformación que ya circulaba, pero debido a la popularidad del cantante llegaron a muchas más personas: en Facebook fueron compartidos más de 2.800 veces mientras que en Twitter lograron más de 16 mil retuits y 17 mil “Me gusta”.

10 tipos de desinformación común en elecciones latinoamericanas

Así como durante la pandemia quedó claro que la desinformación no reconoce fronteras nacionales ni, incluso, continentales, un análisis de las desinformaciones más comunes registradas por los chequeadores en períodos electorales en América Latina permite categorizarlas en 10 tipos que, en el futuro, podrían ayudar a los votantes a estar más prevenidos. Los contenidos muchas veces cambian al personaje o algún detalle acorde con el contexto, pero las narrativas se repiten en uno y otro país de manera regular en cada elección.

1) Que haya algunas irregularidades en el proceso electoral no significa que haya fraude

Dentro de un proceso electoral que involucra a millones de personas, es habitual que ocurran ciertos errores o, incluso, irregularidades. El tipo de irregularidades que aparecen dependen del sistema electoral de cada país -en muchos casos se trata de un conteo provisorio de votos en un centro de votación que tiene un error-, pero el tipo de desinformación aparece en muchos procesos electorales en la región como en la Argentina, Perú o Colombia, donde estos errores son presentados como pruebas de un supuesto fraude organizado.

Típicamente, las irregularidades involuntarias no favorecen sistemáticamente a ningún partido, mientras que las intencionales suelen sesgar los resultados a favor de alguna agrupación. Sin embargo, existen mecanismos para analizar la transparencia de una elección y determinar si esas irregularidades son errores o manipulaciones intencionales. Un error durante las elecciones no es prueba de fraude.

En la Argentina, por ejemplo, en las elecciones presidenciales de 2019 circularon varias imágenes de telegramas -que se utilizan para el conteo provisorio durante la noche de los comicios y no tienen validez legal- con errores o inconsistencias, como tachaduras o una suma errónea, como supuesta prueba de fraude. Sin embargo, el único resultado válido es el que se hace en los días siguientes con las actas de escrutinio, firmada por las autoridades de mesa y por los fiscales partidarios. Si se detectan errores en estos, se pueden abrir las urnas para hacer un nuevo conteo.

Algo similar ocurrió en las elecciones presidenciales de 2018 en Colombia, donde circularon imágenes de tachaduras en los formularios de la votación. Sin embargo, el organismo electoral investigó esos hechos y aseguró que las irregularidades representan menos del 0,5% de los votos.

2) Denuncias de un supuesto fraude organizado por las autoridades

Este tipo de desinformaciones, junto con las denuncias de irregularidades durante el proceso electoral, suelen ser de las que más circulan en las elecciones e intentan probar un fraude organizado y arreglado por las autoridades nacionales, locales y/o electorales.

El caso de Brasil es especialmente grave porque el propio presidente, Jair Bolsonaro, utilizó la denuncia de que existió un fraude electoral durante las elecciones de 2018 (en las que salió ganador) como parte de su campaña, utilizando información falsa. La afirmación de que

existió adulteración en las urnas electorales fue la desinformación más difundida durante la campaña electoral de ese año.

Otro ejemplo de esto fue el caso de México, donde muchos contenidos en redes sociales aseguraban que las lapiceras brindadas por el organismo electoral podían borrarse con fuego.

Otras desinformaciones de este tipo que suelen circular están vinculadas con las boletas electorales (en los países que tienen este sistema): por ejemplo, que se reparten boletas falsas, que las boletas ya estaban marcadas por un candidato el día de la votación, que hay boletas de colores falsos en las casillas o que se entregan paquetes electorales ya abiertos con boletas faltantes.

3) **Que hay personas que podrían utilizar las cédulas de personas fallecidas para votar**

Otra desinformación que circula mucho en elecciones en la región señala que personas fallecidas están incluidas en el padrón de votación y que otras personas utilizan cédulas de identidad de personas fallecidas para votar. Sin embargo, muchas veces se trata de errores en el registro que son corregidos por las autoridades, aunque no siempre con celeridad.

En Perú circuló un video durante las elecciones de este año en el que se mostraba un acta electoral supuestamente firmada por una persona fallecida. Sin embargo, fue un error de tipeo: el usuario había ingresado mal el último dígito de la cédula de identidad, poniendo 9 en vez de 4.

Por otro lado, en Costa Rica se anunció que se podrá votar con cédulas vencidas en las elecciones generales de 2022 debido a la pandemia. Una desinformación aseguró que esto permitiría que miles de fallecidos votaran. Pero esto también es falso, ya que el padrón electoral se actualiza hasta el propio día de la elección, para borrar los nombres de quienes fallecen antes de esa fecha.

4) **Que podrían votar personas no habilitadas**

En época de elecciones, circulan muchos contenidos que buscan atacar a las minorías. Un ejemplo de esto son las desinformaciones que aseguran que los inmigrantes van a votar en las elecciones, en países donde no está permitido, o sin cumplir con las condiciones legales cuando el voto de extranjeros está habilitado.

Este tipo de contenidos falsos varía según las regulaciones de cada país. Por ejemplo, en Colombia circularon varios contenidos que aseguraban que los venezolanos podían votar en las elecciones de 2019.

Sin embargo, según las regulaciones del país, los inmigrantes pueden votar solo si tienen cédula de extranjería, llevan en el país cinco años o más y se inscriben para votar. Es decir, es verdad que los venezolanos pueden votar en las elecciones colombianas (como cualquier persona extranjera allí) pero solo si cumplen estas condiciones.

Algo similar ocurrió en Chile, donde una desinformación afirmaba que los extranjeros que habían llegado hace menos de un mes al país podían votar en el plebiscito para la Nueva Constitución, aun cuando en Chile solo pueden votar las personas extranjeras que residen en el país hace más de 5 años.

5) Desinformaciones que engañan a los ciudadanos para que no voten o invaliden su voto

Cada país tiene distintas normas que establecen cuándo un voto debe ser anulado o impugnado (es decir, no contabilizado como válido) y muchas desinformaciones buscan engañar a los ciudadanos y llevarlos a anular su voto o a no poder emitirlo.

Un ejemplo de esto es un contenido que circuló en México en el que se aseguró que se podía votar por más de un candidato, aunque esto en verdad impugnaba el voto. Otro ejemplo es un video que circuló en Colombia que aseguraba que si las personas ya habían votado por un candidato en la primera vuelta, no era necesario que lo hicieran en la segunda vuelta porque el voto ya estaba registrado.

6) Desinformaciones sobre la documentación necesaria para votar

Este tipo de desinformaciones difunden noticias falsas sobre los tipos de documentación habilitados por los organismos electorales para votar.

Durante la pandemia esta desinformación tomó nuevas formas ya que muchos países permitieron el voto con cédulas o documentos vencidos por las dificultades que existían para renovarlos durante el período en el que rigieron medidas de distanciamiento social. Sin embargo, en el plebiscito por una nueva Constitución de 2020 en Chile circularon varios contenidos falsos que aseguraban que no se podía votar con la cédula vencida.

7) Desinformaciones sobre el voto de personas residentes en el exterior

Otro tipo de contenido que suele circular en períodos electorales y cuya regulación difiere entre países es sobre el voto de los ciudadanos que

residen en el exterior. Por ejemplo, una desinformación que aseguraba que la embajada chilena en Canadá prohibía a los ciudadanos chilenos votar en el plebiscito.

En México se viralizaron imágenes del paquete de boletas enviadas a mexicanos en el exterior para votar en las elecciones y se acusó de que había boletas faltantes porque no estaban las de diputados federales. Sin embargo, la legislación de México no permite que los mexicanos residentes en el exterior voten por todos los cargos públicos, sino que esto depende del tipo de elección y del Estado en el que residen.

En las elecciones de 2020 en Bolivia circularon varias imágenes sobre supuestos resultados del voto exterior utilizando el sello de distintos organismos internacionales como el de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

8) Desinformaciones sobre lo referente al día de las elecciones

Este tipo de contenidos falsos busca desorientar o generar miedo en los ciudadanos sobre el momento de la elección, por ejemplo difundiendo que se puede votar en días u horarios que no se encuentran verdaderamente habilitados. En los últimos comicios en Chile la situación fue especialmente confusa porque mientras las elecciones de octubre de 2020 se celebraron en un solo día, las de mayo de 2021 se hicieron en dos.

Otros contenidos de este estilo que circularon en Chile aseguraban que los lugares de votación no iban a estar custodiados o que iban a ser inseguros. Por otro lado, en México circuló un contenido que aseguraba que estaba prohibido ingresar a las casillas con teléfonos celulares.

9) Desinformaciones sobre encuestas falsas

En la mayoría de los países se prohíbe o se regula de forma específica la publicación de encuestas electorales horas antes del día de las elecciones y durante la jornada electoral.

Sin embargo, es común que circulen contenidos falsos en esos días específicos que imitan los formatos de encuestas verdaderas para anunciar resultados o tendencias para beneficiar a algún partido. En las elecciones de México de 2021 circuló, el mismo día de los comicios, una supuesta encuesta de salida sobre los resultados de la elección para gobernador en la localidad de Sinaloa, con el logo de una encuestadora oficial. Sin embargo, esto era falso: en México está prohibido difundir

encuestas mientras las personas están votando y la encuestadora negó la publicación del estudio.

Por otro lado, en las elecciones de 2020 de Bolivia circuló una supuesta encuesta de boca de urna con el logo de un canal de televisión del país. Según el Tribunal Supremo Electoral boliviano, los resultados a boca de urna solo pueden darse a partir de las 18.00, a la hora de cierre de los comicios. Sin embargo, estos resultados fueron publicados dos horas antes. Además, el medio negó la autoría de la encuesta.

10) Desinformaciones sobre falsas declaraciones o falsas propagandas de candidatos

Otro tipo de desinformaciones muy comunes en época de elecciones son falsos contenidos sobre los candidatos electorales. Un recurso que se utiliza mucho es la edición y manipulación de fotos con programas de edición, y otro son las piezas sacadas de contexto, que pueden ser de otros momentos u otros lugares, incluso. Esto se puede utilizar para mostrar supuestas propagandas electorales que son falsas, como ocurrió en las elecciones de 2019 en la Argentina. Lo mismo ocurre con las imágenes falsas, como por ejemplo, un montaje que supuestamente muestra a un candidato presidencial de Ecuador vacunándose en una etapa donde sólo se vacunaba al personal de salud. Sin embargo, la foto estaba trucada.

Para las falsas declaraciones muchas veces se usan los zócalos o videographs de televisión -las franjas que aparecen en los canales de noticias con alguna frase- o las tarjetas que hacen uso del logo de algún medio de comunicación con la foto de un candidato y una supuesta frase. Estos tipos de recursos son muy utilizados para desinformar, porque son creíbles, fáciles de editar y baratos. Esto ocurrió con candidatos de varios países como la Argentina y Chile. Lo mismo pasa con los falsos tweets, que también son fácilmente editables.

Por otro lado, también suelen circular videos manipulados o sacados de contexto. Por ejemplo, en Perú se manipuló un video para que pareciera que alguien le estaba dictando un discurso a un candidato presidencial.

Otro recurso utilizado son los audios paródicos o falsamente atribuidos a los candidatos. Por ejemplo, en la Argentina circuló un audio en el que supuestamente un dirigente de un frente electoral amenazaba a productores agropecuarios y eso no era cierto.

Para contrarrestar la desinformación electoral, además de identificar y tener presentes los tipos de mentiras que se repiten en la región e impulsar el trabajo colaborativo de los chequeadores, será clave

que aumente la educación de los votantes sobre cómo funciona el sistema electoral y el fenómeno de la desinformación y las autoridades electorales brinden información sencilla y oportuna para llenar los vacíos informativos con información de calidad antes que lo hagan quienes desinforman.



David Hidalgo

Director periodístico del medio digital OjoPúblico. Es autor de los libros de no ficción “Sombras de un rescate” (Planeta, 2007 y 2017), sobre la última acción armada del grupo terrorista MRTA, y “La biblioteca fantasma” (Planeta, 2018), sobre el mayor caso de saqueo cultural en la historia de América Latina. Ha recibido varios reconocimientos nacionales e internacionales, como el Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación (2016), el premio a la Excelencia Periodística de la Sociedad Interamericana de Prensa (2017 y 2021), y el Premio de Derechos Humanos y Periodismo, entre otros.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

David Hidalgo: *La verdad es un bien público que puede determinar la estabilidad de una democracia y el control de una pandemia. Y como todo bien público, si cae en manos de traficantes, nos exponemos a crisis del presente que tendrán un alto costo en el futuro.*

Perú 2021: El año que vivimos en peligro

Una noche de junio del 2021, un conocido programa periodístico dominical de la televisión peruana presentó a un desconocido personaje que debía anunciar la prueba concluyente de un presunto fraude en el proceso electoral celebrado semanas antes para elegir al nuevo presidente de la república. El invitado se identificó como un exoficial de la marina, especialista en criptoanálisis. En los minutos siguientes, tras algunas preguntas elementales que evidenciaban la nula preparación de los dos conductores, el criptoanalista ofreció detalles confusos de un cálculo estadístico sobre las tendencias de votación detectadas en distintas zonas electorales. Según sus resultados, el cálculo de probabilidades hacía imposible que en un importante número de mesas se hubiera producido una votación tan alta hacia uno de los candidatos y casi nula para su competidora. Cuando le preguntaron a qué atribuía ese desenlace, el analista afirmó: “A mi parecer, una organización ha estado haciendo el cambio [en los datos de las actas electorales], falseando los resultados del voto popular”. El tipo no ofreció más prueba que su sola convicción en lo que decía. Cuando la entrevista terminó, la televisión peruana acababa de transmitir en horario estelar un flagrante episodio de desinformación que coronaba la campaña electoral más plagada de engaños de la historia reciente.

No fue el primero ni el último de esos casos. Para ese momento, el Perú vivía un clima de incertidumbre pocas veces visto en un país que, debido a la crisis política, había cambiado cuatro veces de presidente en menos de cinco años. Esta vez, los polos eran dos candidatos de posturas radicalmente opuestas que en conjunto apenas obtuvieron el 30% de las preferencias en la primera vuelta. Quiere decir que siete de cada diez peruanos en capacidad

de votar hubieran preferido a otra persona y, según la discusión en redes sociales, consideraban a cada cual el mal menor. De un lado estaba Pedro Castillo, un profesor rural ligado a grupos sindicales de izquierda que se había hecho conocido por liderar una dura huelga del magisterio; del otro, Keiko Fujimori, hija del exdictador Alberto Fujimori y lideresa de un partido político de derecha, investigada por presunto lavado de activos, que no hacía demasiado esfuerzo en deslindar con los crímenes que habían enviado a su padre a prisión. Los resultados de la segunda vuelta habían sido más parejos y cualquiera de los dos podía ganar.

El clima se había crispado todavía más con la abierta parcialización a favor de Fujimori por parte de los medios de comunicación tradicionales, desde las principales cadenas de radio y televisión hasta el pool de periódicos controlado por el principal grupo mediático del país. En el tramo de la segunda vuelta de la campaña era común ver en portadas de periódicos o programas periodísticos versiones acusatorias de que el entonces candidato Pedro Castillo no solo estaba relacionado con los sectores más extremos del movimiento sindical, sino incluso con grupos ligados a Sendero Luminoso, la sanguinaria organización terrorista que en los veinte últimos años del siglo XX empujó al país a un baño de sangre. Conductores de televisión y columnistas de esos periódicos analizaron el programa inicial de Castillo, salpicado de menciones al socialismo, para alertar a la población sobre el infierno comunista que convertiría al Perú en una mala copia del régimen que había destruido Venezuela o Cuba. Los espacios periodísticos daban espacio a personajes de las redes sociales para alimentar la hoguera. Una activista de extrema derecha llegó a decir públicamente que si Castillo llegaba a ser proclamado presidente, las madres jóvenes debían prepararse para que el Estado les quitara a sus bebés, que serían alimentados por un funcionario del partido comunista.

Conocidos los resultados del 6 de junio, que daban una ligera ventaja a Pedro Castillo sobre Keiko Fujimori -una diferencia de miles de votos que podía cambiar en cualquier momento- la estrategia del partido rezagado pasó a un plan más extremo: la construcción de la idea del fraude.

Fue una operación política de manual. A la mañana siguiente de la votación en segunda vuelta, la candidata Keiko Fujimori convocó a una conferencia de prensa para presentar supuestos indicios de actos planificados y sistemáticos para afectar la votación, pero no en los centros de cómputo, sino en las mesas electorales, donde se abrían las ánforas y se contaban los votos. La candidata estaba acompañada de los dos miembros de su plancha presidencial. Las presuntas evidencias fueron proyectadas sobre una pantalla gigante a un costado de la sala. Un video mostraba a un coordinador del partido de Castillo en una actividad en la que invocaba a su equipo a presentarse temprano en los locales de votación, para ofrecerse como miembros de mesa suplente si fuera necesario. Otro video registraba la intervención de la policía a un sujeto que

presuntamente tenía cédulas marcadas previamente. Y también se mostraron imágenes de actas electorales en las que se consignaba que el candidato izquierdista había obtenido más de cien votos, mientras que la candidata de la derecha aparecía con cero votos. Un resultado que los voceros calificaban de imposible. La tesis corría por una delicada frontera: no se acusaba al gobierno de haber orquestado unas elecciones fraudulentas, pero aducían que de alguna forma se había torcido la voluntad popular. El equipo de la candidata anunció que se haría un gran esfuerzo para recopilar todavía más elementos. Hacia los últimos minutos, Keiko Fujimori hizo una invocación que sería la base de la estrategia: pidió a sus votantes y a cualquier interesado en general que colocara datos de episodios parecidos y los etiquetara con el hashtag #Fraudeenmesa.

En seguida empezó a circular por las redes sociales una cantidad inesperada de mensajes que denunciaban supuestas irregularidades. Varios videos caseros, grabados con celular, mostraban actas presuntamente adulteradas, aparentes divergencias de digitación y omisiones de votos en la página web del Organismo Nacional de Procesos Electorales (ONPE), la entidad encargada de organizar los comicios y llevar el conteo para determinar al ganador. El mismo hashtag sirvió para personajes anónimos que decían haber visto cédulas de votación arrojadas a la basura en distritos populosos de Lima, como a políticos que salían a los medios a denunciar sospechas en el avance del conteo. Un conocido reportero de televisión publicó un video de sí mismo para alertar de que en la escuela donde su esposa había sido miembro de mesa al menos diez actas habían sido observadas de manera irregular. Un programa de televisión llegó a denunciar que en las actas electorales de otra mesa aparecía la firma de una persona ya fallecida. Todas estas versiones eran falsas.

Pronto se hizo evidente que no se trataba de una vorágine espontánea de denuncias ciudadanas. Lo que ocurrió fue una operación política organizada para cuestionar la legitimidad de las elecciones mediante una estrategia masiva de desinformación.

La estrategia estuvo basada en la puesta en acción de tres tipos de agentes que identifiqué de la siguiente manera: operadores políticos, operadores mediáticos y cuadrillas digitales.

El inicio público de la estrategia fue precisamente la conferencia de prensa en que la candidata Fujimori llamó a difundir en redes sociales denuncias con el hashtag #Fraudeenmesa. En principio, la expresión revelaba la finalidad de lo que entonces eran insinuaciones veladas: construir el argumento de que se había cometido una operación oculta y sistemática para cambiar los resultados de la elección, a pesar de que todas las misiones electorales extranjeras habían destacado la limpieza y legitimidad del proceso. En este punto, el grupo de operadores políticos incluyó desde voceros partidarios, congresistas electos

en la primera vuelta y organizaciones del sector privado que tomaron partido por la candidata. Una parte esencial de ese esfuerzo fue la participación de cuarenta abogados de los estudios más importantes de Lima en una suerte de auditoría de parte para detectar presuntas irregularidades¹. La iniciativa –que debió ser declarada como aportes de campaña por servicios profesionales– consistió en asesoría jurídica y la asignación de equipos formados por jóvenes practicantes de esos estudios en verdaderas maratones para la detección de detalles anómalos en el llenado de las actas electorales. El trabajo consistía en cotejar las firmas y otros datos de cada acta, cuyas copias digitales estaban disponibles públicamente en la web de la ONPE, con la información que aparecía en el servicio de pago en línea del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec). Varios de los casos presentados apuntaban a una presunta diferencia en las firmas de los miembros de mesa que aparecían en las actas y las que figuran en el registro oficial de identidad. Ese sería uno de los pilares de la estrategia.

Los operadores políticos

La tesis fue defendida públicamente por la excandidata presidencial Lourdes Flores Nano, una antigua adversaria del fujimorismo que en estas elecciones devino en una de las más fervientes defensoras de su heredera. Una noche de domingo, en otro sintonizado canal de televisión, Flores Nano se presentó para anunciar que tenía las evidencias del fraude cometido durante la votación del domingo 6 de junio. En cierto momento, la abogada exhibió unos documentos que identificó como peritajes realizados por un experto en grafotecnia, que, según dijo, confirmaban la falsificación de firmas en al menos cinco casos detectados durante la revisión realizada por los estudios de abogados. El problema, que la abogada no detectó y la periodista que la entrevistaba no se preocupó de verificar, es que los documentos estaban fechados el mes anterior a la realización de los comicios. Al día siguiente, y en medio de una avalancha de críticas, Flores Nano publicó en Twitter el link de una carpeta de Drive donde dijo que cualquier ciudadano podría ver los documentos originales. Esta vez, se trataba de documentos con la fecha cambiada, pero sin firma. La defensora adujo entonces que se trataba de los borradores, colocados por equivocación, y poco después hizo públicos los mismos documentos, con la fecha ajustada y la firma del mismo perito de parte. En menos de dos días, la principal defensora legal de la tesis del fraude sustentó la acusación en tres documentos distintos.

Otro operador político notorio fue Daniel Córdova, un economista y exministro que se convirtió en una suerte de embajador de la campaña del supuesto fraude. Córdova apareció en cuanto medio le dio espacio, primero

1 OjoPúblico: <https://ojo-publico.com/2997/abogados-de-grandes-estudios-aportaron-la-estrategia-del-fraude>

para alertar sobre las nefastas consecuencias económicas que a su juicio iba a traer al país un eventual gobierno de Pedro Castillo, y luego para defender la versión de que se había cometido un virtual robo de las elecciones. En julio del 2021 fue invitado por el escritor peruano Mario Vargas Llosa para hacer un llamado de alerta sobre el fraude en Perú durante un evento de la Fundación Internacional para la Libertad, una organización presidida por el premio Nobel y cuyo objetivo es “la promoción de la libertad, la democracia y el Estado de Derecho en Iberoamérica”. En ese evento, transmitido en vivo por redes sociales, el exministro dio tres versiones falsas sobre lo ocurrido en las elecciones²: Dijo que el día de los comicios, unas dos mil mesas de votación fueron tomadas por militantes de Perú Libre, el partido de Pedro Castillo, en un ambiente de hostilidad y violencia; también señaló que se habían detectado unas mil actas con firmas falsificadas comprobadas por peritos grafotécnicos; y además denunció que algunas actas habían sido llenadas por computadoras y que eso era imposible, porque el llenado se hace a mano. Verificadores de OjoPúblico comprobaron que no había una sola denuncia o evidencia de toma de mesas, tampoco había peritajes que comprobaban la falsificación de mil actas, y que las actas llenadas a computadora no eran una anomalía, sino parte de un programa digitalizado piloto que fue presentado públicamente desde antes de las elecciones con anuencia de representantes de distintas agrupaciones políticas.

Los operadores mediáticos

La difusión de versiones falsas sobre el fraude fue facilitada por una serie de agentes en el sector de la comunicación. En este rubro se identificó desde periodistas hasta canales de televisión que no solo tomaron partido por una de las candidaturas o extremaron su línea editorial a favor de otra, sino que se convirtieron en permanentes tribunas para difundir versiones no comprobadas o alejadas por completo de la verdad.

Un canal de cable se convirtió en punta de lanza de esta estrategia. El involucramiento se hizo expreso a lo largo de la campaña electoral a través de un portafolio de programas cuyos conductores emitieron versiones falsas o dieron tribuna a personajes que las emitieron con comodidad. Poco antes del inicio de la campaña, uno de esos programas informó que la Policía Nacional del Perú había incautado armas hechizas a los participantes de una de las mayores manifestaciones ciudadanas por la crisis política originada con la vacancia del presidente Martín Vizcarra promovida por el Congreso. La prueba era la foto de una suerte de rifle improvisado con dos tubos y un cartucho como munición. El caso desató una ola de críticas cuando se viralizó en redes sociales que la foto no correspondía al Perú, sino a una incautación

2 OjoPúblico: <https://ojo-publico.com/2876/exministro-daniel-cordova-no-dijo-la-verdad-en-foro-con-vargas-llosa>

realizada años antes por los Carabineros de Chile. El canal tuvo que emitir un comunicado para disculparse por lanzar una denuncia con información falsa. A pesar de este serio antecedente, durante la campaña electoral, uno de los conductores del espacio compartió en redes otra fotografía de rifles de largo alcance que presentó como evidencias de una asonada terrorista si Pedro Castillo perdía las elecciones. Verificadores de OjoPúblico confirmaron que la imagen correspondía a la incautación de un cargamento de armas de fuego que se llevó a cabo el año anterior en Colombia.

No fue el único caso ocurrido en el mismo canal. Quizá el episodio más recordado fue el de un programa de entrevistas que hizo pública la versión de que la vacuna de Sinopharm no servía. El caso se produjo a raíz de una entrevista a un candidato al Congreso por Fuerza Popular, el partido de derecha que llevaba como candidata presidencial a Keiko Fujimori. El candidato era el biólogo Ernesto Bustamante, exjefe del Instituto Nacional de Salud, que desde un inicio fue presentado por el partido como una autoridad en el campo científico nacional. En esta ocasión, Bustamante utilizó elementos de un informe preliminar para dar una lectura equivocada de los resultados que ponía en duda la eficacia de la vacuna y cargaba la responsabilidad en el Gobierno por haber comprado lo que calificó como “agua destilada”. El presentador de televisión, lejos de verificar previamente la noticia, que no fue espontánea, alimentó el dramatismo del anuncio con un abierto cuestionamiento a las autoridades y la insinuación de que esto solo podía explicarse por una trama oculta de intereses y poder. Casi como una reacción en cadena, figuras reconocidas de la comunidad científica desbarataron la supuesta denuncia con explicaciones sobre el tipo de documento que se había presentado y los conceptos que el candidato había tergiversado con el apoyo del periodista que lo entrevistó. Voceros del Gobierno de transición incluso deslizaron la posibilidad de plantear una denuncia por exposición de personas al peligro. No era una exageración: poco después, un prestigioso médico reveló que, según estimados sobre el proceso, dos millones y medio de personas dejaron de vacunarse debido a los efectos de la desinformación.

El uso mediático de la desinformación fue una herramienta política profusamente utilizada en las elecciones presidenciales y congresales del Perú en el 2021. Hubo candidatos que promovieron versiones falsas sobre una variedad de temas que iban desde la pandemia hasta la crisis política y distintos episodios de la historia reciente. En ese contexto, la estrategia del fraude electoral resultó una proyección del fenómeno que tuvo como protagonistas a los mismos actores. Entre los que se sumaron desde el inicio, por ejemplo, estuvo el excandidato presidencial Rafael López Aliaga, un empresario y líder del partido Renovación Popular, quien durante la campaña fue uno de los personajes a quienes verificadores de la red Ama Llulla detectaron más versiones falsas o engañosas en su discurso público: desde que existió un esfuerzo oficial para ‘homosexualizar’ a los niños a través del enfoque de género en los textos escolares hasta que el Estado destinaba 4 mil millones de

dólares al año en consultorías, en un evidente mal uso de recursos. “Corregir afirmaciones falsas como esas hechas por Rafael López Aliaga es una tarea necesaria”, escribió el prestigioso analista y catedrático Farid Kahhat en una columna de opinión en la que comparaba los efectos de esa retórica con la que aplicó Donald Trump en Estados Unidos.

En efecto, había semejanzas. López Aliaga, cuyo estilo confrontacional le atrajo la atención de los medios por sobre otros candidatos, denunció que se le había robado la elección en la primera vuelta, encabezó manifestaciones de partidarios de la ultraderecha para atacar la candidatura de Pedro Castillo e incluso en una de ellas hizo una invocación a su muerte que le valió una denuncia ante la Fiscalía por los presuntos delitos de amenaza de muerte e incitación al odio. Tras los resultados de la segunda vuelta, que daban como ganador a Castillo, López Aliaga se sumó a promover la estrategia del presunto fraude y durante una entrevista, en el mismo canal descrito líneas arriba, llegó a decir que detrás de ese fraude había elementos de la inteligencia cubana. Minutos después, lanzó una invocación pública a las autoridades electorales para que se repitiera la segunda vuelta y exigió la renuncia de los jefes de los organismos electorales y la participación de otros observadores internacionales “que den la talla”. En esta ocasión, otro de los entrevistadores más notorios del canal no solo lo ayudó a construir sus argumentos, sino que además aseguró que el fraude se había materializado a través de una empresa venezolana vinculada a Delaware, una jurisdicción estadounidense considerada entre las más opacas del mundo de los paraísos fiscales.

Ninguna de estas versiones pudo ser probada por sus difusores. El problema es que muchas alcanzaron una intensa repercusión en redes sociales, donde la narrativa del fraude fue incontenible.

Las cuadrillas digitales

Hasta ahora tenemos que la estrategia de la desinformación para instalar la narrativa del fraude tuvo como pilares a un grupo connotado de operadores políticos y operadores mediáticos. Pero el impacto de este movimiento no hubiera sido el mismo sin la dinámica de las redes sociales, que ahora se han convertido en el principal escenario de la agenda mediática en el Perú. Las instituciones oficiales realizan sus anuncios más relevantes en Twitter antes que en cualquier otro espacio y los medios de comunicación monitorean los pronunciamientos en esa red con la misma atención que en los espacios tradicionales como los pasillos del Congreso o las agendas de los personajes públicos. Hay que decir que la estrategia de la desinformación también estuvo enfocada en redes por motivos generacionales: según datos del padrón electoral, cerca de 7 millones y medio de personas, es decir el 30% de los votantes hábiles, tenían menos de 30 años.

El uso de las redes para la siembra de desinformación alcanzó un hito en la ya mencionada conferencia que pidió el uso del hashtag #Fraudeenmesa. Toda la avalancha de versiones inexactas o abiertamente manipuladas serviría justamente como argumento de los operadores políticos y mediáticos para hablar de la supuesta convicción ciudadana sobre el fraude y de cuantiosas evidencias de irregularidades, que en realidad no tenían sustento y eran parte de la misma estrategia. Una muestra, difundida bajo ese hashtag, mostraba el video de un grupo de personas en una charla política en la que el expositor recomendaba tachar la mayor cantidad posible de mesas electorales favorables 'a los enemigos'. El video estaba editado con subtítulos para sugerir que el personaje se refería a los fujimoristas, pero el audio no es claro y podría decir cualquier otra cosa. Otra muestra fue un tuit publicado por el presentador de televisión Diego Acuña, quien adjuntó la captura de pantalla de un acta firmada por un amigo suyo que había sido personero. Según Acuña, el acta figuraba como impugnada por el partido de Pedro Castillo. Este mensaje tuvo más de 6 mil likes y fue compartido más de 3 mil veces en Twitter. Sin embargo, la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) desmintió rápidamente la versión con capturas de pantalla de su propia web en las que se evidencia que el acta figuraba como "Acta electoral normal" y había sido contabilizada correctamente. Versiones similares circularon congregadas bajo la misma etiqueta: fotos, videos, capturas de pantalla o comentarios.

El activista y analista de redes español Julián Macías Tovar calculó que más de 125 mil tuits o retuits de esos días, publicados por 21 mil cuentas, llevaban la etiqueta #Fraudeenmesa planteada por Keiko Fujimori. La mitad de las cuentas que difundieron versiones con ese hashtag tenía menos de 100 seguidores y muchas fueron creadas en las 48 horas posteriores al día de las elecciones. El medio periodístico digital Convoca analizó más de seis mil tuits de los días siguientes a las elecciones e identificó que cerca de 300 casos correspondían a cuentas creadas cinco días antes de la votación de segunda vuelta y que algunas cuentas, sin seguidores ni mayor actividad, tuitearon más de 70 veces mensajes con la misma etiqueta. Pero uno de los indicios más evidentes de un proceso de automatización de esta estrategia digital -detectado por Macías Tovar- fue que un importante número de cuentas retuiteó mensajes con un hashtag que tenía el mismo error ortográfico. En el grupo analizado hubo cuentas que publicaron hasta 3 mensajes en un segundo.

Entre los participantes de esta dinámica de cuadrillas digitales puede contarse desde partidarios o militantes de partidos que siguieron a líderes como la propia Keiko Fujimori o Rafael López Aliaga, hasta personajes influyentes (en el sentido de personas con alto número de seguidores) y organizaciones civiles de derecha que replicaron las versiones y alimentaron la reacción de más usuarios en el mismo sentido. Por ejemplo, la etiqueta #Fraudeenmesa fue compartida por la cuenta @JovenesKonKeiko, que luego fue suspendida por Twitter. Y entre las organizaciones que apoyaron la tesis está la denominada Coordinadora Republicana, que emitió mensajes con las

etiquetas #NoAlFraude y #RespetamiVoto. En muchos casos, la campaña para promover la denuncia del supuesto fraude se mezcló con mensajes de odio y ataques generalizados a cualquier funcionario, personaje o institución que no estuviera a favor de la tesis fujimorista. De esta manera, la retórica política tuvo un correlato en las dinámicas de las redes sociales en una dimensión pocas veces vista en el país.

Si bien otros grupos del espectro ideológico también incurrieron en la difusión de versiones falsas o engañosas a lo largo de la campaña, el ejemplo descrito es un caso de estudio sobre el uso instrumental de la desinformación como herramienta política. De hecho, el despliegue de esta estrategia fue a múltiples niveles y alcanzó uno de sus clímax con el involucramiento de actores internacionales que replicaron las versiones a una escala global. El mejor ejemplo fue la participación del expresidente de Colombia Andrés Pastrana en diversas entrevistas y actividades en las que insistió en la tesis del presunto fraude por versiones que había recibido de amigos o conocidos peruanos, cercanos a Keiko Fujimori. Pastrana actuó como vocero de otros mandatarios agrupados en una organización denominada Iniciativa Democrática de España y las Américas (IDEA-Democrática), un foro integrado por ex Jefes de Estado y de Gobierno de la región. Al menos dos de esos expresidentes, el propio Pastrana y el español José María Aznar, participaron en un foro organizado por la fundación de Vargas Llosa para alertar sobre el peligro totalitario de Castillo y dar apoyo a la hija del exdictador Alberto Fujimori. Pastrana llegó a publicar en su cuenta de Twitter la versión de que el sistema informático del organismo electoral había sido intervenido por agentes venezolanos. Ante esta afirmación, la ONPE emitió una respuesta oficial, también en Twitter, para desmentir al exmandatario colombiano. “No compartas #FAKENEWS”, concluyó el mensaje de la autoridad electoral.

Aunque la estrategia no tuvo efecto, sus repercusiones van a durar mucho tiempo. Al momento en que terminé este texto, grupos radicales han arreciado sus ataques en redes sociales contra periodistas, personajes públicos e instituciones a las que consideran responsables de la tercera derrota electoral de Keiko Fujimori. No son solo insultos, sino amenazas directas de agresión física y quién sabe si hasta algo peor. El país está más dividido debido a las mentiras y discursos de odio que estallaron el mismo año en que debía celebrar de forma unánime el bicentenario de su Independencia. Si atendemos a esa paradoja histórica, el resultado de las elecciones del 2021 marcó para el Perú -parafraseando a un escritor mexicano- más que el sueño, el insomnio de un Libertador.



Erika Astudillo

Periodista multimedios con maestría Erasmus Mundus en Journalism, Media and Globalization con un enfoque en economía y finanzas. En sus ocho años de experiencia, se ha desempeñado como reportera en diferentes secciones de medios impresos, radiales y televisivos. En 2017 fue editora de la sección de Economía y Negocios en el diario El Telégrafo. Posteriormente, entre octubre de 2020 y mayo de 2021, durante el último periodo electoral del Ecuador, fue editora de Ecuador Verifica, plataforma especializada en fact-checking y combate a la desinformación. Actualmente se desempeña como coordinadora de comunicación en la Cámara de Industrias y Producción.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Erika Astudillo: *La constante búsqueda de la verdad nos permite combatir la desinformación. A pesar de que actualmente sabemos que un hecho puede tener “varias verdades” o perspectivas, el fact-checking, con sus diversas metodologías y técnicas, es un ejercicio periodístico que nos permite acercarnos más a la verdad con objetividad. El trabajo colaborativo para viralizar contenido verificado es el mayor reto que tenemos como medios y periodistas para combatir la desinformación.*

Chequeando la desinformación en tiempos electorales, la experiencia ecuatoriana

Eran finales de 2020 y Ecuador atravesaba un momento político, económico y social muy complejo, agravado por los efectos de la pandemia del Covid-19. Se vivía mucha incertidumbre y polarización frente al cambio de gobierno. El escenario era perfecto para que se active un gran flujo de desinformación y así fue.

Proyectando ya este panorama, Fundamedios, una organización que lucha a favor de la libertad de expresión y lidera el combate a la desinformación en el país, impulsó la coalición Ecuador Verifica. Esta coalición inició con más de 30 organizaciones aliadas – medios de comunicación, universidades y organizaciones sociales – y se convirtió en una plataforma especializada en fact-checking electoral. Desde allí viví de cerca, como editora, la ola de las *fake news* en esta temporada tan coyuntural.

El calendario político estuvo dividido en cuatro momentos particulares: la calificación de los partidos políticos y candidatos para participar en los comicios; los cuatro meses de campaña electoral por la primera y segunda vuelta; los días propios de las elecciones; y las semanas previas a la posesión del nuevo gabinete presidencial.

Estas etapas, en lo que a desinformación se refiere, estuvieron marcadas por contenidos virales que incluían montajes fotográficos, declaraciones sacadas de contexto, cifras engañosas, audios y videos editados, entre otros formatos. Entre octubre de 2020 y mayo de 2021, Ecuador Verifica detectó 233 contenidos digitales viralizados y sujetos a verificación. Es difícil clasificar este total como

alto o bajo por dos razones. En primer lugar porque Ecuador Verifica fue la primera experiencia periodística enfocada en fact-checking electoral durante unas elecciones presidenciales por lo que no hay una experiencia previa para comparar el número de verificaciones; y en segundo lugar porque la ola de desinformación es tan grande y automatizada, que rebasa la capacidad del monitoreo que como periodistas podemos realizar.

Sin embargo, los chequeos que Ecuador Verifica realizó, sí son una muestra relevante para conocer el tipo de desinformación que circuló durante esta temporada, sus tendencias e intenciones. Así, el 54% del contenido analizado fue identificado como falso; el 23% descontextualizado o impreciso; un 17% fue cierto; y un 6% inverificable, es decir, que no se encontraron fuentes suficientes para dar una clasificación al contenido.

¿En dónde circuló la desinformación?

De los 233 contenidos analizados, el 60% fue publicado en Facebook, la red social más utilizada en Ecuador con 14 millones de usuarios, según el informe Ecuador, Estado Digital de julio de 2021 elaborado por la consultora Mentinno. Los contenidos fueron detectados principalmente en cuentas aparentemente personales, en grupos ciudadanos o de apoyo a partidos políticos o en páginas con una clara intención política.

Twitter, con 1,2 millones de usuarios en el país, fue la vía para difundir un 20% de los contenidos detectados por Ecuador Verifica. Esta red social está entre las menos utilizadas en el país, pero allí se concentran los debates políticos y los temas más coyunturales.

Tanto en Facebook como en Twitter se detectaron perfiles de seguidores falsos o trolls que se activaban para viralizar ciertos contenidos. También fueron comunes perfiles o cuentas que registraban inactividad, en el último año por ejemplo, pero que se activaban justamente para posicionar un tema político del momento. O al contrario, se identificaron cuentas que se describían como medios de comunicación o cuentas personales, pero habían sido creadas pocos días antes del inicio de la campaña electoral.

La tercera vía para viralizar la información fue WhatsApp, con el 10% de la desinformación detectada. Finalmente, el 10% restante circuló en otras redes como Instagram, YouTube y TikTok.

Desinformación en todo tipo de formatos

En la última contienda electoral del Ecuador, 16 candidatos buscaban la presidencia de la República, una cantidad inédita de aspirantes. Sin embargo,

la desinformación se centró en los tres candidatos más oponentes y por ende más polémicos: Andrés Arauz, Guillermo Lasso y Yaku Pérez.

Los formatos más comunes de los contenidos desinformativos fueron declaraciones falsas o incompletas atribuidas a los presidentes, montajes fotográficos, videos o audios manipulados, o imágenes que pertenecían a un contexto diferente o a eventos del pasado.

Por ejemplo, se viralizó un video del candidato Andrés Arauz en el que aparentemente manifestaba que de llegar a la presidencia replicaría el modelo venezolano en Ecuador. El video era real y del momento, pero sobre él se había superpuesto un audio editado y que pertenecía a una entrevista anterior del mismo candidato. El montaje de la voz en el video no era tan evidente a simple vista ya que el político portaba una mascarilla, pues la jornada electoral se desarrolló en el contexto del Covid-19 y en Ecuador aún con un elevado número de contagios. No obstante al ver el video con detenimiento y con un breve monitoreo de las declaraciones de Arauz, se detectó el audio original.

También fue tendencia en redes sociales una supuesta oferta de campaña del candidato Guillermo Lasso de disminuir el salario básico de USD 400 a USD 120. Circularon audios manipulados y composiciones fotográficas que atribuían esa propuesta al político, incluso se decía que esa idea constaba en su plan de gobierno. Sin embargo, se detectó que Lasso sí había hecho una propuesta similar, pero casi un año antes del inicio de la campaña electoral y como medida temporal de flexibilización laboral para enfrentar la emergencia sanitaria. Además, en su plan de Gobierno no constaba la propuesta.

Otro contenido engañoso que circuló en redes sociales fue un video de Yaku Pérez, aparentemente en estado etílico y se indicaba que habría sido detenido por conducir en esa condición. Posteriormente, se comprobó que el video había sido sacado de contexto, porque lo que realmente se mostraba era a Pérez siendo detenido durante una manifestación en contra de la actividad minera en 2018 y se comprobó que su denuncia constaba en los registros judiciales.

Adicionalmente, circularon titulares llamativos pero con información descontextualizada o falsa, utilizando la tipografía y logos de medios de comunicación reales; imágenes antiguas y con conexiones engañosas sobre el pasado político o personal de los candidatos; y no se puede dejar de mencionar montajes fotográficos de los candidatos recibiendo la vacuna contra el Covid-19. Las fotos originales en muchos casos, pertenecían a otros países y sobre el mismo cuerpo, se colocaba la imagen de un candidato diferente.



Esta imagen utiliza la tipografía de Diario El Comercio, pero el contenido no había sido publicado por ese medio. Además detectamos que la foto original pertenecía a la Agencia EFE y sobre ella se realizó un montaje. <https://ecuadorverifica.org/2021/02/01/yaku-perez-vacuna-covid-19/>



Esta imagen fue difundida por una cuenta que utiliza la misma línea gráfica que Diario El Universo, pero se denomina El Burriverso y difundió este contenido sin el contexto adecuado. <https://ecuadorverifica.org/2021/04/02/guillermo-lasso-se-refiere-a-la-carga-impositiva-de-las-empresas-en-su-plan-de-gobierno/>

Estos son solo ejemplos del tipo de contenidos que circularon durante la campaña electoral. Tienen en común que abordan temas delicados o que generan temor, atrapan la atención de las audiencias, causan preocupación, provocan expandirlos por las redes antes de ser verificados y pueden manipular la opinión ciudadana.

Tal como lo explicó Claudia Rodríguez, académica de la Universidad Técnica Particular de Loja y experta en desinformación, en una entrevista con Ecuador Verifica realizada en abril de 2021: la desinformación causa daño, no solo a la democracia, sino también al orden social, a la salud pública y a la convivencia entre seres humanos. “La desinformación coadyuva además a fomentar discursos de odio (...). Se generan opiniones o información sin sentido o fundamento real que ayudan a que la gente tome decisiones”, añadió la especialista.

Ecuador Verifica analizaba un promedio de 10 contenidos desinformativos a la semana durante los ocho meses de coyuntura electoral, pero una semana

antes de los cierres de campaña de primera y segunda vuelta, el flujo se duplicaba. A pesar de estar aún con restricciones de movilidad a causa de la pandemia y en actividades prácticamente virtuales, se percibía un ambiente de incertidumbre política y de sobre saturación de información y desinformación.

En el libro *El periodismo ante la desinformación*, publicado por la Fundación Gabo en mayo de 2021, Patricia Campos Mello, reportera y columnista de Folha de S.Paulo, denomina a fenómenos como este “la manguera de falsedades”, una técnica de expandir desinformación identificada en Rusia. Esta estrategia, señala la publicación, trata de bombardear a las personas con información falsa desde todos los canales: Facebook, correos electrónicos, WhatsApp y Twitter. “El propósito es causar confusión. Llega un punto en el que las personas ya no saben qué es cierto y qué no. Y después ya ni les importa”, describe Campos Mello.

El día de las elecciones en medio del Covid-19

Otro pico de la corriente de la desinformación ocurre en el propio día de las elecciones. En el caso ecuatoriano la primera vuelta se realizó el 7 de febrero, y la segunda, el 11 de abril de 2021. La particularidad de la jornada era el protocolo de bioseguridad para disminuir el riesgo de contagios del Covid-19. Esto sin duda, fue un tema más de confusión ciudadana y otra “fuente de inspiración” para generar desinformación.

Circularon publicaciones que indicaban que si una persona acudía a su recinto electoral sin mascarilla, visor, ni su propio esfero, no podría ejercer su derecho al voto, lo cual era falso, pues el protocolo de bioseguridad solo demandaba la mascarilla. Sin embargo, este tipo de contenidos generaba confusión en la ciudadanía.

Mensajes como este circularon por WhatsApp previo a los comicios de primera vuelta. Un usuario solicitó directamente la verificación a Ecuador Verifica. <https://ecuadorverifica.org/2021/02/05/visor-no-obligatorio-elecciones/>



A medida que la jornada avanzaba, circulaban audios o videos con imágenes borrosas, especialmente vía WhatsApp, que anunciaban pactos políticos entre candidatos o supuestos fraudes electorales. Estos contenidos fueron muy difíciles de verificar, pues mientras más se viraliza el contenido en la red de mensajería instantánea, pierde su información para realizar un rastreo de su posible origen y las herramientas digitales para verificar información no arrojaban resultados sostenibles, al menos en ese momento en el que predomina la inmediatez. Además, para afirmar o desmentir un fraude, se requiere un análisis más profundo del tema.

Justamente, generar alarma ante supuestos fraudes electorales es un tema que primó el día de los comicios. Por ejemplo, circularon fotos y videos que alertaban de supuestos robos de urnas o que un grupo de personas marcaban papeletas electorales fuera del recinto electoral para apoyar a cierto candidato. Cuando lo que en realidad mostraban esas imágenes era el voto asistido a personas de la tercera edad o con discapacidad, que por su condición no entraban a los recintos electorales. Sin embargo, un ciudadano que desconoce el proceso o no analiza el detalle del contenido, puede dejarse llevar fácilmente por la información falsa.

Y previo al pronunciamiento de los resultados preliminares por parte de la autoridad electoral, también circuló una gran cantidad de imágenes con resultados manipulados. Por ejemplo, exponían datos del voto en el extranjero como resultados finales. También mostraban resultados a favor de un candidato suplantando los logos de las empresas encuestadoras para dar una aparente credibilidad al contenido. Esto también contribuía a alimentar una idea de fraude electoral y a no creer a los medios de comunicación formales o al organismo electoral cuando efectivamente se pronunciaban los resultados oficiales.

En el caso de la primera vuelta electoral en Ecuador, había muy pocas décimas de diferencia entre los candidatos que se disputaban el segundo puesto, Guillermo Lasso y Yaku Pérez y el pronunciamiento de los resultados oficiales tardó casi una semana. Esto causó muchas especulaciones y el eje de la verificación fue tratar de explicar a la gente las razones de la demora en la entrega de resultados.

En cambio, en día de la segunda vuelta el flujo de desinformación fue menor, aunque no faltaron los contenidos virales con frases atribuidas a políticos influyentes a favor de uno de los candidatos.

Medios de comunicación, como Ecuador Verifica, se anticiparon a explicar los protocolos de bioseguridad para acudir a las urnas y el proceso de emisión de resultados. Además, el Concejo Nacional Electoral mejoró el proceso de conteo y los dos candidatos que competían, aceptaron los resultados. Considero que estos elementos contribuyeron para que la desinformación, como estrategia política, disminuya notablemente.

El día de la segunda vuelta se le atribuyó Xavier Hervas, ex candidato presidencial, una frase a favor del voto nulo, pero fue falso. La página que difundió ese contenido se creó ese mismo día y ahora no está disponible. <https://ecuadorverifica.org/2021/04/11/falso-hervas-votar-nulo/>



Pero no se detuvo...

Tras conocer los resultados electorales definitivos y durante las semanas previas a la posesión del nuevo presidente de la República, su gabinete y el nuevo grupo parlamentario, el flujo de desinformación bajó su intensidad, pero no se detuvo. Los temas giraron en torno a quiénes serían los nuevos ministros, por ejemplo. En este sentido circularon un sinnúmero de listas falsas del equipo del nuevo gobierno.

Independientemente de las particularidades de cada momento de la época electoral en Ecuador fuimos testigos del funcionamiento de la desinformación, o de al menos uno de sus modelos. “La desinformación no pasa meramente por el contenido o por el dispositivo tecnológico, sino que obedece a un proceso mucho más sofisticado: funciona con la retroalimentación de propaganda permanente”, dice Jean-François Fogel, maestro y presidente del Consejo Rector de la Fundación Gabo, en el libro publicado por la organización.

Fogel se refiere al modelo de “feedback loop” o “bucle de retroalimentación de propaganda” presentado en el texto Propaganda en red, de Yochai Benkler, Robert Faris y Hal Roberts, académicos de la Universidad de Harvard. “En mi opinión, es el modelo que demuestra que la desinformación no es simplemente entregar un contenido falso y botar este contenido en las redes sociales, sino que se trata de agrupar algo donde se produce un sistema encerrado de desinformación”, señala Fogel.

Este proceso de desinformación, apunta el experto, está relacionado con las demandas de un público que busca confirmar sus creencias con noticias y opiniones. De modo que va hacia un medio (sitio web, cuenta en una red social, líder de opinión) para confirmar que tiene una “visión acertada” de la realidad. A esto se suma una estrategia que puede originarse del mismo político que busca visibilidad y entrega, mediante diferentes vías, la información que solo él desea transmitir. “Tenemos, entonces, un doble movimiento, que

está muy cerrado. Por lo tanto, es un doble bucle de retroalimentación de propaganda”, concluye Fogel.

La forma de romper estos modelos de desinformación, es justamente con medios de comunicación independientes o especializados en la verificación de datos, para entregar información objetiva y contextualizada para que la audiencia no se quede solo con una versión de los datos o hechos.

Chequeo al discurso público de los candidatos

Es parte de las estrategias de campaña política que los candidatos busquen posicionar una idea con datos manipulados, sacados de contexto e incluso falsos y así ser fuentes de desinformación. Por ello, otra arista del trabajo de Ecuador Verifica fue la verificación del discurso público de los 16 candidatos a la presidencia. En total, se escogieron 129 frases entre octubre de 2020 y mayo de 2021, la mayoría de ellas se emitieron durante cuatro debates presidenciales.

De las 129 frases verificadas, el 36% tenía datos o información imprecisa o descontextualizada; el 31% fue falso; un 29% fue cierto; mientras que del 3% sobrante no se pudo verificar su veracidad con fuentes oficiales ni expertos.

Ecuador Verifica asumió el reto de hacer verificaciones en vivo durante los debates presidenciales. Este ejercicio pretendía aclarar y contextualizar inmediatamente los pronunciamientos de los candidatos para que la ciudadanía reciba la información verifica en tiempo real y también era una forma de prevenir la propagación de desinformación en los días posteriores a los debates.

Este ejercicio definitivamente fue un reto periodístico, pues además de identificar las frases verificables en vivo, había que realizar la verificación en pocos minutos con las fuentes oficiales y expertas disponibles en ese momento (por lo general fin de semana por la noche).

En estos eventos, fue muy importante la colaboración de periodistas de medios de comunicación aliados a la coalición Ecuador Verifica como Vistazo, quienes se unieron al equipo de cuatro periodistas que hacíamos las verificaciones normalmente. El trabajo colaborativo con ellos, fue una gran contribución sobre todo por su experiencia en temas políticos y económicos que permitía dar más contexto a las verificaciones.

Los pronunciamientos que incluían indicadores económicos o sociales eran los más rápidos de verificar porque en su mayoría se encontraban disponibles en bases de datos públicas. Pero cuando los políticos hacían referencia a procesos legales, casos de corrupción en específico, la verificación se

complicaba y había que hacer una pausa para definir si era viable verificar el contenido en ese instante o no.

Al realizar este ejercicio nos topamos con una de las limitaciones del chequeo informativo que ocurre cuando un hecho tiene distintas interpretaciones y contextos y eso dificulta dar una categoría al pronunciamiento. Fogel resalta que esta dificultad ocurre sobre todo al calificar una frase como verdadera, pero considero que es una dificultad al momento usar cualquiera de las clasificaciones. “La verdad es un ingrediente difícil de garantizar. Una noticia normal es una noticia mezclada: nunca es ciento por ciento garantizada como acertada”, reflexiona el académico.

Por lo que para hacer este tipo de ejercicios y sobre todo en vivo, los verificadores deben ser muy cuidadosos al momento de seleccionar las frases a analizar; y como en el periodismo en general, no dejarse llevar por la adrenalina de publicar un “falso” a un político.

¿Tuvo impacto el fact-checking electoral?

En el caso ecuatoriano, aunque sin duda se repite en el resto de países, la desinformación ha ahondado más la falta de credibilidad en las instituciones públicas y medios de comunicación tradicionales, profundizó la polarización política en los momentos más candentes de la campaña electoral, generó confusiones y llegó a desviar el debate hacia temas que daban más peso al pasado político de un candidato en lugar de generar más espacios de análisis de las nuevas propuestas de gobierno, por ejemplo.

El flujo de la desinformación es tan grande que los esfuerzos de los medios verificadores pueden parecer aún pequeños. La ola de la desinformación es creciente, primero por toda la maquinaria detrás para difundir y viralizar mensajes, incluso de forma automatizada. Pero esto, también se alimenta con el comportamiento y las reacciones humanas.

Un estudio publicado por la Revista Science en 2018 sobre La difusión de noticias verdaderas y falsas concluyó que la información falsa en Twitter tiene un 70% más de posibilidades que una información veraz, lo que ayuda a multiplicar la difusión de estos contenidos. Esto justamente ocurre, porque la información falsa es más “sexy”, llega a nuestras emociones y reafirma nuestras creencias. Estas características provocan que muchas personas compartan un contenido, sin detenerse a analizar su veracidad o intensión. En consecuencia se ha detectado que las mentiras viajan entre seis y ocho veces más rápido que las noticias verificadas.

En Facebook sucede algo similar. Los usuarios falsos habituados a “impulsar” historias en esta red social, sumadas a las personas reales a las que se paga

para que les “guste” el contenido, acentúan la tendencia natural que hace que algunos mensajes se repitan y adquieran vida propia, explica la investigación denominada *Understanding and Reducing the Spread of Misinformation Online* y realizada por académicos de la Universidad de Regina de Canadá y del Instituto Tecnológico de Massachusetts. La repetición infinita enardece a las personas (del mismo modo que en las manifestaciones políticas se utilizan cánticos repetidos), haciendo que les resulte más difícil parar y comprobar las noticias.

Los académicos de ese mismo estudio, demostraron también que la mayoría de las personas son capaces de distinguir el periodismo serio de las noticias falsas, y además están de acuerdo en que es importante divulgar la verdad. Sin embargo, es curioso que ese mismo grupo de personas compartía con despreocupación titulares llamativos y con datos contradictorios sin cuestionarlos. La investigación determinó que mientras los ciudadanos navegaban por internet en un estado de distracción, se dejaron llevar por las emociones y su partidismo.

¿La solución?

Tomo las palabras de Cristina Tardáguila, periodista y directora adjunta de la International Fact-Checking Network (IFCN), quien en una entrevista con Ecuador Verifica en noviembre de 2020, apuntó que la lucha contra la desinformación tiene dos caminos.

La primera vía en el corto plazo, es incentivar el trabajo colaborativo. “Ninguna redacción es tan grande para hacer el trabajo sola”, aseguró Tardáguila. Y esto se comprobó en el trabajo de Ecuador Verifica durante la época electoral. Los medios de comunicación, muchos de ellos de cobertura nacional, replicaban nuestras verificaciones y eso ayudó a que nuestras publicaciones tengan más eco que al estar publicadas en un solo sitio web. Periodistas de canales de televisión y emisoras de radio también utilizaban nuestro contenido verificado para cuestionar a los candidatos durante sus entrevistas.

El trabajo colaborativo también fue muy importante durante la verificación en vivo de los debates presidenciales porque más manos expertas nos permitieron hacer más verificaciones en las noches de los debates.

Adicionalmente, fue muy enriquecedor trabajar de la mano de otros fact-checkers expertos, también parte de la coalición, con los que intercambiábamos criterios y herramientas de verificación. En los días de los comicios, el trabajo con AFP Factual fue muy interesante por el intercambio de información que tuvimos para publicar verificaciones más completas.

La segunda vía, a largo plazo, dice Tardáguila, incluye educación mediática en todos los niveles de la población y “presionar a las plataformas para nos den más información sobre el tamaño del monstruo contra el que luchamos. Les cuesta mucho a las plataformas reconocerse como un espacio desinformativo que lo son y no comparten con el público general el tamaño del problema. Me encantaría que las plataformas apoyaran como política empresarial iniciativas de educación mediática”, señala la periodista.

La buena noticia es que parte de lo que menciona Tardáguila sobre las plataformas tecnológicas ya está sucediendo. Cada vez más, las empresas propietarias de las redes sociales se preocupan más por combatir la desinformación. WhatsApp por ejemplo alerta que un mensaje ha sido “enviado muchas veces”, lo que puede ser una primera señal para sospechar de un contenido que recibamos en nuestros teléfonos.

Facebook también ha demostrado su interés en combatir la desinformación y justamente al inicio de la temporada electoral, Ecuador Verifica concretó una alianza con esta red social para ser parte de su red mundial de verificadores de datos. Gracias a este trabajo en conjunto, los verificadores acceden a información viral de momento y luego de realizar la verificación, la reportan directamente en Facebook e inmediatamente los usuarios pueden conocer si la información es falsa o engañosa. Durante las elecciones, entre 20 y 30 contenidos mensuales fueron reportados a la red social como falso o carentes de contexto.

De esta manera Facebook muestra un contenido reportado como falso.



Posterior a la calificación de contenido de los verificadores de datos, Facebook analiza los reportes, su frecuencia y otras características que pueden llevar a sanciones o cierre de las cuentas reportadas.

Como muestra del trabajo que Facebook realiza para combatir la desinformación, en julio de 2020, Facebook informó que eliminó 38 cuentas,

76 páginas y 55 cuentas de Instagram por violar su política contra la “interferencia internacional”. Estas, según el reporte, tenían sus orígenes en Ecuador y Canadá y estaban involucradas en una forma de desinformación denominada: “Comportamiento no auténtico coordinado”. Las personas que estaban detrás de esta actividad se coordinaban entre sí y utilizaban cuentas falsas como parte central de sus operaciones para engañar a la gente.

De acuerdo al análisis de Facebook, la actividad se originó en Ecuador y en Canadá y se enfocaba en Ecuador, El Salvador, Argentina, Uruguay, Venezuela y Chile y se encontró vínculos con consultores políticos y exempleados de gobierno en Ecuador.

En el último informe de Facebook de abril de 2021, la compañía informó que eliminaron 390 cuentas, seis páginas y 17 cuentas de Instagram de España y Argentina que apuntaban a Ecuador.

Esto es una muestra de que plataformas como Facebook sí están interesadas en combatir la desinformación. El reto quizá está en detectar con más anticipación los contenidos engañosos para evitar que se viralicen, así como las cuentas que podrían crearse con ese fin.

A un WhatsApp de combatir la desinformación

Cristina Tardáguila y muchos otros expertos en desinformación coinciden que en el largo plazo, la alfabetización digital y la educación mediática es la mejor forma de combatir la desinformación. Debe ser un trabajo constante de los verificadores capacitar a diferentes grupos poblacionales para construir consumidores de información más responsables.

Durante la época electoral, Ecuador Verifica dictó unos cinco talleres sobre el uso de las herramientas de verificación a estudiantes de periodismo, periodistas y ciudadanos en general. Con explicaciones claras sobre los impactos de compartir un mensaje sin verificar y consejos sencillos para que cada persona haga una breve verificación, los participantes hacían conciencia de lo que significan las olas de desinformación. Además, si los asistentes a los talleres difunden lo aprendido, en un chat familiar por ejemplo, se habrá multiplicado el efecto de las capacitaciones, pues la lucha contra la desinformación es tarea de todos.

Ecuador Verifica tiene un canal de WhatsApp para que la ciudadanía pueda solicitar una verificación directamente. Cada vez que llegaba un pedido, personalmente, lo consideraba un éxito de nuestro trabajo. Significaba que una persona, el lugar de reenviar un mensaje posiblemente engañoso a todos sus contactos, dudó y se tomó unos minutos para solicitar una verificación a un medio especializado en el que confía. Durante la época electoral, recibíamos un promedio de cinco pedidos de verificación a la semana y eso nos comprometía a hacer un trabajo mucho más rápido y claro para evitar

que ese mensaje engañoso siga circulando. Además, esta vía nos permitía acercarnos más a nuestra audiencia y de forma personalizada.

Los desafíos del fact-checking electoral van en aumento

El maestro Jean-François Fogel explica, en el libro publicado por la Fundación Gabo, que “el fenómeno de la desinformación seguirá aumentando y multiplicará también los desafíos del periodismo, especialmente en 70 países (entre los que se encuentra Ecuador) con fuerzas políticas o gobiernos involucrados en la manipulación de medios sociales, según una investigación de la Universidad de Oxford, publicada en 2019”. Esa institución identificó distintas iniciativas mundiales, organizadas por los gobiernos o desde la sociedad civil, para distribuir contenido engañoso a través de plataformas digitales.

A esto se suma el crecimiento de usuarios digitales con más dispositivos móviles y cada vez con mejor conectividad a Internet, lo cual favorecerá la propagación de información que busque causar daño o caos en la sociedad.

Es por ello que hay que fortalecer a los medios verificadores y asimilar las experiencias y enseñanzas como las que dejó Ecuador Verifica en su primera etapa. Una de ellas es incentivar más el trabajo colaborativo entre periodistas y medios de comunicación para realizar más y mejores verificaciones. Además este compromiso debe ser a largo plazo y no solo en las temporadas más coyunturales.

En el caso particular de la época electoral es importante fortalecer las alianzas con los organismos electorales para tener información oficial de primera mano y con ella incluso adelantarnos a la desinformación.

Adicionalmente considero que el trabajo de verificación debe ir más allá del análisis de un contenido viral, sino que debe apuntar a investigar el origen de la desinformación: los mentalizadores de estas estrategias y su *modus operandi*.

Finalmente, llegar a un público más amplio siempre será un reto. Una vía puede ser acercándose a nichos interesados en el combate a la desinformación como aquellas personas que realizan sus consultas vía WhatsApp. De esta forma, ellos pueden replicar las verificaciones y los mensajes de la lucha contra la desinformación. Esta es solo una estrategia que se podría aplicar, entre muchas otras, para que poco a poco el combate a las *fake news* se convierta en una causa ciudadana. Solo así la lucha contra desinformación tendrá éxito.



Pablo Andrés Rivero

Cientista político (Universidad Nuestra Señora de La Paz, Bolivia) y Máster en Comunicación Política Internacional y Campañas (Kingston University, Reino Unido). Especialista en campañas, advocacy y comunicación política. Trabaja en Oxfam Internacional, ha escrito informes regionales y globales sobre narrativas, medios, comunicación digital y desigualdad.

Investigador y docente invitado en Comunicación digital en la universidad Católica Boliviana "San Pablo" en La Paz, Bolivia. Su ámbito de estudio se centra en la comunicación política, los nuevos medios y la influencia de entornos digitales en campañas (electorales y de persuasión).

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Pablo Rivero: *La realidad, los hechos y los datos en la era de la posverdad se han vuelto interpretativos, adaptables e incluso intercambiables. Llegar o demostrar la verdad exige aún más rigor, colaboración y ética que antes.*

La recurrente búsqueda humana de la verdad, ese esfuerzo por la constatación inequívoca de los hechos y que otorgue certezas, se ha vuelto ahora una disputa de narrativas que buscan imponerse, la lucha entre «verdades alternativas a la medida» que los grupos de intereses y de poder buscan imponer potenciados por la simple posibilidad de «crear una verdad» a dos clics de distancia.

Confeccionando la verdad a medida: desinformación y disonancia cognitiva en la erosión democrática

La mentira es un viejo recurso del poder. Corporaciones, grupos de intereses o redes de variopinto propósito desde hace siglos han distorsionado los hechos para instalar una narrativa que valide un argumento útil a sus propósitos, que una posición gane el favor público por encima de los hechos y que, en última instancia, esos intereses motivados queden aislados del escrutinio público.

La mentira como artilugio utilitario al servicio del poder desde siempre ha buscado contaminar el dominio público e instalar percepciones y opiniones que moldeen las decisiones, el cambio o el statu quo. En el último siglo, los vehículos transmisores de esa infección han sido sobre todo los medios y las plataformas tecnológicas de información.

Los medios no estuvieron ni están exentos del entramado del poder, por supuesto. Su capacidad de influencia es sustantiva dada esa llegada masiva, cercana y, hasta hace poco casi exclusiva a la ciudadanía –antes de las plataformas sociales en internet o “redes sociales” rompieran ese monopolio. Es necesario establecer, siguiendo con el clásico estudio de la comunicación de masas Teun Van Dijk, que “los medios de comunicación no son un mediador neutral, lógico o racional de los acontecimientos sociales, sino que ayudan básicamente a reproducir ideologías” (van Dijk, 199:28).

En paralelo, es necesario reconocer que la misión del periodismo de investigar, interpretar y presentar al público los hechos desde la objetividad, la imparcialidad y el equilibrio sufre erosiones de consideración.

El periodismo se asume como la tarea de reflejar los hechos sin sesgos o tendencias sin desviar la noticia por inclinaciones u opiniones personales, al tiempo que se esfuerza por reflejar las aristas de un hecho noticioso, otorgando el espacio y la voz a todas las posiciones. Así, la conclusión y posición final está en el público. Sin embargo, al observar la práctica periodística desde las teorías de la *agenda-setting* y del *encuadre* (Santiago-Guervós, 2020), así como el impacto de la desinformación¹ en la era de la posverdad, esta afirmación cada vez está más en entredicho o cuando menos, relativizada.

El periodista español Gumercindo Lafuente argumenta que “Vivimos sumergidos en un barullo terminológico que intenta confundir todo el rato comunicación, publicidad y marketing con periodismo. Las ‘fuerzas del mal’ de la política y la economía están aprovechando la debilidad del modelo de los medios, acosados por la pujanza de internet y las redes, para colocar en su portería los goles que durante años los periodistas estábamos acostumbrados a detener” (Lafuente, 2016).

En la era del internet, de la información en tiempo real, de las multipantallas y de la hipervisualidad², la posibilidad de relativizar la verdad y moldear los hechos a conveniencia o gusto es, irónicamente, moneda cotidiana en las redes sociales. Pero, ¿y si ocurre con los medios? ¿Cómo afecta la desinformación y los sesgos cuando llegan o se generan desde los propios medios en el ejercicio de la ciudadanía? ¿La desinformación y los sesgos cognitivos y emocionales ponen en riesgo la democracia, las libertades y las garantías democráticas?

Este texto indaga la relativización cognitiva-emocional de los hechos, la posibilidad de encontrar una “versión de la verdad a la medida” de creencias o intereses en entornos digitales y en los propios medios que, en última instancia, podrían alimentar las fracturas sociales y erosionar las bases de la credibilidad sobre las instituciones democráticas, la confianza en la mediación informativa de los medios y esa misión entregada al escrutinio público para el bien común.

1 En este documento no se emplea el término “noticia falsa”. Como explica un breve artículo de la Fundación Gabo: “Es un oxímoron. Las noticias son noticias precisamente porque son reales y han sido verificadas como tal. Cuando los medios se refieren a las mentiras en esos términos están poniéndose en un riesgo innecesario. Al aceptar el concepto “noticias falsas”, aceptan también que otros llamen a su propio trabajo de la misma manera. De esa manera se relativiza el engaño y se pone al periodismo en el mismo plano de quienes quieren confundir.” Ver: <https://fundaciongabo.org/es/blog/convivencias-en-red/por-que-no-usar-el-termino-noticias-falsas>

2 Vivimos experiencias de consumo información en muchas pantallas a la vez. Piense, por ejemplo, en un evento deportivo, mientras se transmite ‘en vivo’ por la televisión, millones de personas comentan e interactúan por plataformas sociales desde sus móviles. A su vez, el consumo informacional es cada vez más ‘visual’, apoyado o condicionado a recursos visuales ágiles, atractivos y cada vez más cortos.

La triple crisis

Hace un año, en un discurso tras ser nombrado nuevo director del servicio noticioso británico, la BBC, Tim Davie reivindicaba la imparcialidad del periodismo como un pilar ético que oriente no solo la práctica periodística, sino también el comportamiento cotidiano de las y los periodistas. Davie señaló enfáticamente que “Si quieres ser un columnista obstinado o un activista partidista en las redes sociales, esa es una opción válida, pero no deberías trabajar en la BBC”³.

Más adelante, Davie aclara: no se trata de renunciar al debate público o de posiciones inequívocas frente al racismo, por ejemplo, sino que se necesita una distancia evidente de las agendas particulares, de los intereses políticos y por tanto un espacio para escrutar sobre la verdad.

Al margen de los acuerdos, matices o distancias que pueda tenerse sobre la imparcialidad, el debate señala una necesidad urgente de resignificar la práctica periodística, pero también en enfrentar de manera sistémica (medios, gobiernos, actores públicos, empresas tecnológicas) los retos que suponen el hiperrelativismo en redes sociales e internet que va en “exceso de velocidad”: los hechos llegan al instante seguido de un vendaval de ángulos y versiones -muchos fabricados y tendenciosos- que alejan al público de la noticia contextualizada, constatada y contrastada. Ya no hay tiempo, las “verdades relativas” se instalan en el dominio público abriendo paso a la disputa de las narrativas, a las versiones acomodadas, al peso de las agendas y no de la realidad.

Así, es común leer o escuchar en las llamadas redes sociales o las plataformas digitales de mensajerías⁴ adjetivos y señalamientos que desacreditan el trabajo de los medios y debilitan su confianza frente a la ciudadanía. Es más, la gente cada vez más identifica a estas plataformas en internet como los “canales” preferentes para “informarse”, ignorando los sesgos predeterminados de los algoritmos, las “cámaras de eco” (Bux, 2021) y la intervención directa de grupos de interés ante la incertidumbre con piezas de desinformación.

Este desafío planteado al ecosistema mediático y la práctica periodística alcanza también a las propias instituciones democráticas y las garantías democráticas de la libertad de expresión, la confianza ciudadana en las instituciones y el ejercicio de una ciudadanía informada.

3 Las lecciones de ética periodística que deja el discurso del nuevo director de la BBC, disponible en:
<https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/debate/objetividad-imparcialidad-equilibrio-que-es-lo-que-se-espera-de-un>

4 WhatsApp es un canal de amplificación de estas narrativas y frecuentes piezas sesgadas o de desinformación.

De tal modo, se puede caracterizar La actual crisis en tres dimensiones entrelazadas, que alimentan su complejidad, retan su supervivencia y que a su vez son parte de la erosión democrática y de garantías de derechos en el mundo.

En primer lugar, es ya sabido que hay una crisis global del modelo de negocio en el ecosistema mediático, con cada vez menos ventas, menor valor publicitario y mayor generación de contenido de manera “directa” en redes sociales. Salvo excepciones o disrupciones a cargo de preclaros e innovadores proyectos periodísticos independientes⁵, la mayoría de medios alrededor del mundo enfrentan enormes dificultades para mantener planillas, innovar y mantener la confianza de la ciudadanía (que a su vez se traduzca en monetización o algún modelo de pago).

En segundo lugar, los medios y la sociedad civil en general se enfrentan a cierres cada vez más severos y amenazantes del espacio democrático y la libertad de prensa. El asedio sistemático de grupos de interés que han capturado el Estado (Cortés, 2021), con el consecuente cierre de espacios⁶ para la libertad de expresión y el ahogamiento de fuentes de financiación para quienes se mantienen críticos al poder constituyen amenazas⁷ serias a la existencia misma de un ecosistema mediático plural, de calidad y neutralidad política.

En tercer lugar, nos enfrentamos a la crisis de la desinformación en la ‘era de la posverdad’. Siguiendo con la periodista y académica peruana Jacqueline Fowks, “nos enfrentamos a circunstancias de opinión pública en las cuales los mensajes tienen más que ver con las emociones (valores / prejuicios) y no con los datos de la realidad o los hechos comprobables.

Fowks aclara que en el pasado -es decir, antes de esta era del internet y sobre todo del peso de las redes sociales en la distribución de información- también existía distorsión de la realidad incluso relata cómo operaban “fábricas de la realidad” entre medios e intereses políticos, claro, pero ahora están impulsados (¿desbordados?) por los medios sociales en Internet y la

5 En el contexto iberoamericano, véase por ejemplo ElDiario.Es (<https://www.eldiario.es/>) en España u Ojo Público (<https://ojo-publico.com/>) en Perú, por citar un par de referencias de proyectos con sostenibilidad, rigor, reconocimiento y crecimiento.

6 Reporteros sin fronteras ubica a Bolivia en el puesto 110 del Índice de libertad de prensa 2021, calificando al entorno mediático del país como “ahogado, con los medios atacados sistemáticamente”. Ver: <https://rsf.org/en/bolivia>. Asimismo, Véase este análisis de la obstrucción al trabajo periodístico en Bolivia en el marco del monitoreo global al espacio cívico de la ONG internacional CIVICUS: <https://monitor.civicus.org/updates/2021/07/19/obstruction-journalistic-work-bolivia/>. Más datos del monitoreo global (Bolivia aparece como país con la democracia “obstruida”) en este enlace: <https://monitor.civicus.org/country/bolivia/>

7 Para el caso de Bolivia, el Índice de libertades civiles 2020 puntúa al país con solo 27/100 en derechos políticos y 39/100 en libertades civiles: <https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores>.

posibilidad que tiene casi cualquier persona en convertir cualquier “noticia” en muy viral y así distorsionar un hecho o un debate público.

“La objetividad importa mucho menos que el modo en el que lo que se afirma encaja con el sistema de creencias que sentimos y que nos hace sentir bien. Abrazamos con entusiasmo aquello que está en sintonía con nuestras ideas y rechazamos lo que las contradice, so pena de caer en disonancia cognitiva.” (Santiago-Guervós, 2020:130). Los mecanismos que operan en la posverdad multiplican las opciones de la mentira y sus propósitos y es que algunos, como las redes sociales, son tecnologías que no están concebidas para la mediación o la curaduría de noticias, sino que se configuran desde las preferencias y consumos de cada usuario, alimentando sus propios intereses y posiciones para poder mantener su atención y consumo.

Aunque también se debe observar que la verdad no es una constatación incontrastable e irrefutable. La verdad ha sido discutida en la filosofía clásica y contemporánea desde los sistemas de creencias hasta las constataciones empíricas sin conclusiones que conformen a todas las corrientes de pensamiento. Pienso que el legado del filósofo escocés David Hume, influyente en el empirismo y el escepticismo, otorga argumentos para este debate: la evidencia, el rigor y la constatación empírica (Del Barco, 1982) nos pueden acercar a una verdad demostrable, siempre que se tenga el material y el tiempo necesarios para dicha demostración.

¿Por qué “funciona” la desinformación?

La academia, los medios y hasta los hacedores de políticas públicas debaten cómo combatir la desinformación, se analiza cómo opera para buscar respuestas que permitan formular normas, políticas y moldear prácticas que las contrarresten. Siendo plenamente válida esta preocupación, considero que es más relevante partir por entender los motivos por los que la desinformación funciona en primer lugar.

Como ya se dijo, la mentira no es un artilugio nuevo, al contrario, ha sido parte del juego de intereses y tácticas del poder a lo largo de la historia. Lo que sucede es que vivimos la era de la posverdad turbo potenciada por las tecnologías de la comunicación y la información literalmente al alcance de la mano de cada persona, donde “[...] la manipulación creativa puede llevarnos más allá del reino de la mera exactitud hacia un reino de la narrativa de la verdad. La información embellecida se presenta como verdadera en su espíritu, y más verdad que la misma verdad” (Montoya, 2019).

Así, la evidencia o los datos que ayuden a explicar los hechos o confrontar el poder pueden ser relativizados o incluso rechazados por una parte del público debido a que las emociones o los sesgos de confirmación priman

en una posición totalizante y porque hay a disposición “medios” (entornos de amplificación, e incluso programas y medios masivos) y tecnologías que crean, alimentan y amplifican el sesgo y la desconfianza..

La desinformación conlleva una carga emocional hilvanada con una narrativa cercana a las opiniones del público que las recibe y amplifica, reafirma las creencias -más aún si éstas se entremezclan con factores religiosos o de culto- o dudas y valida un entrelazado de argumentos que en otras circunstancias no estarían naturalmente entrelazados, pero que en ese momento operan para darle fuerza y sentido al argumento.

Por ejemplo, el Virality project⁸, revela cómo las narrativas anti-vacunas se hilvanan con posiciones libertarias en un entorno político polarizado y radicalizado, al tiempo que éstas por acción viral en redes sociales, se adaptan a diversos entornos y se convierten en narrativas globales (Hundley and Friedman, 2020).

“La difusión internacional de la desinformación contribuye a la generalización de las narrativas y los “tropas” antivacunas. Los grupos antivacunas locales y los medios que les amplifican perpetúan las narrativas más allá de las fronteras. En particular, la experiencia colectiva en torno a la pandemia de COVID-19 hace que las historias locales y las piezas de desinformación sean relevantes para una audiencia global. Esto significa que las noticias sobre una tragedia individual, que los influenciadores antivacunas pueden despojar de su contexto y utilizar para socavar la confianza en las vacunas, pueden difundirse rápidamente por todo el mundo. También significa que, incluso después de que se hayan tomado medidas para desactivar o contrarrestar el mensaje, determinadas historias engañosas y afirmaciones falsas pueden resurgir de nuevo después de haber ganado tracción en el extranjero.”⁹

En este punto, conviene hacer una pequeña distinción entre *desinformación* y *mala información*. La segunda encuentra suelo fértil y está subordinada, en buena cuenta, a la primera.

Por un lado, la desinformación es una acción intencionada motivada por intereses y que está dirigida a generar división, odio y distanciamiento de posición. El uso más nocivo es la desinformación con fines de fractura o distancia ideológica, puesto que corroe los fundamentos de la pluralidad democrática, socava la confianza en las instituciones y mina el contrato social plural-democrático de las sociedades. Opera a través de pseudo medios o la

8 Una coalición de entidades de investigación centrada en apoyar el intercambio de información en tiempo real entre la comunidad investigadora, los funcionarios de salud pública, las agencias gubernamentales, las organizaciones de la sociedad civil y las plataformas de medios sociales. Ver: <https://www.viralityproject.org/>

9 Ídem.

viralidad de grupos de WhatsApp o Facebook y resulta muy difícil de rastrear el origen o desmentir una vez se ha instalado en la opinión o percepción de la gente.

Por otro lado, la mala información es la acción de compartir o darle credibilidad a una pieza sin verificar su procedencia, rigor o veracidad -normalmente por cuestiones emocionales-, puede ser incluso involuntario, pero que eventualmente podría alimentar la desinformación, generar incertidumbre, confundir y erosiona la confianza en medios o instituciones. Este fenómeno puede alcanzar incluso a periodistas y editores en grandes medios, que en el afán de adelantarse en la noticia han caído en el error de mediar información, piezas o hechos falsos.

Entonces, ya sea por acción deliberada o involuntaria el engaño y la mentira están instalados, más que nunca, en la construcción de la opinión y el moldeado de las opiniones de la gente. La cuestión emocional atrae la atención y le otorga cercanía, por lo que le añade matices que se acerquen a una “verdad aceptable”. Sumado a ello, hay un fenómeno cognitivo que refuerza el sesgo: la **disonancia cognitiva**.

La disonancia cognitiva y la desinformación: más fuego a la hoguera

Estudiado por el psicólogo estadounidense Leon Festinger a mediados del siglo XX, la disonancia cognitiva se refiere a que cuando un hecho se confronta a nuestras convicciones más profundas o sistemas de creencias preferimos recalibrar la realidad, ajustar los argumentos, antes que corregir nuestra posición. Así, nuestro cerebro experimenta un malestar cuando dos cogniciones, o una cognición y un comportamiento, se contradicen. En el fondo, la teoría de Festinger trata de cómo las personas se esfuerzan por dar sentido a ideas contradictorias y llevar una vida que, al menos en su propia mente, sea coherente y tenga sentido.” (Festinger, 1957) (Aronson y Tavis, 2020).

La disonancia cognitiva nos impide admitir errores en nuestras posiciones o aceptar las contrapuestas a nuestras creencias. La disonancia puede ser un recurso mental para encerrarse en una posición y desacreditar cualquier alternativa. Ante la polarización política y la frecuente ausencia de respaldos concluyentes -verborrea mediante y en un entorno mediático altamente gobernado por la declaración como el contexto boliviano actual- la gente opta a “quién creerle”, encuentra ‘argumentos’ que reafirmen su posición y alimenta un escenario de ‘suma cero’.

Por ejemplo, una pieza de desinformación sobre tratamientos y prevención a la Covid-19, podría acarrear efectos nocivos en la salud de las personas,

pero también contradice protocolos y podría generar desconfianza en los sistemas de salud, llevando a una disonancia cognitiva que “justifique” la automedicación, protocolos alternativos y creencias no relativas a la medicina.



Captura: En una entrevista en medio televisivo, un médico dentista desinforma sobre falsos tratamientos contra la covid-19 y el uso de mascarillas

La pieza, luego verificada y explicada por Bolivia Verifica¹⁰, sin duda alimenta incertidumbre y alienta prácticas que podrían afectar la salud de las personas. El medio, lejos de un rol de “ancla”, al darle aire, no parece haber verificado el método, contrastado con otros profesionales ni verificado que el entrevistado es un odontólogo y no un especialista en el tema. Si alguien del público tenía dudas o había sido ya expuesto a otra serie de piezas de desinformación de este orden, se genera una afirmación de posición y por lo tanto una validación tácita. Los esfuerzos de verificación y desmonte del bulo posteriores, difícilmente podrán en entredicho una creencia asumida y reafirmada.

La desinformación no es nueva, claro que no. Antes desinformaba el poder, quienes tenían el control del Estado, los medios, poderes fácticos o recursos económicos. Ahora, puede hacerlo casi cualquier persona, pero Internet no es culpable, como se ve, los medios también pueden caer en el círculo defectuoso y alimentar la incertidumbre.

Pero volviendo al ámbito político, un hecho que ejemplifica la disonancia cognitiva pudo haber tenido un efecto decisivo en el curso electoral de 2020 (posiblemente también en 2019) al condicionar la posición de mucha gente de El Alto, la segunda ciudad más poblada de Bolivia, respecto de un candidato y un hecho histórico.

10 Ver 'Falso: La “terapia multifocal” no es la solución para el coronavirus y puede causar intoxicación’ disponible en: <https://boliviaverifica.bo/es/falso-la-terapia-multifocal-no-es-la-solucion-para-el-coronavirus-y-puede-causar-intoxicacion/>

En una entrevista¹¹ al entonces candidato Carlos Mesa en el canal de televisión de la UPEA (universidad de El Alto), la producción levanta una serie de opiniones en la calle respecto del entrevistado y su supuesto actuar en los hechos de 2003.

Captura: entrevista televisiva al entonces candidato y expresidente Carlos Mesa



El curso de la entrevista está previsto para “hacer responder” a Mesa por las masacres de un gobierno al cual renunció y marcó distancia. Las preguntas se emiten desde la narrativa instalada en la percepción de que Carlos Mesa fue “culpable” o cuando menos “cómplice” de esos hechos.

Dado que no hay una investigación certera que haya develado esos hechos, ni siquiera un juicio de responsabilidades o sentencia, no se busca establecer responsabilidad o deslinde del excandidato y expresidente, sino subrayar el efecto del discurso mediático, predefinido y estancado en posiciones y creencias -no necesariamente apegadas al rigor de la historia- que condicionan la percepción hacia un candidato y desestiman cualquier estrategia electoral en un espacio territorial y cultural clave para la contienda.

Finalmente, ofrezco un tercer ejemplo donde distintas posiciones “anti vacunas”, conspirativas y libertarias se amalgaman en una presión política que consigue el retroceso de medidas sanitarias y por ende un impacto negativo en la salud pública.

Los Decretos Supremos 4640 y 4641¹² establecían la obligatoriedad del carnet de vacunación COVID-19 o presentación de pruebas PCR en el Estado Plurinacional de Bolivia para trámites bancarios y en entidades públicas del país.

11 Ver ‘El enojo de Mesa en la TV de El Alto: ¿Es un programa de candidatura o de historia manipulado?’ en Página Siete, disponible en: <https://www.paginasiete.bo/nacional/2020/9/29/el-enojo-de-mesa-en-la-tv-de-el-alto-es-un-programa-de-candidatura-de-historia-manipulado-269748.html>. La entrevista en vídeo se encuentra en el mismo enlace que la nota.

12 Ver en Gaceta Oficial de Bolivia: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/edicions/view/1465NEC>

En respuesta a esta normativa y en medio de la mayor ola de contagios hasta ahora registrada en el país¹³, distintos grupos de presión inician una movilización mediática, digital, política y territorial (con marchas y bloqueos) amparados en argumentos conspirativos o prácticas de supuesta prevención del contagio sin sustento científico, argumentos políticos de supuesta violación a libertades –cuando rigen en el país otras disposiciones sanitarias como el esquema de vacunación para inscribir a menores en la primaria o contra la Fiebre amarilla para viajes-, y de reivindicación de medicina ancestral, como si ésta se contraviniera con la medicina convencional.



Captura: serie de protestas contra la vacuna y el carnet de vacunación COVID-19, fuente Bolivia Verifica

En suma, la amalgama coyuntural de distintas agendas, incluso distantes entre sí en el espectro político-ideológico, termina erosionando la política nacional de vacunación y de protección ante la pandemia por COVID-19 y comprometiendo la vida de más personas. La operación de formadores de opinión, canales digitales de amplificación de desinformación, una cobertura mediática amparada en la declaración y la operación política de Asambleaístas es decisiva ante la errática y dubitativa respuesta gubernamental.

Por tanto, la disonancia cognitiva en la era de la posverdad es un efecto en las mentes y las posiciones de las personas, alimenta la incertidumbre y el anquilosamiento en un sistema de creencias rígidas que lo convierte en otro mecanismo utilitario para un propósito ideológico: distanciar a la ciudadanía de la negociación de posiciones, de la apertura mental a reconsiderar sus propios presupuestos, para validar una posición política ya adoptada y desacreditar la de un adversario a partir de una “verdad alterna” o utilitariamente “adaptada”.

13 En enero de 2022, se registraron más de 248 mil casos de COVID-19 y 1240 muertes en Bolivia, de acuerdo a la plataforma <https://ourworldindata.org/coronavirus>

Afrontar los riesgos de la democracia en entredicho

Usted podría pensar que los ejemplos anteriores son parte de la política, que son viejos artilugios o las batallas por el poder que siempre ocurrieron. También podría alegar que los medios con cierto encuadre o ángulo noticioso desde su línea editorial cumplen con su trabajo al reflejar las posiciones de la propia ciudadanía. Lo que probablemente no suceda es que se cuestione las disonancias cognitivas incrustadas en su propia posición y menos aún esté dispuesto a negociar sus creencias.

El alimento frecuente del desconcierto, la reafirmación de creencias sin cuestionamiento o balances panorámicos, así como la reafirmación de narrativas más que de hechos y evidencias en la posición de la ciudadanía ocasiona la erosión de las instituciones democráticas y pone en entredicho las garantías de derechos, habilitando más espacio a visiones autoritarias y de confrontación.

Aunque el reto sea enorme, se necesita alentar prácticas periodísticas y políticas más transparentes y rigurosas que devuelvan certezas, el sistema democrático boliviano, como muchos otros que se enfrenta a la polarización política, necesita alimentarse de más debate informado, la crítica constructiva, el escrutinio público con sustento y el pensamiento plural.

Los medios también necesitan cuestionar más al poder entendiendo que un aliento a las distancias polarizadas desde ya supone poner en mayor riesgo las libertades y el ejercicio de derechos en democracia. Urge que el periodismo -sea a través de la reinención del actual ecosistema de medios o el surgimiento de nuevos- retome su rol de ancla en la mediación noticiosa, desafiando la imperante declaración con la evidencia, el rigor y el contraste, la búsqueda panorámica de los hechos y la ética.

El periodismo de datos, que resulte de más colaboración e indagación a mayor escala, con formatos de presentación como los explicadores o visualizadores sencillos de datos y que se puedan compartir fácilmente en redes sociales y plataformas de mensajes, podrían alimentar el debate público con hallazgos y orientar la formación de opinión hoy por hoy cooptada por la declaración.

Ciertamente lo anterior no resuelve un problema sistémico y que supone un espiral creciente de información defectuosa y participación defectuosa (Chibey, 2021). Se necesita además un entorno democrático que resulte de decisiones y acuerdos político-institucionales que recompongan cimientos de la pluralidad, la divergencia y las libertades cívicas, confiando más certezas que fisuras.

En un eventual entorno habilitante, se necesita trabajar más de cerca con la tecnología, acercarse a las propuestas internacionales de normar sobre la responsabilidad de las grandes empresas tecnológicas en la desinformación e invertir más en la educación cívica que facilite la detección temprana y la relativización de narrativas de odio o confrontación.

En definitiva, la crisis mediática antes descrita y el contexto político de polarización alimentado por sesgos emocionales y cognitivos reforzados de manera frecuente por intereses políticos usando narrativas divisivas y mecanismos de posverdad en la era del Internet como la desinformación, la mala información y los encuadres poco rigurosos, supone también un aliento a opciones políticas que, siguiendo al académico y consultor político español Antoni Gutiérrez-Rubí, pregonen por la virtud de la moderación. “[...] como Norberto Bobbio que dedicó uno de sus últimos libros al elogio de la templanza, entendida como lo contrario de la arrogancia, la prepotencia, la perversidad, la vanidad y el abuso de poder. En estos tiempos duros del populismo de los arrogantes, la moderación y la templanza pueden ser la mejor arma para resistirlos y derrotarlos. La moderación es, hoy, la más progresista de las actitudes: la que cree en la razón ponderada como nervio de la política” (Gutiérrez-Rubi, 2019).

Referencias

- Aronson, E. y Tavis, C. (2020). “The Role of Cognitive Dissonance in the Pandemic” en *The Atlantic*. 12 de julio, 2020. Disponible en: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/07/role-cognitive-dissonance-pandemic/614074/>
- Bregman, R. (2017). *Utopía para realista*. Barcelona: Salamandra.
- Bux, B. (2021). Las cámaras de eco. Vídeo blog, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=2Ruf9GBRzUo>
- Calvo, E. y Aruguete N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Chibey Rivas, T. J. (2021). ‘Participación defectuosa en la era digital: Sobre los efectos de la desinformación en el sujeto’ en *InMediaciones De La Comunicación*, 16 (2). Disponible en: <https://doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3157>
- Cortés, H. (2021). Crisis y Captura: El descontento social en tiempos de pandemia en América Latina y el Caribe. Oxfam, disponible en: <https://policy-practice.oxfam.org/resources/crisis-y-captura-el-descontento-social-en-tiempos-de-pandemia-en-america-latina-621200/>
- Del Barco Collazos, J. (1982). “Evidencia y verdad en la epistemología de Hume”. Universidad de Navarra. Disponible en: <https://dadun.>

unav.edu/bitstream/10171/2137/1/03.%20JOS%C3%89%20LUIS%20DEL%20BARCO%20COLLAZOS%2C%20Evidencia%20y%20verdad%20en%20la%20epistemolog%C3%ADa%20de%20Hume%20...pdf

- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fowks, J. (2017). *Mecanismos de la posverdad*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2019). 'Elogio a la moderación' en Gutierrez-rubi.es del 26 de abril de 2019. Disponible en <https://www.gutierrez-rubi.es/2019/04/26/elogia-de-la-moderacion/amp/>
- Hundley, L. and Friedman, T. (2020). "Around and Back Again: How Anti-Vaccine Narratives Go Global", en Stanford Internet Observatory. Disponible en: <https://www.viralityproject.org/rapid-response/how-anti-vaccine-narratives-go-global>
- Lafuente, G. (2016). Ética para tiempos convulsos, prólogo en *El zumbido y el moscardón*. Consultorio de ética periodística. Los mejores casos, vol. II. Javier Darío Restrepo. Cartagena: FNPI
- Montoya, M. (2019). *La era de la posverdad, la posveracidad y la charlatanería*. Universidad de Navarra, disponible en <https://www.unav.edu/web/ciencia-razon-y-fe/la-era-de-la-posverdad-la-posveracidad-y-la-charlataneria>
- Santiago-Guervós, J. (2020). 'La orientación ideológica en los medios de comunicación social y la eficacia persuasiva de la desinformación' en *Discurso & Sociedad*. Año 2020, volumen 14, número 1, páginas 107-141. Disponible en: [http://www.dissoc.org/ediciones/v14n01/DS14\(1\)SantiagoGuervos](http://www.dissoc.org/ediciones/v14n01/DS14(1)SantiagoGuervos)
- Van Dijk, T. Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

Teorías de la conspiración y pandemia





Carolina Méndez

Periodista feminista especialista en fact-checking. Trabajó en televisión y fue corresponsal de Página Siete en Santa Cruz. Textos suyos fueron publicados en Mongabay, Periodistas por el Planeta y en el libro Prontuario de la Editorial 3600. Actualmente es editora en jefe de Bolivia Verifica.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Carolina Méndez: *En un contexto plagado de nubes grises de desinformación, la verdad se torna luz permitiendo cultivar semillas de mejor convivencia y cosecha de frutos de una abonada práctica democrática. La apuesta para darle cabida vale completamente todos los esfuerzos.*

Surfear la desinformación sanitaria en el mar de dióxido de cloro

Las olas de la desinformación sanitaria no se rinden. Surgen y resurgen para intentar salpicarlo todo y reclutar incautos militantes en las teorías de la conspiración. Las olas de la desinformación –al igual que las olas de contagio por coronavirus- han tejido nuestro último e inverosímil año de vida.

Nadie se libró de leer o escuchar sobre alguna cura mágica para hacer frente a la covid-19. Todos recibimos en algún momento alguna cadena de WhatsApp que decía que “la Organización Mundial de la Salud ofreció 20 millones de dólares al presidente de Madagascar para destruir la cura contra el coronavirus” o que “Ecuador derrotó la covid-19 al entender que no se trató de un virus sino de una bacteria”. Mensajes falsos que pese a serlo recorrieron el planeta sin pasaporte de veracidad.

Antes de que se confirme el primer caso de coronavirus en el país, ya circulaba desinformación sobre la enfermedad o sobre curas milagrosas para darle fin. Por ejemplo, el 4 de febrero de 2020 –un mes antes del primer caso- Bolivia Verifica desmintió que haya una vacuna contra el virus pues se señalaba que un supuesto médico chino descubrió un fármaco milagroso. Asimismo, se compartió por redes una noticia atribuida a El Deber que indicaba que la hoja de coca cura el coronavirus. Ambas falsedades que inauguraron la primera de las cuatro olas de desinformación sobre SARS-CoV-2 registradas en el país.

Las olas del tsunami desinformativo

Graficar la desinformación sanitaria como olas no es antojadizo, pues el escenario de bulos ha tenido características muy peculiares según la época, variando en intensidad y contenido. La coyuntura política ha configurado en gran medida el interés de los internautas, desplazando en algunos momentos el tema de la pandemia casi por completo¹.

Dos procesos electorales -elecciones nacionales de 2020 y subnacionales de 2021- se entremezclaron con las cuarentenas, la nueva normalidad y la llegada de vacunas anticovid a Bolivia. Esa composición de piezas desinformantes confirmó que –en gran medida- cada fake es en realidad un correlato de la coyuntura nacional. *“Dime lo que está en los medios y te diré el tema sobre el que aparecerá desinformación en redes sociales.”*

Mientras Bolivia atraviesa la cuarta ola de casos por la covid-19, es posible advertir al menos cuatro etapas de bulos sobre la enfermedad en el país: la amenaza del contagio (febrero-abril 2020), las curas de cocina y teorías conspirativas (abril-julio 2020), los fármacos todopoderosos y desinfectantes curatodos (julio-septiembre 2020) y el coctel multiformato de mensajes antivacunas (diciembre 2021-enero 2022).²

Si bien es cierto que es ingenuo creer que la desinformación desaparece del todo, es posible advertir momentos álgidos de cierto tipo de contenido que configuran curvas que se pueden categorizar. Asimismo, es importante tener en cuenta que hay desinformación transversal que apareció desde el inicio y que luego de un año de pandemia, aún continúa. Tal es el caso del origen del Sars-Cov2. Sobre el que se ha dicho muchas cosas, como que fue creado en laboratorio, que es una guerra biológica o que, incluso fue ideado por “Bill Gates”.

La primera ola de desinformación sanitaria en Bolivia quedó muy bien graficada en el hecho de que una mujer haya peregrinado en una ambulancia hospital tras hospital, buscando ser atendida sin éxito, tras ser diagnosticada con la covid-19. Justamente los primeros meses de la pandemia en Bolivia se caracterizaron por reportar un boom de cadenas y audios de WhatsApp que supuestamente confirmaban que había algún caso no delatado en cierto rincón del país o que algún político estaba contagiado y que lo estaban ocultando (así se intentó hacer creer -la segunda semana de marzo de 2020- con Evo Morales, Jeanine Áñez y Jair Bolsonaro).

1 En la nota “Mapa de la desinformación en época electoral: Mesa, el TSE y Áñez fueron los más atacados con fake news”, publicada por Bolivia Verifica el 16 de octubre de 2020 se evidencia que mientras más se aproximaba el día de comicios generales el contenido electoral solapó al tema coronavirus, al punto que en septiembre de ese año las verificaciones sobre salud se redujeron a cero.

2 Categorización en base a la base de datos de Bolivia Verifica.

Esto conllevó a que la gente desconfíe de su vecino y a que incluso, la sociedad se oponga al retorno de bolivianos varados en el exterior.³ Todo era peligroso. Todo causaba miedo. El enemigo era cualquiera, y eso buscó justificar actos inhumanos como la negativa de acceso sanitario o la estigmatización por haber enfermado. El desconcierto se apoderó y ante tanta incertidumbre lo que surgieron fueron datos falsos, imágenes fuera de contexto y audios que infundían miedo. Se construía día a día el escenario del terror y del estigma a través de las pantallas de los celulares.

La segunda ola estuvo marcada por la aparición de curas de cocina y el surgimiento de teorías conspirativas. El querer aferrarse a algo esperanzador nos llevó a incubar el deseo de encontrar la cura de la covid-19 en nuestras casas. Eso motivó a que se comparta mucha desinformación que prometía resultados mágicos. Se intentó a toda costa creer -y hacer creer- que la sal, el ajo, el eucalipto, la hoja de papaya, la hoja del árbol paraíso, el café, el tabaco, el bicarbonato, el limón con miel y cebolla, el vino, la Coca Cola e incluso la marihuana eran la solución para atacar la novedosa enfermedad.

Este tipo de desinformación caló tanto que hasta una exministra del gobierno interino de Jeanine Áñez y posterior candidata a diputada, promocionó agua ionizada para combatir el coronavirus. El mayor problema de este tipo de contenido fue que en gran medida prometía no sólo curarte sino “evitar que te enfermes”. Por ejemplo, circuló una cadena de WhatsApp que garantizaba inmunidad si usabas enjuague bucal con mucha frecuencia o si metías sal a la boca a diario. Esto a su vez implicaba una amenaza porque mucha gente se confiaba y descuidaba las medidas de bioseguridad efectivas, como el lavado de manos, el uso del barbijo y la distancia social.

Y si las recetas de cocina podían tornarse peligrosas peor aún las teorías conspirativas que buscaron negar el virus u oponerse a acatar las medidas sanitarias sugeridas por los organismos sanitarios internacionales. Sin lugar a dudas, Bill Gates se convirtió en el blanco favorito de la conspiración sobre la covid-19. Cinco años antes de la aparición del Sars-Cov2, el magnate dio una charla TED⁴ donde se refirió al peligro de un virus altamente infeccioso luego de que se logró evitar en 2014 un brote mundial de ébola. Sus palabras fueron sacadas de contexto y usadas por las voces conspiranoicas que lo acusan de crear el coronavirus para poder vender vacunas. (La Fundación Gates financia investigaciones en temas sanitarios, entre otros).

A partir de la figura de Gates surgió también la idea de la instalación de “microchips” en las vacunas para poder controlarnos o evitar la reproducción. Una presentadora de televisión muy reconocida en el país, llegó a afirmar en vivo que las vacunas nos insertarían nanochips.

3 Ver “Bolivianos repatriados desde Chile son rechazados por autoridades y comunidades por miedo al covid-19” (Emol, cl 26 de marzo de 2020)

4 Ver https://www.youtube.com/watch?v=6Af6b_wyiwI&t=58s

Concatenado a eso apareció lo del 5G y las antenas. Pese a que Bolivia aún no tiene esa tecnología, el tema se viralizó y el miedo se materializó, al punto de que el 8 de junio de 2020 en la zona de Kara Kara del municipio de Cochabamba, 70 personas derribaron una antena de comunicación de una empresa telefónica. Este tipo de contenido de conspiración que llama “plandemia” a la pandemia se incubó en Bolivia el 2020, pero tuvo graves repercusiones el 2021 con el miedo hacia la vacunación.

La tercera ola estuvo marcada por la promoción de fármacos “todopoderosos” y de desinfectantes “curatodo”. Ligada a la idea de “complot internacional” para evitar que la gente se cure, muchos desinformantes afirmaron que la solución “oculta” estaba en medicamentos sin eficacia probada contra la covid-19, como la ivermectina o el bacterol forte. Varios médicos y políticos incluso usaron esto para cobrar popularidad en un escenario preelectoral. Fue icónico el caso del actual gobernador beniano que promovió una “terapia multifocal” para atacar la covid-19. Su “receta colectiva” –entregada a las personas sin distinción- incluyó indometacina, bacterol forte, azitromicina, prednisona, aspirinas y “fe”.

Otros de los productos carentes de respaldo científico pero muy publicitado fue el dióxido de cloro, que llegó a tener una ley en agosto de 2020 en la Asamblea Legislativa para su consumo contra el coronavirus pese a que el Ministerio de Salud rechazó su uso. El desinfectante -incluso- llegó a producirse en varias universidades del país y fue promocionado por una traumatóloga paceña que se convirtió en una especie de representante de la sustancia.

La cuarta ola –la más larga de todas- está relacionada a desinformación en tema de vacunas. Pese a que hay un gran esfuerzo estatal, sanitario, mediático y de Bolivia Verifica para disipar los miedos, muchísima gente se rehúsa a vacunarse.

Fue muy llamativo el caso de Ríberalta -un municipio priorizado por el Gobierno para acceder a las vacunas por su ubicación geográfica- donde gran parte de la población rechazó las vacunas por el rumor de que se trataba de la inserción de un chip que era “la marca de la bestia”. El tema fue tan serio que las autoridades sanitarias del lugar mostraron preocupación ante la amenaza de que se revertirían los lotes recibidos. El temor a la vacuna estuvo sustentado en desinformación ligada a teorías conspirativas del 5G, al miedo a que provoque infertilidad, a la inserción de metales que “imantan el cuerpo” e incluso a la idea de que nos convertiríamos en algo no humano, como el hombre lobo o un “transhumano”⁵.

5 Término usado por la doctora argentina China Brandolino para afirmar que tras la vacunación la persona pasa a ser “propiedad de la farmacéutica”, perdiendo así todos sus derechos. Ver <https://boliviaverifica.bo/la-vacuna-contra-la-covid-19-no-te-convierte-en-transhumano/>

Lejos de haberse resuelto el problema éste se ha agudizado. A mediados de agosto varias ciudades del país registraron marchas de grupos antivacunas que aseguraban a viva voz que todo es parte de un “experimento para acabar con la población.” Por eso, todas las batallas posibles deben ser dadas para combatir el tsunami de la desinformación que busca empaparnos a todos sin distinción.

Los profetas del dióxido de cloro

La relación entre el consumo del dióxido de cloro y las posturas antivacunas inicialmente parecía una coincidencia. Hoy sabemos que se trata de una misma red que divulga teorías conspirativas, que promueve la ingesta del dióxido de cloro y que pide a la población abiertamente no vacunarse. Su postura antivacuna no es sólo por el inmunizante contra la covid-19 sino también un rechazo total a cualquier vacuna. Prueba de ello es que al menos desde el año 2019 (antes de la pandemia) circula un “protocolo para desintoxicarse” tras la vacunación con dióxido de cloro.⁶ Lo alarmante es que instruye que debe darse el desinfectante incluso a bebés y niños.

El dióxido de cloro no está autorizado por el Ministerio de Salud en Bolivia ni por ninguna agencia reguladora de medicamentos en el mundo. No hay aval para usarlo en el tratamiento de coronavirus, ni en ninguna otra enfermedad, aun así, es promovido por algunos actores públicos (políticos y médicos). Se trata de un derivado del clorito de sodio, una sustancia química que se utiliza como blanqueadora en la industria papelera y textil, en la potabilización de agua y como desinfectante en superficies inertes. Pese a no tener respaldo científico se comercializa como la “cura milagrosa” contra diversas enfermedades.

Si algo tienen en común quienes defienden a capa y espada el consumo del dióxido de cloro es su postura crítica contra la Organización Mundial de la Salud, las farmacéuticas y los medios de comunicación. Según ellos, hay una estructura de complot que busca mantener enferma a la población. Por ello, no confían en el organismo internacional y se despegan de la rigurosidad científica que exige el mundo académico. Para poder intentar sostener lo que dicen se alimentan constantemente de contenido desinformante.

Por llamativo que suene, en vez de apegarse a la publicación de estudios que sustenten el uso de la mezcla, han creado una iglesia denominada “Génesis II, de salud y sanación” y desde allí imparten “formación” sobre el dióxido de cloro.

6 En grupos de WhatsApp circuló un anuncio de un supuesto tratamiento que sirve para “combatir efectos tóxicos” de las vacunas. Se trata de la ingesta de clorito de sodio (CDS) y del suplemento mineral milagroso (MMS). Ver <https://boliviaverifica.bo/el-dioxido-de-cloro-no-atenua-ningun-efecto-toxico-ni-la-vacuna-tiene-componentes-de-riesgo/>

Es una iglesia “diferente a las demás, ya que nunca ha habido una iglesia de salud y sanación”, se lee en el portal web en el que se denomina “sacramentos” al protocolo de consumo de dióxido de cloro. La iglesia fue creada por el “obispo” Jim Humble en 2006 y uno puede hacer socio pagando 35 dólares, lo que te ‘da el derecho’ a no creer en las vacunas ni en los rayos X y a portar una credencial de protección. La página de la iglesia contiene múltiples pestañas con los protocolos según la enfermedad y experiencias de “éxito” en usuarios que consumieron dióxido de cloro.

Jim Humble es conocido como el padre del MMS (Solución Mineral Milagrosa). Sustancia líquida en base a dióxido de cloro que promete ser la cura para el cáncer, el sida, el autismo y el coronavirus. La historia oficial cuenta que, en 1996 estando en la selva de Guyana en una prospección minera para encontrar oro, dos de los colegas de Humble enfermaron de malaria y a falta de cualquier medicamento Jim les dio a beber agua con oxígeno estabilizado (producto que llevaba encima para desinfectar agua). A las 4 horas se curaron. Aunque hay otras versiones, Andreas Kalcker en una charla en Bruselas (2009) mencionó, “el Sr Humble les dio el líquido a su equipo y les curó la malaria en 2 días”⁷.

Si de nombres detrás del dióxido de cloro se trata, es inevitable mencionar a Andreas Kalcker, quien se presenta como doctor en biofísica e investigador científico. Kalcker posee un diploma que lo “acredita” como “Doctor de filosofía en Medicina Alternativa y Biofísica Natural”, otorgado por la Open University of Advanced Sciences, una entidad que capacita naturistas y que ha sido acusada de vender títulos por internet. Desde su portal principal, la institución se ha desvinculado de la iglesia Génesis II y del uso de dióxido de cloro.

Radicado en Suiza, Kalcker publicó 2 libros, “CDS la salud es posible” y “Salud Prohibida”, y comenzó a promover el dióxido de cloro luego de, según afirma, haberlo probado en sí mismo para curar su artritis. Su historial no es inmaculado. En 2012 fue detenido por la Guardia Civil española por un supuesto delito contra la salud pública, mientras impartía en Ibiza otra de sus charlas para promocionar y vender el MMS. Suele dar conferencias sobre los beneficios de la sustancia, incluso en universidades de diferentes países. Su historial de giras incluye su paso por Bolivia el año 2020.

En febrero de 2021, Bolivia Verifica desmintió que en Bolivia no se registraron muertos en el mes de noviembre de 2020, como afirmó Kalcker en un canal colombiano. El alemán aseguró que luego de la “implementación del dióxido de cloro a nivel nacional” la cifra de muertos se redujo a cero. Según los reportes oficiales del Ministerio de Salud, durante el mes de noviembre, Bolivia registró 232 decesos a causa de la covid- 19. No hubo un solo día

7 Ver <http://www.ustream.tv/recorded/2333128> (min 12:12)

durante ese mes en el que la cifra haya marcado cero, como señaló el promotor del dióxido de cloro.

Otro de los nombres ineludibles en la militancia del consumo del desinfectante es la traumatóloga Patricia Callisperis quien acompañó a Kalcker en su paso por el país. Callisperis figura en el portal web del Colegio Médico de la Paz como especialista de Ortopedia y Traumatología. Su nombre se ha convertido en referente de los grupos antivacunas que la citan como fuente para rechazar el fármaco alegando “no querer ser parte de un experimento”. Su voz es exaltada por ser personal de salud.

Según la propia Callisperis, ella integra la red de “Médicos por la verdad”. Una organización internacional que se ha dedicado a desinformar durante toda la pandemia. La red nació en Alemania, se fortaleció en España y se expandió por América Latina. Las falsedades que difunden van desde promover falsas curas -sobre todo dióxido de cloro- llamar a desobedecer las medidas de bioseguridad -particularmente el uso mascarillas- y negar la pandemia, por ser parte de un supuesto “plan de dominación global”. Al ser médicos, su peso en la discusión pública es importante, por tanto, el perjuicio que causan sus declaraciones no son insignificantes.

Callisperis ha estado en medios de comunicación y ha liderado marchas contra la vacunación obligatoria en el país, afirmando abiertamente que la vacuna contra el coronavirus “no es una vacuna”. Respalda sus afirmaciones en datos falsos como que la Universidad de Almería de España encontró óxido de grafeno en las vacunas de Pfizer/BioNTech o que el VAERS (Sistema de Notificación de Eventos Adversos de Vacunas de Estados Unidos) reportó diez mil fallecidos a causa de la vacunación.

La Universidad de Almería hizo un pronunciamiento público negando tal dato y el VAERS advierte en su página web que se trata de un sitio de alerta temprana para detectar posibles problemas de seguridad en las vacunas autorizadas en los EE.UU. con información que cualquier persona puede enviar. El VAERS no está diseñado para determinar si una vacuna causó un problema de salud. Pese a ello, la doctora insiste en señalar ambas falsedades tratando de sostener sus tesis. No es otra cosa que la posverdad.

En esta era de la manipulación sistemática mediante las fakes news será preciso vencer la ola de la desinformación contra las vacunas apelando a la racionalidad y a la empatía. Señalando que vacunarse es tanto un acto de supervivencia personal como una acción de solidaridad social. Habrá que insistir de todas las formas posibles ya que no hay -y probablemente no haya nunca- una vacuna contra la desinformación que nos inmune de las mentiras.



Pablo Peralta

Periodista. En la actualidad es editor del área Información Nacional del diario Página Siete. Ganó el Premio Nacional de Periodismo en Prensa los años 2013 y 2016. Es coautor de “La ruta del dragón chino: El caso CAMC”.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Pablo Peralta: *La verdad siempre es importante, pero hoy, ante la vorágine de la información que circula por las autopistas digitales y la difusión de bulos, que como sabemos no son gratuitos, sino que responden a objetivos claramente definidos, la verdad adquiere una relevancia absoluta de primer orden. Hay una máxima que aprendí de una catedrática cuando cursaba la universidad, quien señalaba que, en periodismo, la verdad es la precisión.*

Vacunación anti Covid-19 y *fake news* en Bolivia

Bolivia inició la vacunación en enero del 2021, en una primera etapa, inmunizando a personal de salud de primera línea. Luego prosiguió con la inmunización a través de un sistema por rango de edades. Así avanzaba la campaña hasta que en junio se dio un salto cualitativo, cuando el Gobierno, a tiempo de anunciar la compra de millones de dosis, autorizó la inmunización a todas las personas mayores de 18 años. Sin embargo, el proceso de vacunación no estuvo –no está- exento de polémicas y... fake news.

En primer lugar, el inicio de vacunación y el arribo de dosis coincidió con el calendario electoral de los comicios subnacionales, etapa en la que se vio que hubo candidatos oficialistas que se “colgaron” de los inoculantes para hacer proselitismo¹, e incluso se registró el pedido del presidente Luis Arce al electorado de votar por candidatos con los que pueda “coordinar” la vacunación masiva², como sucedió en Huarina (Oruro) a principios de febrero. Sectores críticos al Movimiento Al Socialismo (MAS) reaccionaron con rechazo a aquellas acciones.

En segundo lugar, está la polémica de los casos de vacunación a funcionarios que no debían recibir las dosis, porque no cumplían el requisito del rango de edad, uno de los casos sonados fue el de Evaliz Morales, hija del expresidente Evo Morales y quien es funcionaria en la Procuraduría General del Estado.

1 <https://www.paginasiete.bo/nacional/2021/2/2/arce-hace-gira-candidatos-del-mas-en-campana-con-la-vacuna-283122.html>

2 <https://www.paginasiete.bo/sociedad/2021/2/8/en-huanuni-arce-condiciona-vacunas-presiona-votantes-283756.html>

En otros países, ese tipo de casos fueron denominados “Vacunación Vip” e implicaron renuncias de los servidores transgresores. En Bolivia, no obstante, no pasó a más del revuelo.

Autorizada la vacunación para todos los mayores de 18 años, los problemas que se ciernen en torno a la campaña de inmunización son la falta de segundas dosis de la vacuna Sputnik-V y las fake news.

La desinformación, a través de las también llamadas “noticias falsas” o “falsedades”, fue uno de los factores que marcó el año 2020, desde que inició la pandemia, en marzo de esa gestión. Las fake news no sólo se hicieron sentir en el primer año de la Covid-19, sino que también tienen su correlato en el proceso de inmunización masivo en curso.

Los indicios sobre la incidencia de las fake news se hicieron patentes cuando los casos de desinformación saltaron a la palestra de los medios masivos de difusión. Y tal fue la incidencia de logró el fenómeno que el Gobierno incluso, a mediados de julio del 2021, creó una verificadora de información.

Ese equipo realizó 21 verificaciones sobre distintos temas como variantes, efectos secundarios, tipos de vacuna, combinación de vacunas, uso de barbijos, la inmunidad de rebaño, la protección, los síntomas, la esterilidad, el hongo negro y el alcohol.

Las cifras de la vacunación son las siguientes: Hasta el 2 de septiembre de 2021, los inmunizados con el esquema completo (primera y segunda dosis) sumaban 2.817.673, y los vacunados sólo con la primera dosis llegan a 3.267.820. (la cifra de la población vacunable es de 7.180.428).

En total, la cantidad de dosis gestionadas y adquiridas por el Gobierno asciende a las 18.000.000. El total de dosis recibidas y distribuidas alcanza a 8.980.110. El total de dosis aplicadas llega a 6.085.493 y el total de dosis disponibles asciende a 2.700.697, las cuales están almacenadas en cadena de frío en cada departamento.

Datos de ese despacho dan cuenta de que, hasta el 31 de agosto, 142 municipios están entre el 20% y 40% de inmunización de su población vacunable, 66 municipios todavía no superaron el 20%, 65 municipios superaron el 40%, 52 se encuentren entre 60 y 80%, y sólo 14 municipios pasaron el 80% de inmunización de su población.

El Ministerio de Salud y Deportes instó a los municipios y las gobernaciones implementar nuevas estrategias que permitan vacunar de manera más ágil.

El panorama se complica un poco, dado que la obligatoriedad parece no estar en el horizonte nacional. Actores políticos y expertos³ indican que el Estado no puede constreñir a la población a inmunizarse, aunque también hay voces que buscan la forma de incentivar la inmunización con el fin de lograr la denominada inmunidad de rebaño, para eliminar el riesgo de contagio.

Desinformación, en escena

Un análisis de cuatro casos, reflejados en la prensa entre mayo y agosto de 2021⁴, da cuenta del rol que el miedo juega dentro del esquema de la desinformación, y el papel que tienen las redes sociales en su propagación⁵. A continuación, se presenta una reseña de los casos:

1. **Caso Norte Potosí:** Se conoció a raíz de la denuncia pública realizada por la diputada Toribia Lero de CC, en sentido de que en el Norte de Potosí circulan audios en grupos de WhatsApp, en los que una voz, que habla en quechua y castellano, señala: “señores, eviten vacunarse, la vacuna te vuelve animal (hombre lobo) para comer humanos”. Los mensajes fueron acompañados por fotomontajes.
2. **Caso El Alto:** Se conoció a raíz de un reportaje realizado en la prensa, en el que se informa sobre grupos antivacunas que recorren diferentes ferias de la ciudad de El Alto y municipios aledaños, con mensajes difundidos a través de un megáfono como: “Desobediencia civil en masa... no a las vacunas. Hermano, escucha la verdad de tu corazón y libérate, no seas esclavo del capitalismo” o “Pueblo levántate, reclama y digamos juntos ‘no’ a los barbijos, no a las cuarentenas, no a las vacunas... ¡Desobediencia civil!”. Un detalle no menor es que los movilizados tienen una cuenta en Facebook, en la que plasman sus recorridos.
3. **Caso Riberalta (Beni):** Se conoció a raíz de un reportaje, en el que se informó que en ese municipio se registró que personas comentaron que les dijeron o que leyeron a través de las redes sociales que con las vacunas introducen un chip para controlar, o que los inoculantes son “la marca de la bestia”, modifican el ADN o pueden provocar la muerte.

3 Yañez Arturo. ¿Puede el Estado obligar vacunarse? mejor es la zanahoria que el garrote... Correo del Sur. 12/07/2021

4 Elaborado sobre la base de notas publicadas en el diario Página Siete entre mayo y agosto.

5 Hay un debate entre los expertos sobre la denominación “fake news”, “falsedades”, “desinformación”, etc.

4. **Caso Puerto Quijarro (Santa Cruz):** Se conoció a raíz de un reportaje en el que se da cuenta de que ése uno de los municipios que registra un porcentaje altamente avanzado de vacunados. Sus autoridades sanitarias señalaron que inmunizaron al 90% de su población mayor de 18 años, pero lo curioso es que dentro del 10% restante se identifica a mujeres que “creen que si se vacunan, serán estériles”, y personas con enfermedad de base (diabetes e hipertensión) que “creen que el inoculante les podría provocar un paro cardíaco”.

De la pandemia a la infodemia

El problema de las fake news y la Covid-19 hay que rastrearlo hasta el primer año de la pandemia. Los primeros casos positivos datan desde fines de 2019, y se registraron en China, al otro lado del mundo. Pero no fue hasta el 11 de marzo de 2020, que desde Ginebra el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS) Tedros Adhanom Ghebreyesus anunció que la enfermedad por el coronavirus podía ya caracterizarse como una pandemia. Un día antes, el 10 de marzo de 2020, se confirmaron los dos primeros casos en territorio nacional, y días después en Bolivia, como en muchas partes del mundo, se dispuso una cuarentena rígida.

Marc Amorós⁶ considera que con la pandemia del coronavirus la humanidad sufrió quizá la mayor invasión de fake news acerca de un tema hasta entonces. “Las verificadoras de datos –indica- descubrieron más de 6.000 noticias falsas en más de 70 países y en más de 40 idiomas en los dos primeros meses de la pandemia”.

Pero ¿por qué hubo esa invasión? Amorós señala tres motivos: 1) la epidemia fue global y se convirtió en el único gran tema de conversación mediática, digital y social, hecho que aseguraba su difusión y viralización mediante el clic; 2) al ser un acontecimiento tan novedoso y suceder a tal velocidad, sumió a la sociedad en una gran incertidumbre informativa; y 3) el coronavirus es una enfermedad que puede afectar a todos por igual y, por tanto, una realidad que apelaba a la salud y la supervivencia, activando dos emociones sobre las que las noticias falsas edifican gran parte de sus mensajes: el miedo y la inseguridad.

El 23 de septiembre de 2020, la Organización Mundial de la Salud y otros organismos como Naciones Unidas y la Federación Internacional Sociedades de la Cruz Roja emitieron una declaración conjunta⁷, en la que indican que la

6 Amorós, Marc. *¿Por qué las fake news nos joden la vida?* LID Editorial. 2020.

7 <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

enfermedad por la Covid-19 es la primera pandemia de la historia en la que se emplean a gran escala la tecnología y las redes sociales, para ayudar a las personas a mantenerse seguras, informadas, productivas y conectadas.

No obstante, lo paradójico de la situación es que, al mismo tiempo, esa tecnología de la que dependemos para mantenernos conectados e informados “permite y amplifica una infodemia que sigue minando la respuesta mundial y comprometiendo las medidas para controlar la pandemia”.

“Una infodemia –se lee en el pronunciamiento- es una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas. La información errónea y falsa puede perjudicar la salud física y mental de las personas, incrementar la estigmatización, amenazar los valiosos logros conseguidos en materia de salud y espolear el incumplimiento de las medidas de salud pública, lo que reduce su eficacia y pone en peligro la capacidad de los países de frenar la pandemia”.

En esa declaración, agregan, además, que la información incorrecta trunca vidas, y que sin la confianza y la información correcta adecuadas, las pruebas diagnósticas se quedan sin utilizar, las campañas de inmunización (o de promoción de vacunas eficaces) no cumplirán sus metas y el virus seguirá medrando.

Consenso y creencia

Las fake news, o desinformación, no son inocentes ni gratuitas. Responden siempre a un objetivo o fin por el cual fueron creadas, ya sea político, financiero o ideológico. No requieren de anunciantes, se difunden solas, y encuentran en las redes sociales uno de los vehículos perfectos para llegar a los perceptores.

La pregunta que sale a relucir –que fue respondida por los investigadores Ernesto Calvo y Natalia Aruguete⁸-, es ¿Por qué creemos cosas que son obviamente falsas? Aquellos autores consideran que se debe a que “pocas cosas en este mundo son realmente obvias. La gran mayoría de nuestras certezas están medidas por sujetos, comunidades e instituciones en las que confiamos”.

Los expertos indican que, para saber, por ejemplo, que la tierra gira alrededor del sol, y no a la inversa, dependemos de comunidades científicas que han forjado ese “consenso”.

8 Calvo, Ernesto y Aruguete Natalia. *Fake news, trolls y otros encantos: cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores. 2020.

“Cuanto más alejados estamos de la evidencia –agregan en su libro Fake news, trolls y otros encantos-, más dependemos de creencias colectivas que nos permiten-conectar-los puntos que median entre indicios y objetos (...). Cuando mayor es la distancia entre la señal y el ruido, entre los datos que medimos y el sobrante que permanece inexplicado, más peso tienen nuestros prejuicios. Si la distancia entre conocimiento y evento es amplia, el espacio para crear teorías conspirativas lo será también”.

Los autores reflexionan en torno a la ruptura de tres consensos que subyacen a -y son condición de posibilidad para- la propagación de fake news:

- 1) La ruptura del consenso cognitivo, que invita a aceptar enseguida la evidencia que apoya nuestras creencias y descartar aquella que no es consistente con lo que queremos probar.
- 2) La ruptura del consenso político, que induce a emitir enunciados falsos para producir un daño al oponente.
- 3) La ruptura del consenso ciudadano (balcanización de las narrativas políticas), promueve que las creencias y la evidencia que sostienen los enunciados se distingan entre comunidades.

Calvo y Aruguete aseguran que en el mundo de las fake news “buscamos datos que confirman nuestros prejuicios, los publicamos en las redes sociales, con el objetivo de dañar a nuestros oponentes políticos y aceptamos que nuestras creencias y los datos facticos que las justifican se distingan de las de quienes nos atacan”.

Otra pregunta de rigor: ¿Qué hace que las personas creen en las fake news? Amorós identifica⁹ 12 razones, que son las siguientes: porque tenemos fe, porque nos dan la razón, porque nos suben la autoestima, porque nos gustan las mentiras, porque nos autoengañamos sin parar, porque nos molan (gustan) mucho, porque vienen a buscarnos, vienen a por nosotros, porque no nos importa de dónde salen, porque son tramposas, porque son emocionantes, porque nos impulsan a compartirlas, porque se aprovechan de nuestra desconfianza en el periodismo. Para fines de este artículo se amplían a continuación tres:

- a) **“Porque tenemos fe”**: El motivo se asienta en que a las personas les encanta creer en todo aquello que refuerce a esa fe. “Ya lo decía Nietzsche: Tener fe significa no querer saber la verdad”.
- b) **“Porque nos dan la razón”**: El motivo se asienta en que así es una persona, odia que le contradigan y le encanta tener siempre razón, aunque las evidencias digan lo contrario

9 Amorós, Marc. *Fake news, la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Actual. 2018

- c) “Porque vienen por nosotros”: El motivo se asienta en que a diferencia de lo que ocurría en el pasado, cuando el consumo de noticias era un acto voluntario, ahora las noticias “asaltan” a las audiencias en las redes sociales o colegas las comparten en nuestro círculo social directamente a nuestro móvil.

Las redes, las redes

Precisamente, antes, cuando el internet no tenía la incidencia que hoy ostenta, y cuando no existían las redes sociales, las audiencias se informaban a través de la prensa, la radio y la televisión, principalmente. Hoy, El panorama es otro con la creciente conexión a internet y el boom de las redes sociales.

Antes –dice Amorós– los periódicos eran nuestra principal fuente de información. En la actualidad, lo son Facebook, YouTube y WhatsApp (y habría que añadir redes como Tik Tok¹⁰, de gran expansión durante la pandemia y donde hoy circulan también fake news). Aquello, según el autor, generó dos cambios: “las noticias sin garantías”, y que “las noticias viven y se reproducen dentro de las burbujas de opinión”.

Respecto a lo primero, menciona que el “periodismo tradicional” ejercía de garante de la fiabilidad y la veracidad de las informaciones. Ahora, indica, ya ni siquiera importa de dónde provienen la noticia. En ese sentido, cita un estudio de 2017 de Reuters Institute for the Study of Journalism en la Universidad de Oxford, que revela que el 53% de los usuarios que encontraron una noticia en las redes sociales no recuerdan el medio que difundió el contenido, por lo que el autor considera que “ya no nos importa saber su origen para determinar su fiabilidad. Así pues, todo queda en manos de nuestra creencia”.

Acerca del segundo aspecto, también citando ese estudio, indica que se detectó un cambio en el modo de consumir información. “Ahora –dice– muchos usuarios prefieren compartir y comentar las noticias de forma privada y en chats con grupos reducidos. ¿Os suena WhatsApp? O sea que como consumidores de noticias preferimos informarnos y comentar las noticias dentro de nuestra burbuja de opinión. De esta manera vemos cómo en internet las fake news son rentables y tienden a reafirmarnos y a encerrarnos dentro de una comunidad, es decir, dentro de nuestra burbuja”, el escenario ideal para el éxito de las fake news.

10 Leer *Social Media en pandemia: el fenómeno TikTok* <https://forbescentroamerica.com/2020/09/18/social-media-en-pandemia-el-fenomeno-tiktok/>

Una meta contra Fake

Está claro que la vacunación es vital para alcanzar la inmunidad de rebaño, conseguir el retorno a la “normalidad” y lograr la recuperación económica. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe ya lo expresó en diciembre de 2020, cuando señaló que la recuperación económica en Latinoamérica dependerá de las vacunas¹¹.

Sin embargo, frente a esa meta la desinformación emerge como escollo, y si bien el Gobierno lleva adelante una campaña que incluye una verificadora y materiales comunicacionales en las más de 30 lenguas originarias, la lucha contra las fake news requiere de un impulso decisivo de parte del Estado.

El presidente Luis Arce señaló en enero de 2021 que la vacuna “es la solución estructural al problema de la pandemia”. Sin embargo, en la lucha contra la Covid-19 no está acompañado por Evo Morales, presidente del MAS, ni David Choquehuanca, vicepresidente, quienes mantienen un perfil bajo respecto a la campaña contra la pandemia.

En el caso de Choquehuanca, segundo hombre al mando del país, se desconoce si se vacunó. En cambio, en mayo pasado, Arce recibió la primera dosis.

En tanto, Morales generó polémica, cuando en una visita reciente a Perú, el 12 de agosto, sostuvo que la pandemia “es parte de una guerra biológica”.

“Con la pandemia que estamos enfrentando, yo estoy convencido que es parte de una guerra biológica. El capitalismo qué exporta, armas nucleares, armar biológicas. Debe ser hacer 5 o 6 años que el FMI afirmaba que la política del Nuevo Orden Mundial indicaba que era importante una planificación de la reducción a la población innecesaria”, indicó¹².

Vale la pena traer a colación las conclusiones a las que arribaron los expertos Ferdinando A. Insanguine Mingarro y Jorge Castellanos Claramunt¹³ que en un artículo de 2020 reflexionaron en torno a la “duda vacunal” (que puede entenderse como rechazo a las vacunas) y las fake news y, entre otros detalles, concluyeron que “menospreciar el fenómeno de la duda vacunal tiene graves costes sociales y consecuencias jurídicas de difícil solución”, las cuales se pueden evitar si se afronta el problema con antelación.

11 <https://www.efe.com/efe/america/mexico/la-recuperacion-en-latinoamerica-dependera-de-las-vacunas-dice-cepal/50000545-4420858>

12 <https://gestion.pe/peru/politica/evo-morales-estoy-convencido-que-esta-pandemia-es-parte-de-una-guerra-biologica-nndc-noticia/>

13 Insanguine Mingarro, Ferdinando A. y Castellanos Claramunt, Jorge. Covid-19, ‘fake news’ y vacunación: la necesidad de inmunizar a la sociedad de la duda vacunal. Cuadernos de Bioética. 2021; 32(104): 63-73

Los especialistas indican que el éxito del movimiento social que rechaza las vacunas está estrictamente relacionado con el fenómeno de las fake news. “Las fake news –señalan en su artículo- son producto de un tiempo que ha venido en denominarse posverdad y que tiene unos efectos perversos en el desarrollo de las democracias. Por ello, su irrupción en el mundo sanitario aporta también unos efectos muy negativos en el bienestar de las sociedades”. Consideran que resulta “fundamental inmunizar a la sociedad de la duda vacunal, alimentada por noticias falsas e informaciones interesadas, para poder, posteriormente, inmunizar a la población ante la enfermedad”. Ese parece ser también uno de los desafíos en la materia de Bolivia.



Jesús Vargas Villena

Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana-Tarija. Se ha especializado en Periodismo para el Desarrollo Latinoamericano y Periodismo Digital en el Instituto Tecnológico de Monterrey-México (TEC) y en la Escuela Internacional de Alta Gestión (EIAE). Fue editor, jefe de prensa y director de varios medios tarijeños y es docente de periodismo. Ganó el Premio Nacional Eduardo Abaroa 2016 en la categoría Periodismo Cultural. Actualmente es director de Contenidos de la revista digital Verdad con Tinta y editor del área de Salud de Bolivia Verifica.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

No hay una verdad absoluta, pero sí existen mentiras y verdades a medias. Lo más cercano a la verdad es la información responsable, aquella que te da la oportunidad de verificar cada uno de los hechos que se están presentando.

Estamos en la era de la posverdad, donde se tejen espacios de adoctrinamiento, cuyas líneas pretenden tener a nuestras sociedades divididas, ennegrecidas y alejadas de la realidad.

Pese a este contexto desfavorable, existen esfuerzos que se convierten en bastiones importantes para frenar las redes de desinformación que pueden provocar daños irreversibles en la comunidad.

Bolivia Verifica: La vacuna contra la pandemia de la desinformación

Más de mil verificaciones fueron realizadas entre 2020 y 2021, un número pequeño para la cantidad de desinformaciones que se expandieron en el país, aunque no dejó de ser una dosis importante para darnos un baño de calma

Jesús Vargas Villena

“¿Quién te crees que eres?”, “¿eres acaso dueño de la verdad?”, “¿quién te paga?”, “¿quién te financia?”, son algunas de las tantas interpelaciones realizadas a periodistas de Bolivia Verifica, que incluso fueron desacreditados por uno que otro funcionario público como tales.

El *fact-checking*¹ o el periodismo de verificación es relativamente nuevo en el país, con el surgimiento en 2019 de las primeras chequeadoras: Bolivia Verifica y Chequea Bolivia.

Digo relativo porque sí se hizo verificación de noticias antes, pero no con la metodología específica del *fact-checking*², sino bajo las bases periodísticas tradicionales³.

1 Código de principios de la Red Internacional de Verificación de Datos <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/>

2 Método de trabajo Bolivia Verifica <https://boliviaverifica.bo/metodologia/>

3 Código de Ética APLP <https://es.scribd.com/document/328895163/Codigo-de-Etica-APLP>

El trabajo de estas primeras verificadoras bolivianas se enfrentó a un mar de desinformación y a una idiosincrasia política que no estaba acostumbrada a ser cuestionada en sus discursos: su palabra era ley.

¡Ojo! Esto no quiere decir que previo a los medios de verificación no había un periodismo que cuestionara, al contrario, Bolivia a lo largo de su historia siempre tuvo grandes ejemplos en este sentido, destacando especialmente en las fuertes turbulencias políticas.

Las historias narradas en libros como “Una Mina de Coraje”, “Presencia”, “La Guerrilla que Contamos” o “Recuentos”⁴ son pequeñas muestras de lo avezado y valiente que es hacer periodismo en Bolivia.

Sin embargo, la verificación de discurso era algo novedoso y poco digerible para el mundillo político. “A nadie le gusta que le digan mentiroso”, me decía uno de los asesores comunicacionales de un candidato.

Lo cierto es que antes de las verificadoras en el país, las frases más fuertes de las autoridades de turno o de candidatos eran directamente replicadas con entrecorchetes en los principales medios de comunicación o copaban los titulares. Si era real o falso lo que decían no había mayor lío, pues las comillas liberaban de toda culpa al editor.

En Bolivia Verifica se dio un pasito más y se empezó a analizar cada frase, lo que derivó en las posteriores calificaciones de falsos o engañosos, un cambio de chip en el consumo del discurso oficial, con un mayor procesamiento de la información o los datos lanzados.

Con estas palabras, comparto un poco de lo vivido en Bolivia Verifica dentro de lo que fue la pandemia que encerró lo político, lo social, lo cultural y lo económico.

Miedo y suspenso, la fórmula del engaño

La fórmula que sale de la mezcla de ambos elementos tiene un resultado eficaz para la desinformación: Pánico.

No es nada nuevo, pero esta fórmula se multiplica al cubo cuando se agregan las ecuaciones de las redes sociales, lo que conlleva a una explosión, como lo ocurrido en 2019.

4 Radio Pío XII Una Mina de Coraje de José Ignacio López Vigil (1985), Presencia, una escuela de ética y buen periodismo de la Fundación para el Periodismo (2019), La Guerrilla que Contamos de Juan Carlos Salazar, José Luis Alcázar y Humberto Vacaflores (2017), Recuentos de Carlos Soria Galvarro (2002).

Con este antecedente y un país que intentaba salir del caos que se vivió el año 2019, llegaba la noticia de la pandemia declarada oficialmente como tal el 11 de marzo de 2020⁵.

Parecía algo lejano, hasta que el Gobierno Nacional decretaba el 22 de marzo una “cuarentena total”⁶.

El encierro volcó a miles de personas a las redes sociales, las que pasaron a convertirse en una nueva forma de vida, siendo otra vez los principales canales para aquellos que ya sabían manejar con precisión la fórmula del engaño.

El contagio del pánico llevó a conseguir objetivos diferentes a los generadores de desinformación: políticos, económicos y comerciales, entre los principales.

Hay estudios⁷ donde se afirma que el humano le teme más a lo desconocido, y esta situación fue aprovechada bastante bien por aquellos que buscaban protagonismo en las redes sociales, pero especialmente, por los equipos comunicacionales que tenían fines específicos.

Además de toda la incertidumbre generada por la pandemia y las inesperadas cuarentenas, en Bolivia se agregaron los condimentos más picantes para dar un contexto propicio para la desinformación: ¡Elecciones!

Como una de las mejores películas de suspenso donde las olas de temor suben de intensidad junto al sonido de la banda sonora, el miedo ingresó a cada casa por el agujero negro creado desde pequeños aparatos dispositivos.

Con ese panorama, Bolivia Verifica afrontó las olas de temor con bocanadas de realidad. El fin: bajar el nivel de pánico en una realidad compleja, pero llevadera.

El Ministerio de Salud confirmó el 10 de marzo de 2020 los dos primeros casos de coronavirus COVID-19 en Bolivia⁸.

5 La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>.

6 Gobierno declara cuarentena total desde este domingo 22 de marzo y por 14 días: <https://comunicacion.gob.bo/?q=20200321/28972#:~:text=La%20Paz%2C%2021%20de%20marzo,evitar%20m%C3%A1s%20contagios%20del%20COVID19>.

7 Análisis de la Incidencia del Miedo en la Organización Desde la Perspectiva Psicobiológica-Universidad del Valle- Cali: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-54692014000200009

8 Ministerio de Salud confirma dos primeros casos de coronavirus en Bolivia: <https://www.noticiasfides.com/nacional/sociedad/ministerio-de-salud-confirma-dos-casos-de-covid-19-en-bolivia-403832>

Con este último anuncio a la fecha, fueron realizadas 1.246 verificaciones en Bolivia Verifica entre 2020 y 2021, tanto de temas relacionados con el coronavirus y el periodo electoral, e incluso una mezcla de ambas.

Acá entramos a ver un poco de lo que vivimos en este periodo.

2020: Coronavirus: Un contagio masivo de paranoia

“¡Si los traen aquí los vamos a quemar!”, eran las palabras amenazantes que se replicaban los primeros meses de cuarentena en diferentes regiones del país en contra de los sospechosos de tener coronavirus o con aquellas personas que debían ser aisladas por llegar de la frontera u otra región.

El entonces secretario de Salud de la Gobernación cruceña, Óscar Urenda llamaba en marzo a la “reflexión”, ante una “sicosis colectiva, artificial”, después de que manifestantes bloquearan hospitales y centros de salud para impedir que una paciente con COVID-19 ingrese a este lugar⁹.

La paranoia estaba insertada en el país.

La sobreinformación en los medios de comunicación también favoreció a la desinformación; pues abundaban las opiniones y eran pocas las certezas. A eso debe sumarse una serie de desaciertos de las autoridades de turno.

En las películas de suspenso y de terror hay que estar atentos a puertas y ventanas, pero en el caso de la paranoia generada en la pandemia, el miedo se introducía vía online.

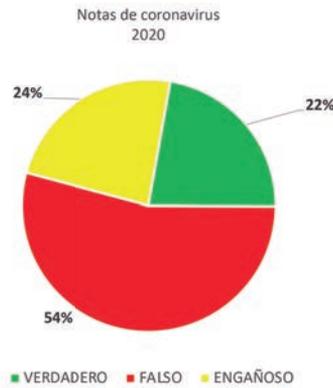
El trabajo de Bolivia Verifica consistía en pescar la mayor cantidad de desinformaciones con el fin de transmitir serenidad a los miles de usuarios que, fruto de la cuarentena habían incrementado las horas frente a sus equipos tecnológicos.

¿Costó? Bastante. El equipo de Bolivia Verifica tuvo que remar entre creencias culturales, fanatismos políticos e intereses comerciales.

En total se hicieron 390 verificaciones de coronavirus en 2020, un número reducido en la inmensa cantidad de desinformación que circuló en las redes sociales, pero suficiente para dar un manto de serenidad en una sociedad saturada de contenidos con sobredosis de estrés.

9 Urenda critica protestas “anárquicas” en hospitales y anuncia principio de autoridad: <https://www.noticiasfides.com/nacional/sociedad/covid-19-advierten-con-imponer-la-autoridad-ante-protestas-34anarquicas-34-en-hospitales-crucenos-403851>

| N° DE NOTAS VERDADERO | FALSO | ENGAÑOSO |
|-----------------------|-------|----------|
| 390 | 87 | 211 |
| | | 92 |



**En 2020 fueron realizadas por Bolivia Verifica 390 verificaciones relacionadas con coronavirus. Fuente: Adriana Olivera/Editora Bolivia Verifica.*

Entre ataúdes y muertos en vida

WhatsApp empezó a inundarse desde marzo con imágenes de cientos de ataúdes pegados entre sí que reflejaban la supuesta muerte masiva por COVID-19 en países como Italia, en cuyos textos se agregaba que los hospitales estaban “prohibidos” de hacer autopsias.

Las teorías conspirativas se apoderaron de las redes sociales, prendiendo las alarmas más chillonas de un supuesto plan de reducción de la población mundial. Nombres como Bill Gates o George Soros resaltaban en Google Trends.

La mayoría de estas imágenes no correspondían al contexto, ni tenían relación con la pandemia, como reflejaba una de las verificaciones de Bolivia Verifica. Una de las fotografías que circulaban masivamente en las redes sociales había sido tomada en 2013, donde se reflejaba la muerte de 368 migrantes africanos, cuyos cuerpos habían sido trasladados a la isla italiana de Lampedusa¹⁰.



Una de las imágenes que circulaba desde marzo de 2020 en Facebook, mostrando una imagen fuera de contexto para generar paranoia en un país que registraba sus primeros casos de coronavirus.

10 Esta foto es de 2013, no de muertos por Covid-19: <https://boliviaverifica.bo/esta-foto-es-de-2013-no-de-muertos-por-covid-19/>

Otra de las teorías más resonadas en los primeros meses de cuarentena tenía que ver con la supuesta prohibición de la Organización Mundial de la Salud (OMS) de realizar autopsias a los cuerpos de las víctimas mortales de COVID-19.

Esta versión negaba la existencia del coronavirus y afirmaba que en los hospitales tenían la orden de internar y “asesinar” a las personas con simples síntomas de un resfriado.¹¹

Así de escalofriantes eran las cadenas de desinformación, donde se mostraban supuestas noticias de médicos que se revelaban contra la OMS en China, Italia, España o Ecuador para no acatar los “protocolos de la muerte”.

La realidad estaba alejada de estas versiones, pues no había prohibición de realizar autopsias, pero sí se recomendaba un protocolo específico.¹²

El miedo tenía más impacto cuando la escena se trasladaba a sitios que conocemos. “Está pasando aquí”, resonaba como un eco que nos martillaba la cabeza cada vez que mirábamos el computador o el teléfono celular.

Incluso, los medios de comunicación tradicionales se prestaban a replicar este tipo de contenidos.

Las cadenas de desinformaciones sonaban tan convincentes que hasta provocaron que grupos ciudadanos derriben antenas de telecomunicaciones en Cochabamba.¹³

El argumento para este accionar era que las antenas de 5G “contagiaban” el virus y hasta convertían en “zombis” a las personas. Los difusores de esta teoría en Bolivia, no tomaron en cuenta que este tipo de tecnología aún no se tenía en el país.

Uno de los ejemplos que me quedó pegado en el disco duro de mi memoria es el “caso cero” del departamento de Tarija.

La paranoia colectiva inició el domingo 29 de marzo de 2020 con la transmisión en vivo de un canal digital tarijeño en las afueras de un centro de salud, donde alertaba de un caso “altamente sospechoso” de coronavirus.

11 Circula cadena de WhatsApp con datos falsos sobre medicación para coronavirus: <https://boliviaverifica.bo/circula-cadena-de-whatsapp-con-datos-falsos-sobre-medicacion-para-coronavirus/Prevencción y control de infecciones para la gestión>

12 Prevencción y control de infecciones para la gestión segura de cadáveres en el contexto de la COVID-19: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334321/WHO-2019-nCoV-IPC_DBMgmt-2020.2-spa.pdf

13 K'ara K'ara: Derriban antena y dicen que era 5G, los técnicos vuelven a explicar que esa tecnología no llegó al país: <https://boliviaverifica.bo/kara-kara-derriban-antena-y-dicen-que-era-5g-los-tecnicos-vuelven-a-explicar-que-esa-tecnologia-no-llego-al-pais/>

Las palabras del periodista que alertaban de un contagio del personal del centro médico de Prosalud, movilizaron a todo el barrio donde se encontraba este puesto sanitario, donde sus vecinos exigían al Servicio Departamental de Salud que el sospechoso sea retirado “de inmediato” del lugar.

El hombre fue trasladado al hospital San Juan de Dios.

El paciente cero de Tarija fue un cura de la iglesia San Francisco, cuyo caso fue confirmado el 30 de marzo en una conferencia de prensa del Sedes.

Cuando el religioso se encontraba internado en terapia intensiva, sin posibilidad de defenderse, se decía que había dado misa por lo menos en doce comunidades del área rural de Tarija en tiempo de pandemia, alertándose de un contagio masivo en esa región, además de un supuesto viaje a Cochabamba, ciudad donde supuestamente contrajo la enfermedad.

Cada uno de estos rumores fue desmentido, tanto por la Diócesis de Tarija¹⁴ como por su propia familia.

Las misas no se habían realizado en tiempo de cuarentena y menos el citado viaje a Cochabamba, en realidad, el religioso se había contagiado en el propio convento franciscano cuando recibió la visita privada del obispo Antonio Reimann del vicariato de la provincia cruceña Ñuflo de Chávez, quien hasta ese entonces no sabía que tenía el virus.

Pero la tramoya continuaba, había un show mediático en torno a la internación del religioso, cuyas fotografías circulaban en Facebook, apuntando con el dedo a cada persona que aparecía con él.

Dos periodistas de radio Luis de Fuentes que habían entrevistado meses antes del contagio al sacerdote fueron apuntadas con el dedo por sus propios colegas cuando el video de ese encuentro fue republicado.

El medio de comunicación donde trabajaban las reporteras tuvo que sacar de la red la entrevista, aunque hasta ese entonces, el video ya circulaba en cadena por Facebook y WhatsApp. Por ese audiovisual, las comunicadoras fueron intimidadas.

“El cura nos trajo la maldición”, citaba una de las tantas publicaciones en contra del religioso.

Ver todo lo que se publicaba sobre este tema, te metía de lleno en un film de intriga, donde no sabías para qué lado mirar ni a quién creer.

14 Comunicado de la Diócesis de Tarija 1-ABR-20: <https://www.ucbtja.edu.bo/comunicado-de-la-diocesis-de-tarija-1-abr-20/>

Pero el momento de mayor suspenso con una alta dosis de paranoia colectiva se dio el primero de abril. Como en la mejor película de este género dieron por muerto al protagonista.

Los rumores empezaron a correr por WhatsApp desde el mediodía y se multiplicaron como el peor virus, el más agresivo. “Falleció el cura”, decía uno de los tantos mensajes que bombardearon los teléfonos celulares.

Todos tenían la “primicia”, pues en cada grupo de WhatsApp aparecí a un amigo de una enfermera, un médico u otro supuesto trabajador del hospital, que confirmaba el hecho.

Hubo usuarios en Facebook que exigían al gobernador de ese entonces, Adrián Oliva Alcázar, que confirme la muerte del sacerdote.

“Por qué no sale Adrián Oliva a hablar de que el cura falleció, anda diciendo que tenemos un buen sistema de salud en todas las entrevistas y el primer paciente se le muere en tres días, ahora para colmo, los que trabajaron con el cura ya presentan síntomas”, denunciaba en Facebook el usuario Brayhan F. C. en el grupo “La Bolsita de Trabajo Tarija”.

La especulación avanzaba tan rápido como el virus, incluso se indicaba que la espera era simplemente para evitar manifestaciones en contra del entierro en el Cementerio General.

“Lo tienen con el respirador artificial, pero está con muerte cerebral, lo tienen así hasta conseguir las bolsas”, refería otro texto de WhatsApp ¡Tétrico!

Hubo medios de prensa que publicaron sobre la “muerte” del paciente cero, mientras otros periodistas exigían a la Gobernación que confirme el hecho.

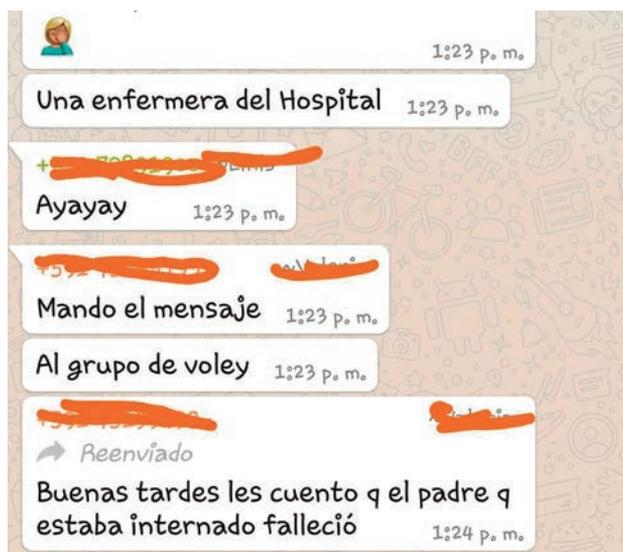
Algunos periodistas aseguraban que estas versiones salían del propio personal del hospital.

“Hay mensajes de personas que no se animan a decirlo de frente porque corren el riesgo de perder su trabajo”, decía un periodista en el grupo de prensa al momento de exigir la confirmación del supuesto fallecimiento a la Gobernación tarijeña.

¡Hasta circuló un parte policial! en el que se confirmaba la supuesta muerte de esta persona.

Los mensajes que copaban los grupos de WhatsApp el primero de abril de 2020 en Tarija.

Los mensajes que copaban los grupos de WhatsApp el primero de abril de 2020 en Tarija.



Bolivia Verifica recopiló toda la desinformación que circuló en las redes sociales y constató que el religioso no estaba muerto.

El sacerdote recibió el alta médica el 15 de mayo de 2020. Otro franciscano en contacto con Bolivia Verifica, dijo un poco irritado que el periodismo “había retrocedido 200 años”.

El sensacionalismo había tomado sus primeras víctimas en tiempos de pandemia.

Las recetas de la abuela y los falsos gurúes

Siguiendo la ruta de la desinformación nos encontramos con las denominadas “recetas de la abuela”.

Poner el rostro frente a la olla humeante de vapor, es una de las tradiciones que se arrastran de antaño, y hay que admitirlo, con buenos resultados al momento de descongestionar nuestra nariz cuando uno está resfriado, ¿pero esto nos cura del coronavirus?

Esa es una de las preguntas que más eco tuvo en las redes sociales, pues la receta casera “milagrosa” se propagaba como el vapor mismo en cadenas de WhatsApp.

La respuesta es “no”, pero como esta, cientos de recetas milagrosas del “baúl de la abuela” salieron en las redes sociales como un arsenal contra el coronavirus.

Bolivia Verifica realizó 36 verificaciones en 2020 relacionadas con “curas milagrosas”. En número hubo más cadenas y publicaciones, pero generalmente repetían los ingredientes o cambiaba la pócima entre los mismos elementos. El vapor de eucalipto, la aspirina con limón, las gárgaras con sal, el mentisan, el vapor de jengibre, el café, el vino, la coca y hasta la marihuana eran promocionados en diferentes redes como productos que podían curar o evitar el coronavirus.

Junto a la promoción de estas pociones aparecían falsos gurúes que aprovechaban el alto nivel de paranoia para hacerse virales con sus recetas.

Uno de estos casos es de “Dr. Sasha”, quien promocionaba en un video las hojas del árbol de paraíso para eliminar “cualquier tipo de virus”.

El audiovisual fue realizado en las afueras del hospital San Juan de Dios de Tarija y el hombre vestido de médico con una credencial que colgaba de su pecho, aseguraba ser parte del equipo de triaje del Sedes, situación que fue desmentida por las autoridades de esa institución cuando fueron contactadas por Bolivia Verifica¹⁵.

El video se promocionó en las redes sociales en diferentes idiomas y países.

Otro video viral con más de cuatro millones de reproducciones en Facebook es de una entrevista realizada por la Red Uno a un pediatra cruceño, Nelson Via Reque, quien aseguraba que la mezcla del vapor de jengibre y la Coca Cola eliminaba cualquier tipo de virus.



Los medios de comunicación tradicionales también se convirtieron en fuente de desinformación.

15 No está probado que las hojas del árbol “Paraíso” sean efectivas contra el coronavirus: <https://boliviaverifica.bo/no-no-esta-probado-que-la-hojas-del-arbol-paraiso-sean-efectivas-contra-el-coronavirus/>

Los medios de comunicación tradicionales también se convirtieron en fuente de desinformación.

Cuando el médico fue contactado por Bolivia Verifica, este ratificó su postura, indicando que serían “menos muertes” en el país si le hicieran caso con sus consejos, aunque su fórmula no tiene ningún respaldo científico, ni hay constancia que evitase algún contagio o muerte.

Tanto la Organización Mundial de la Salud (OMS) como grupos de científicos explicaron que el jengibre u otras recetas caseras pueden inhibir respuestas inflamatorias o alergias, pero no se recomienda para evitar una infección viral.

“MMS”, ivermectina y política: Una relación tóxica

“No, eso toma mucho tiempo, las personas se están muriendo”, era uno de los justificativos para buscar terapias alternativas al no existir una cura contra el coronavirus.

El temor y la paranoia colectiva empujaron a que miles de personas creyeran en las recetas catalogadas de “milagrosas” a base de dióxido de cloro, conocido como “MMS” o en la ivermectina entre otros productos.

Las desinformaciones no solo venían de falsos gurúes, sectas religiosas y estafadores, sino también de autoridades, especialmente aquellas que estaban inmersas en las campañas políticas.

Con la distribución de estos productos, aumentaron las esperanzas y crecieron las intoxicaciones.

El boom del dióxido de cloro y la ivermectina llegó a tal nivel que se modificaron normas y crearon leyes a su favor. Lo ilegal pasaba a ser legal.

Sin ningún estudio científico avalado por pares que sustente su consumo, la ivermectina era promocionada para bajar la carga viral contra el coronavirus.

Con una fuerte presión social y mediática, el Gobierno nacional se vio contra las paredes para avalar su distribución.

Fue el entonces ministro de Salud, Marcelo Navajas Salinas, quien anunció el 12 de mayo de 2020 que la ivermectina era incluida en la “Lista Nacional de Medicamentos Esenciales 2018-2020”, pudiendo ser utilizada para el tratamiento de pacientes con coronavirus, “bajo protocolo médico y consentimiento informado”.¹⁶

16 Ministerio de Salud autoriza uso de ivermectina contra el COVID-19 bajo protocolo: <https://bit.ly/3iH2sKX>

Por ese mismo periodo, falsos gurúes viajaban hasta el norte del país para distribuir dióxido de cloro y otros remedios que eran entregados libremente.

Como los famosos charlatanes de los siglos XIX y XX¹⁷ que viajaban por los pueblos para ofrecer jarabes y fórmulas milagrosas en las plazas, así se presentaba en el Beni un dentista que repartía productos que según él estaban tocados por el cielo para aplacar “la ira del cuarto jinete” del Apocalipsis¹⁸ que era representado por el coronavirus.

El odontólogo, Alejandro Unzueta, repartía paquetes de productos calificados como “milagrosos” para afrontar el coronavirus¹⁹ a cientos de personas que hacían largas filas en los diferentes municipios benianos.

El dentista que además predicaba en contra del uso del barbijo, fue electo unos meses más tarde como gobernador de ese departamento.

El exdirector del Servicio Departamental de Salud de Beni, Erick Vallejos, recordaba en una entrevista con Bolivia Verifica que en esa primera ola de contagios se registraron casos de intoxicaciones por el consumo de productos alternativos, los que “complicaron” la salud de los pacientes.

Una larga fila en Trinidad-Beni para recibir el pack milagroso que regalaba Alejandro Unzueta, que luego sería electo como gobernador de ese departamento.



Una larga fila en Trinidad-Beni para recibir el pack milagroso que regalaba Alejandro Unzueta, que luego sería electo como gobernador de ese departamento.

Caso similar se dio en el sur del país, donde el jefe de terapia intensiva del hospital San Juan de Dios de la ciudad de Tarija Roberto Mérida Maldonado,

17 Sacamuelas y charlatanes, pioneros de la publicidad y la propaganda: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912017000100084

18 La Biblia/Apocalipsis 6:8.

19 Falso: La “terapia multifocal” no es la solución para el coronavirus y puede causar intoxicación: <https://boliviaverifica.bo/falso-la-terapia-multifocal-no-es-la-solucion-para-el-coronavirus-y-puede-causar-intoxicacion/>

afirmaba a Bolivia Verifica que el 85% de los pacientes que fallecieron en esta unidad habían consumido dióxido de cloro.²⁰

Al momento de ser desarrollada la entrevista, Mérida revelaba que precisamente ese día -12 de enero de 2021- ingresó “una jovencita a terapia intensiva que estaba muy complicada y había tomado dióxido de cloro en cantidades apreciables”.

El uso y abuso de este tipo de productos abundó, desde autoridades gubernamentales hasta regionales y candidatos.

Por ejemplo, en Tarija, el actual alcalde Jhonny Torres Terzo, propuso la distribución masiva de ivermectina y dijo que estaba “comprobado” que el fármaco reduce la carga viral. En la misma línea, su secretario municipal de salud, Paul Mendoza Pino, trató de convencer al equipo de prensa de Bolivia Verifica que la ivermectina era “recomendada” por la propia Organización Panamericana de la Salud (OPS), cuando en realidad, este organismo indicaba todo lo contrario.²¹

En Santa Cruz, la exalcaldesa Angélica Sosa Arreaza se refirió a campañas “masivas de prevención” del coronavirus con el uso de ivermectina.

Los gobernadores de Chuquisaca, Potosí y Tarija también hablaban de producir dióxido de cloro, hasta la propia Escuela Militar de Ingeniería (EMI) empezó a producir este producto para comercializarlo luego.²²

“Esta sustancia te va a oxigenar la sangre”, decía confiado en un video tutorial sobre el dióxido de cloro el abogado David Galdo, quien fuera candidato a diputado por el Partido Acción Nacional Boliviano (PAN-Bol).

Como Galdo, hubo transmisiones de candidatos de todos los colores con la misma orientación: desinformar para ganar.

El clímax de la desinformación se dio cuando la entonces presidenta de la Asamblea Plurinacional Eva Copa Murga promulgó la Ley del Dióxido de Cloro²³.

20 Secuelas electorales en pandemia: El discurso político basado en la creencia y no en la ciencia: <https://verdadcontinta.com/2021/06/12/secuelas-electorales-en-pandemia-el-discurso-politico-basado-en-la-creencia-y-no-en-la-ciencia/>

21 OPS no recomienda uso de medicamentos sin evidencia científica para tratamientos de la COVID-19: <https://www.paho.org/es/noticias/9-7-2020-ops-no-recomienda-uso-medicamentos-sin-evidencia-cientifica-para-tratamientos>

22 Verdadero: La EMI vende dióxido de cloro para tratar la Covid-19: <https://boliviaverifica.bo/verdadero-la-emi-vende-dioxido-de-cloro-para-tratar-la-covid-19/>

23 Presidenta de la ALP promulga Ley del Dióxido de Cloro y la Ley de Permanencia Obligatoria: <https://web.senado.gob.bo/prensa/noticias/presidenta-de-la-alp-promulga-ley-del-di%C3%B3xido-de-cloro-y-la-ley-de-permanencia>

La normativa era promulgada a tan solo una semana de las elecciones presidenciales, en un periodo donde los políticos se movían con base al clamor popular que se traducía en votos, dejando de lado posturas o recomendaciones científicas.

La salud primaba en los discursos, pero estaba en un tercer plano en las decisiones.

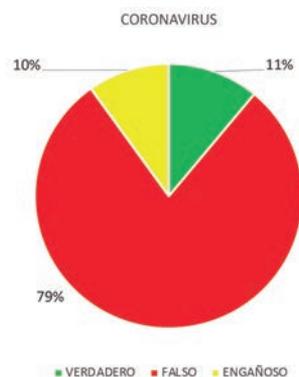
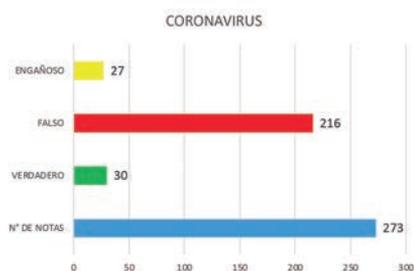
Al vendaval desinformativo del entorno político se sumaba el vocero presidencial, Jorge Richter, quien mencionaba que la ivermectina y el dióxido de cloro serían utilizados para “contener” el coronavirus.

Con este panorama, Bolivia Verifica navegó el 2020 sobre un río turbulento y a contracorriente, remando contra la desinformación que se cubría bajo el propio mando de las autoridades nacionales como regionales.

2021: El hombre lobo y otras dosis de terror contra la vacunación

Con diferentes fines se fueron empoderando del movimiento contra las vacunas organizaciones civiles y personajes que usaron la fórmula del miedo para desalentar a la población a inmunizarse desde principios de 2021.

| N° DE NOTAS | VERDADERO | FALSO | ENGAÑOSO |
|--------------|------------|-------|----------|
| | 30 | 216 | 27 |
| TOTAL | 273 | | |



**En 2021 fueron realizadas hasta agosto por Bolivia Verifica 273 verificaciones sobre coronavirus, la mayoría relacionadas con el tema de las vacunas. Fuente: Adriana Olivera/Editora Bolivia Verifica.*

Los contenidos difundidos por estas personas y grupos fueron migrando especialmente a Telegram, una red social libre de prohibiciones como las que se presentaban en Facebook o Youtube.

La promoción y venta de productos alternativos a las vacunas, fueron parte de estas campañas de desinformación que llegaron a límites extremos, como el

caso del “hombre lobo”, el cual fue tomado con mofa por la opinión pública, pero que tuvo fuerte incidencia en áreas rurales de Oruro y Potosí.

En la verificación de Bolivia Verifica²⁴ se pudo comprobar que algunos dirigentes comunales alertaban por WhatsApp mediante un video con subtítulos en quechua de la presencia de un “hombre lobo”.

En el video se decía que la “transformación” del hombre se debía a las vacunas. Autoridades y algunos medios de comunicación nacionales se burlaron de esta verificación, sin darse cuenta que se mofaban de las comunidades rurales donde no se había difundido la suficiente información sobre los planes de vacunación.

Para desvirtuar el extremo, se pudo probar que el video había sido filmado por un cineasta en Estados Unidos.

Otro caso extremo se registró en Beni con la matanza de caimanes negros en el municipio de Magdalena, lugar en el cual se consideraba que la grasa de este animal era una “cura” contra el coronavirus, siendo comercializada de forma ilegal en la ciudad de Trinidad.

En este caso, la desinformación puso en riesgo una especie animal catalogada como “vulnerable”, es decir, cerca de entrar en peligro de extinción.

Los grupos que se oponen a las vacunas llegaron a organizar quemas públicas de barbijos como la ocurrida en Quillacollo, Cochabamba en enero de 2021.

Las versiones más difundidas en redes sociales contra las vacunas fueron las que se referían a la inserción de un chip en el cuerpo, la supuesta intoxicación de la persona con grafeno u otros químicos “nocivos”, la transformación en “transhumanos”, la infertilidad y reacciones cardiacas entre otras.

Como vine repitiendo en este trabajo, la principal dosis de cada una de estas versiones es el contagio del miedo.

Como toda película de suspenso, el cierre no deja de sorprendernos y en esta historia nos topamos con la verificación realizada a una de las impulsoras de esos movimientos en contra de la inmunización, donde se constata que, pese a sus posturas públicas, sí se había vacunado.

Karla Revollo, una comunicadora que se define como periodista especializada en salud, promovió en su conferencias y entrevistas a no inmunizarse contra

24 Videos del supuesto hombre lobo que circula en Potosí corresponde a la creación de un artista estadounidense: <https://boliviaverifica.bo/videos-del-supuesto-hombre-lobo-que-circula-en-potosi-corresponde-a-la-creacion-de-un-artista-estadounidense/>

el COVID-19; pero contraria a sus posturas públicas, se había vacunado en junio.

En una verificación, Bolivia Verifica constató que la periodista tenía el certificado de vacunación.

“Quien quiera distraerse se va a distraer y quien quiera mantenerse claro, se va a mantener claro, más del tema no voy a comentar”, fue el descargo de la comunicadora al ser consultada sobre el particular por sus propios seguidores. La duda como punto de partida en la verificación ayudó en Bolivia Verifica a tocar suelo y alejarse de esa ficción llena de afirmaciones cargadas de miedo e incertidumbre.

Conclusiones

La falta de claridad en el discurso público y la información brindada desde las instituciones oficiales ha generado incertidumbre en la población, lo que ha brindado un clima propicio para aquellos que generan desinformación.

El Gobierno nacional tanto en la gestión de Jeanine Áñez Chávez como de Luis Arce Catacora, no hizo un manejo responsable de la información, interpretando cifras relacionadas con la pandemia a conveniencia del contexto político, generando grandes vacíos que agrandaron la desconfianza en la institucionalidad ante cualquier medida implementada, incluso en la distribución de vacunas.

Esta situación se repitió en gobiernos departamentales y municipales con manejos antojadizos de las tasas de letalidad, mezclando diferentes tipos de pruebas COVID–fuera de la norma– en sus estadísticas para mostrar resultados que fortalezcan a sus gestiones en periodo electoral.

La realización de elecciones en 2020 y 2021 tuvo serias secuelas en el manejo de la pandemia de COVID-19 en Bolivia.

La mayoría de los medios de comunicación ha jugado a favor de la desinformación con la sobreinformación, provocando una psicosis colectiva.

Esta sobreinformación no ha sido de calidad y ha generado mayor incertidumbre, además de abrir paso al sensacionalismo para hablar de temas relacionados al coronavirus, con fuerte eco comercial en audiencias, pero bajo contenido ético.

Bolivia se ha convertido en un campo minado de desinformación donde los periodistas de verificación se topan con una serie de obstáculos que inician desde el sector institucional.

Se deben bajar los niveles de suspenso y dar más certezas a las audiencias.

Los antídotos:
Periodismo y
alfabetización
mediática



ABECOR
2-21



Ramón Grimalt

Periodista español con raíces bolivianas que se desempeña en el país desde hace 31 años. Durante su carrera, ha ganado el Premio Nacional de Periodismo (2017), el Premio de Periodismo de la Unión Europea (2003), la medalla Franz Tamayo a la Creación Intelectual (2018) y varios galardones literarios.

Reportero pero fundamentalmente narrador de historias, Ramón confiesa que aprendió el oficio en la trinchera, en compañía de compañeros de fatiga entrañables cuya evocación impregna cada una de las frases que componen sus artículos, columnas, reportajes y documentales para la televisión. “La universidad me dio un título. La calle me dio el periodismo”, afirma cuando la ocasión así lo merece.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Ramón Grimalt: *La búsqueda de la verdad y, sobre todo el camino intelectual para hallarla, es cuestión que concierne a la filosofía y nosotros somos periodistas. El periodismo se fundamenta en la veracidad (autenticidad) del hecho. El problema de hoy es que existe una “verdad a la carta”, que genera una cantidad industrial de “posverdades” que coexisten con el hecho informativo que acaba distorsionándose hasta derivar en “desinformación”.*

“BULO-CRACIA”

Las falsas noticias entre la política y la pandemia en Bolivia

“Una herejía es un fragmento de la verdad que se ha exagerado, a expensas del resto de la verdad”.

Chesterton

I “Andá a contar los muertos”

Quienes han trabajado conmigo saben que siempre anoto todo en un cuaderno. De hecho, durante treinta y un años ejerciendo como reportero, he acumulado centenares de ellos, pequeños, manejables, perfectos para guardar en el bolsillo interior de una chamarra o bien en el fondo de la mochila. La mayoría tiene las hojas sucias y ajadas al punto que a veces, cuando se me ocurre repasarlos impelido por la nostalgia, me resulta difícil entender lo que escribí en un momento puntual. Vale decir, por supuesto, que mi caligrafía era, es y, sin duda, será, espantosa.

Sin embargo, hace un par de días, cuando recibí la invitación para escribir sobre un tema tan serio y complejo como la desinformación en estos tiempos turbulentos entre los vaivenes de la errática política boliviana y los rigores de la pandemia de covid-19, busqué en la montaña de cuadernos de campo que guardo como un preciado tesoro entre la obra completa de Ernest Hemingway, Joseph Conrad y Truman Capote y encontré un cuaderno de tapa azul. No fue al azar. En su momento, identifiqué el cuaderno con mi nombre y debajo, a modo de subtítulo, escribí en mayúscula la palabra “URGENTE”.

Sabía perfectamente adónde iba y, de algún modo, era consciente de que al abrirlo hallaría la mejor lección de periodismo que jamás hubiera soñado recibir en un aula universitaria. No tengo ningún prejuicio hacia el mundo académico, las cátedras y sus docentes, pero después de cientos de notas y reportajes, más de un centenar de documentales y más de mil entrevistas en todos sus formatos, estoy convencido de que el periodismo es un oficio que se aprende sobre el terreno. Todo empezó aquel jueves 16 de abril de 1999.

“Frío intenso. Neblina” apunté debajo de la fecha, al inicio de una página donde apenas se distinguían las líneas. Seguramente, a aquella hora de la madrugada, mi camarógrafo y buen amigo, Claudio Quispe y quien suscribe, fuimos incapaces de reconfortarnos con una taza de café caliente y apenas podíamos movernos en inmediaciones del lugar del siniestro.

-A este lugar lo llaman la “ruta de la muerte”. Dijo Claudio, hoy en día un abogado en la ciudad de El Alto, entonces, un joven padre de familia que jamás rehuía la posibilidad de contar una historia en imágenes.

Asentí con la cabeza, en silencio. Traté de evitar que se notara que tiritaba cubriéndome la boca y la nariz con un pañuelo anudado al cuello y le pedí a Claudio que caminara conmigo hasta un grupo de policías y bomberos. Entonces, saqué el cuaderno de tapa azul y un bolígrafo.

- No se acerque tanto, pues. Me advirtió un policía con severidad.

Claudio y yo nos detuvimos aunque el audaz camarógrafo había empezado a grabar. Sabíamos, porque lo había reportado la Agencia de Noticias Fides e incluso fue la nota de apertura del primer noticiero de la mañana, que un bus se había embarrancado con treinta y un personas a bordo en El Banconsillo, Chuspipata, carretera a Yungas, en La Paz. Con mucha dificultad, el grupo de rescate BERSA de bomberos ayudado por varios policías, trataba de recuperar los cadáveres que se encontraban en el abismo, a unos doscientos metros, calculó la Policía de Tránsito.

- Faltan. Será muy difícil recuperarlos. Me comentó resignado el teniente Guzmán, un hombre que se había pasado la noche bajando y subiendo una escarpada pared de rocas y vegetación, sin orientarse debido a la oscuridad y la espesa niebla.
- ¿Hay más víctimas? Le pregunté mirando alrededor.
- De momento hay dos. Podría haber más. Aseveró el rescatista enjugándose la frente perlada de sudor con el dorso de su mano derecha.

- ¿Heridos? Inquirí.
- Ucha. No sé, hermano. Hemos sacado a varios. Ya se los llevó la ambulancia. La cosa está muy jodida. Mirá nomás lo que es esto.

Colegas de otros medios de comunicación habían llegado a aquel punto de la intersección de la carretera que conduce Coroico, Chuluamani y Unduavi. También arribaron otro puñado de policías en una vagoneta y varios curiosos, lugareños alertados por el bullicio.

- Enseguida les brindaremos un informe-señaló un sargento con seriedad-Esperemos la llegada de mi comandante.
- Tengo imágenes de las huellas de las llantas. Afirmó Claudio esbozando una sonrisa. En medio de aquella tragedia, mi compañero mantenía una entereza profesional digna de encomio.
- Muy bien-ponderé-Llamaré al canal para recibir instrucciones.

Mi primer teléfono móvil era un Nokia 5110. Comprobé que hubiese señal y respiré hondo al ver que aún me quedaba batería. Marqué un número que tenía bien anotado y esperé un segundo.

- Hola. ¿Ramón?
Enseguida reconocí la voz cansada de Lorenzo Carri, en aquel entonces director del canal de televisión ATB.
- Estamos en el lugar del accidente.
- Perfecto. ¿Qué se sabe?
- Una flota con más de treinta personas se embarrancó en Chuspipata.
- ¿Muertos?
- Dos.
- ¿Los viste?
- No. Me lo dijo un rescatista.
- No. No sirve. Andá a contar los muertos.
- Pero enseguida la Policía brindará un informe y creo que...
- Escuchame. Andá a contar los muertos.

Lorenzo colgó el celular sin un “buenos días” de por medio. Tampoco lo necesitaba. Caminé unos metros hasta una camioneta de Radio Patrullas 110 en cuya carrocería había dos cuerpos cubiertos con frazadas. Entonces escribí en mi cuaderno “dos muertos”. Pero, como dijo el teniente Guzmán, “faltaban”.

Tal y como se había anunciado el comandante reunió a la prensa y dio un informe oficial.

- Un ómnibus marca Nissan, con placa LBH-217 de la empresa Transtours Yungas con destino a Rurrenabaque, con treinta y un personas, se embarrancó aproximadamente a las 16'15 horas del miércoles 15 de abril. De momento hay dos fallecidos. Veintiún personas resultaron heridas. Hay dos personas ilesas. Continúan las tareas de rescate. Todavía no conocemos las causas del accidente. Señaló el comandante de Tránsito.

Claudio Quispe grabó aquella declaración pero no era suficiente. No podíamos volver a casa solo con eso. Era cuestión de esperar, pero no con los bajos cruzados. Virginia Polli, una de las sobrevivientes, apenas podía tenerse en pie. Los bomberos la trasladaban en una camilla a una ambulancia. De acuerdo a uno de los rescatistas, su cuerpo presentaba “múltiples fracturas”. Horas más tarde, en el Hospital de Clínicas de La Paz, se preguntaba “¿cuánta más gente tiene que morir para que el Gobierno se apiade y trabaje?”.¹

- ¿No le vas a poner el micrófono?

Claudio sabía la respuesta de antemano y por eso sonrió cuando negué con la cabeza. Él agotó dos cassettes U-matic que guardé en mi mochila y continuó grabando imágenes para luego editarlas en el canal. Yo, en cambio, no dejaba de dar vueltas a la frase de Lorenzo “andá a contar los muertos”. ¿Acaso tenía alternativa? Me pasé el día entero esperando a que el equipo de rescate recuperara los seis cadáveres restantes; uno de ellos era el conductor, Santiago Marca.

“El accidente se produjo debido al desplazamiento de la plataforma del camino cuando el chófer de la flota intentaba dar paso a un camión que venía en sentido contrario”, señala un informe oficial. El ayudante habría guiado al conductor para que pueda ceder el paso al otro vehículo por lo que la plataforma del camino se deslizó considerando el peso de la flota. De manera preliminar, la Policía tiene indicios de que la responsabilidad es atribuida al conductor (fallecido) y al ayudante del vehículo” señaló la Agencia de Noticias Fides².

Por la noche, ya en la redacción, me enfrenté al paisaje silente y desolado de una página en blanco. El cursor del procesador de textos parpadeaba con insistencia y, lo recuerdo muy bien, tuve que tomarme una aspirina para combatir el dolor de cabeza que me impedía pensar con claridad. Saqué el cuaderno de tapa azul y anoté “Andá a contar los muertos”. Poco después fluyeron las palabras y estructuré un texto corto, claro, sencillo y conciso (como marcan las reglas) para una nota de un minuto treinta segundos de duración,

1 Declaración de Virginia Polli a la Agencia de Noticias Fides (15-4-1999)

2 Agencia de Noticias Fides (15-4-1999)

donde las imágenes obtenidas por Claudio Quispe adquirirían una importancia fundamental para contar la historia sin aspavientos, ni música dramática de fondo, ni llantos de los familiares de las víctimas en la morgue del Hospital de Clínicas, ni heridos desencajados con cara de circunstancias respondiendo a la pregunta “¿y usted cómo está?” después de haber sobrevivido a una caída libre de doscientos metros.

Eran, definitivamente, otros tiempos. Hoy, con toda probabilidad, los sobrevivientes hubieran grabado imágenes con la cámara de su celular para poco después subirlas a las redes sociales que los medios de comunicación tradicionales, en particular la televisión, repetirían una y otra vez en un bucle continuo con enormes y grandilocuentes titulares sin que falte una banda sonora estridente porque cualquier recurso es válido, aceptado y aceptable en la sociedad del espectáculo.

La exclusiva (la “pepa” en la jerga periodística boliviana) es más importante que el rigor y el falso concepto de que “cualquiera puede ser periodista” ha acabado empoderándose para cuestionar la labor de quienes aprendimos a constatar, comprobar y cotejar contando muertos.

II El poder de la Bulo-cracia

En las aulas de las facultades de periodismo se suele decir, quizás con demasiada soltura, que el objetivo de esta profesión es la búsqueda de la verdad. La verdad, no obstante, es un concepto filosófico, en ningún caso periodístico.

El periodismo se fundamenta en la constatación de hechos verídicos, es decir que han sucedido y que pueden ser contrastados acudiendo a las fuentes de información. Este ejercicio, aparentemente sencillo, es muy difícil porque el acceso a las fuentes informativas suele complicarse incluso de un modo perverso. De cualquier modo sólo es aceptable aquella información que proviene de una fuente fidedigna es decir confiable, que además pueda ser validada y debidamente verificada. Es lo que se denomina rigor periodístico. Todo aquello que incumple estos requisitos indispensables no se considera información y ningún periodista que se precie de serlo debería tomarlo en consideración. Pero, como escribí, hoy vivimos otros tiempos.

Salvando las distancias con la invención de la imprenta de Gutemberg en el siglo XV, no existe un precedente histórico comparable a esta sociedad contemporánea caracterizada por un persistente e indiscriminado bombardeo de información. El desarrollo tecnológico de los últimos cuarenta años vinculado con la socialización de internet a través de las plataformas y las redes, han acentuado el concepto de “aldea global” convirtiendo el mundo en un pañuelo, más allá del tópico recurrente cuando se habla de comunicación.

Pero esta democratización de la información tiene doble filo. Así, paralelamente a la información apegada al rigor de los hechos, se difunde otro tipo de información procedente de fuentes dudosas que, a pesar de ello, recibe el crédito de una sociedad acrítica demasiado permeable que la acaba validando. Es la desinformación. Si bien éste no es un concepto nuevo al poder establecido (y por establecer) siempre le ha interesado controlar a la opinión pública- actualmente adquiere una dimensión particular cuyas características son evidentes en las falsas noticias de las que se alimenta la posverdad.

En otras palabras, se trata de una “bulo-cracia” (gobierno del bulo) en el que predomina la difusión de “noticias” (entendidas como “hechos novedosos” que no son susceptibles de ser probados) por una fuente interesada que recurre a los medios de comunicación tradicionales y digitales cobrando importancia y notoriedad para influir en la opinión pública.

Tal y como señala Roberto Vila de Prado³ “A partir de la llamada era de la posverdad no serán los hechos verificados la base de la toma de decisiones, y ellos tendrán menos importancia que las visiones preexistentes del mundo. Hay grupos que viven en su propia burbuja”. Se trata, entonces, de la creación de una realidad paralela, a la carta, donde se construye un relato conveniente para un grupo de poder interesado en mantenerlo o alcanzarlo.

Por ejemplo, los estrategas de la campaña del Brexit “Vote leave”, liderados por Dominic Cummings, fueron extremadamente hábiles para convencer a la mayoría de votantes británicos que lo mejor para la economía del país era separarse de la Unión Europea ahorrando al Estado 390 millones de euros que servirían para costear la salud pública. A tal efecto, apelaron a elementos comunes de muy fácil identificación desde una perspectiva populista como “patria”, “nación”, “orgullo”, “dignidad” y “libertad”, entre otros debidamente manejados con eficiencia y sobre todo eficacia.

“La victoria del Brexit en el 2016 mostró que importa más ganar una campaña que utilizar hechos comprobables. La verdad alternativa es un elemento muy peligroso para el progreso, la libertad y la convivencia de cualquier sociedad democrática”, reflexiona el colectivo Treva i Pau⁴.

Algo similar, con sus matices, creó el equipo de campaña del candidato republicano a la Presidencia de Estados Unidos, Donald Trump. “Empezaremos a trabajar inmediatamente para hacer que América vuelva a ser grande otra

3 Roberto Prado de Vila: “La posverdad y la espiral del silencio” Revista de aportes de la Comunicación y la Cultura (2018)

4 Colectivo Treva i Pau: “Periodismo y Verdad” artículo publicado en el periódico La Vanguardia de Barcelona (21-5-2018)

vez”, sentenció con soberbia el magnate después de alcanzar la victoria electoral contra todo pronóstico frente a su rival demócrata Hillary Clinton. “Trump ha demostrado ser consciente de que lo sentimental es una palanca poderosa para la movilización. Ciertamente sus bravucones tuits poniendo a la América poderosa, grande y libre por delante de todo lo demás (America first) pueden ayudar a entender algo del resultado electoral obtenido por este inclasificable líder”, sostiene la periodista María José Canel⁵.

En ambos casos los estrategas de las campañas supieron aprovechar el momento de crisis política y económica urdiendo un complejo tejido de falsas noticias que se extendió por la red global. De este modo los bulos llegaron a cada uno de los votantes con un mensaje específico que cada quien incorporó a su escala de valores y componentes ideológicos afectados por una “coyuntura adversa”.

De hecho, en el año 2016, un 66% de las personas adultas de Estados Unidos tuvo acceso a información a través de las redes sociales en detrimento de los medios de comunicación tradicionales; aunque, todo hay que decirlo, estos se han ido adaptando a esta revolución tecnológica para sobrevivir en un mercado donde las masas se informan y no son informadas. Esas masas declaradas en rebeldía frente a la prensa, la radio y la televisión se han apoderado de internet.

Para ello, basta darle un vistazo a un informe de la consultora Gartner⁶. Éste apunta que en el año 2022 la mayoría de personas que vive en países desarrollados leerá más noticias falsas porque éstas resultan “atractivas y sugestivas”: llaman la atención porque sus protagonistas son instituciones públicas o personalidades con relevancia social que surgen a la palestra por un hecho que genera polémica y controversia a pesar de no haber sido probados, comprobados y validados.

Al hilo, otra consultora, Ipsos⁷ destaca que el 57% de los españoles ha creído en algún momento en las “fake news” que están por todas partes y al alcance de todos a velocidad de vértigo haciendo válida la afirmación del sociólogo Zygmunt Bauman “ahora sé que el exceso de información es peor que su escasez”.

Por supuesto, Bolivia no escapa a esta vorágine desinformativa. Tanto en los procesos electorales recientes (referéndum del 21 de febrero de 2016, pasando por las elecciones generales de 2019, hasta las elecciones generales de 2020) como en esta época de pandemia de covid-19, la información circula

5 María José Canel: “Descifrando a Trump: “Más allá de la posverdad y el populismo”. Artículo publicado en el periódico digital The Conversation (13-11-2020)

6 Consultora Gartner: “Predicciones tecnológicas para el 2018”.

7 Reporte Ipsos. Pew Research Center- Knight Foundation” (2020)

por doquier y está a disposición de una sociedad políticamente polarizada que comenta, replica, acepta y repudia de acuerdo a sus filias o a sus fobias. Es la constatación de que el régimen impuesto por la “bulo cracia” funciona.

III La pandemia de las falsas noticias

El 21 de febrero de 2016, el entonces presidente, Evo Morales, perdió un referéndum cuyo objetivo era allanar un camino particularmente empedrado hacia una nueva candidatura. “Dijo que la principal razón de su derrota fue el escaso control que tuvieron sus partidarios sobre las redes sociales. Entonces ordenó la formación de guerreros digitales, aunque se desconoce si han llegado a operar o su nivel de efectividad”.

Tres años después, pocos meses antes de las elecciones generales del 20 de octubre, se extendió el bulo de que el líder del Movimiento Al Socialismo (MAS) iba a renunciar.

“Ante la incapacidad de seguir cumpliendo mis atribuciones conferidas (en la Constitución), me veo en el deber patriótico de presentar mi renuncia al cargo de presidente del Estado Plurinacional de Bolivia”, dice una supuesta carta de Morales que corrió como reguero de pólvora en WhatsApp y las redes sociales.

La fake new fue celebrada por opositores, quienes esperaban la dimisión del presidente indígena tras el ultimátum lanzado por el líder cívico de la próspera región oriental de Santa Cruz, Luis Fernando Camacho.

¿El origen? Nadie lo sabe. Su creador puede ser opositor u oficialista en busca de generar expectativas o zozobra en la ciudadanía”⁸.

“Ante una situación de esas características debió haber respondido el periodismo; pero éste atraviesa por su mayor crisis de credibilidad. A nadie se le escapa que las noticias falsas comienzan en las redes sociales disfrazadas de medios de comunicación y en algunos casos estos también caen en la trampa. Si dejas que en una relación tu pareja te maltrate sistemáticamente y lo acabas naturalizando, eres parte de esa toxicidad. En otras palabras, los medios de comunicación son parte del problema”, expone Mario Espinoza, periodista con más de veinte años en la cobertura política.

Para Mario Espinoza, con quien compartimos momentos muy difíciles como las crisis de febrero y octubre de 2003 que derivaron en la renuncia del presidente Gonzalo Sánchez de Lozada, “estamos en una época de permanente construcción de realidades”. Mario es de aquellos periodistas

8 Agencia de noticias France Press: “Fake news de la crisis en Bolivia inundan las redes sociales” (5-11-2019)

que afirma con preocupación que “la verdad alternativa ha llegado a tal punto que ha terminado imponiéndose como una certeza y en ciertos casos se han impuesto falacias que luego son muy difíciles de desmontar porque la opinión pública las ha incorporado como información”.

“Las bromas y noticias falsas han sido profusas en días recientes, entre ellas unos audios de presuntos militares o diplomáticos que aseguraban que el opositor Camacho tenía videos comprometedores de Morales para presionarlo a dimitir. En un audio, un hombre decía que había militares en el helipuerto de la casa de gobierno en La Paz listos para sacar a Morales al extranjero. Todo falso. Supuestas movilizaciones de cocaleros o mineros para defender a Morales y amenazas de muerte si los opositores no suspendían sus bloqueos de calles en las ciudades también causaron miedo. Además, circularon supuestos desplazamientos de tropas o audios anunciando un inminente golpe. Un número indeterminado de personas cayó en la trampa de las noticias falsas y compartió la información con los contactos de su teléfono móvil.

Una fotografía que circuló el 31 de octubre en Santa Cruz causó disturbios que culminaron con dos muertos a balazos y una decena de heridos. La foto mostraba a un niño supuestamente quemado por leales a Morales en el poblado de Montero. A las pocas horas se desencadenó una batalla campal en el lugar.

Ese fue uno de los detonantes para que reviente (el conflicto), a partir de ahí ya no hubo control, relató el periodista Juan Carlos Fernández, quien trabaja en Montero, al diario El Deber. Fernández contó que hubo manifestantes opositores que retuvieron a una persona en una calle “y había gente que la quería quemar en represalia”. Horas después se confirmó que la foto era falsa, que se trataba de una imagen antigua que ni siquiera era de Bolivia, sino de México”.⁹

“Si aquello (las noticias falsas) funcionó en Estados Unidos, la cuestión es por qué no iba a hacerlo en Bolivia donde el terreno ya estaba debidamente abonado por la polarización política. En las elecciones generales de 2019 y 2020, las noticias falsas tuvieron una notable incidencia en el voto de las personas indecisas” analiza Mario reflexionando sobre el papel determinante de las redes sociales en la toma de decisiones en Bolivia.

Esa misma cuestión se formula el periodista Robert Brockmann. “Es producto de nuestra época, no hay que extrañarse ni escandalizarse tanto. El semiólogo Umberto Eco decía que en tiempos pretéritos los pueblos escuchaban a los más viejos del lugar porque en ellos residía el conocimiento. Hoy, naturalmente,

9 Agencia de noticias France Press: “Fake news de la crisis en Bolivia inundan las redes sociales” (5-11-2019)

eso ha cambiado. Ahora ese conocimiento está en la red global. Ello es una gran ventaja porque se ha democratizado el acceso a la información pero al mismo tiempo ha abierto una peligrosa puerta a la desinformación con el criterio de que si internet lo dice, entonces es verdad”.

Éste es un buen ejemplo.

“El Observatorio Bolivia Verifica, portal digital dedicado al chequeo de fake news detectó nueve noticias falsas durante sus primeros días de trabajo. Todas las informaciones circularon a través de las redes sociales y fueron atribuidas a portales y cuentas de Twitter o Facebook de medios de comunicación o figuras políticas como el presidente Evo Morales.

La más reciente verificación fue hecha a la noticia El tuit de Evo Morales saludando al Chapo y a Escóbar por el Día del Maestro, el 6 de junio, fecha que se celebra el Día del Maestro en Bolivia. Según Bolivia Verifica, esta información falsa, a partir de un tuit fraguado que fue atribuido a Morales, circuló en Facebook. Sin embargo, se verificó que en la cuenta de Twitter del Presidente nunca se publicó el tuit en cuestión.

En el posteo se lee: “Saludamos con mucho cariño, respeto y admiración a todos los maestros. Un saludo fraterno a quienes fueron mi guía e inspiración para industrializar la sagrada hoja de coca; gracias a sus enseñanzas lo estamos logrando”.¹⁰

“Bolivia es un país particularmente vulnerable a las noticias falsas por la falta de formación de su sociedad”-lamenta Brockmann-“No basta con saber leer y escribir. Se trata de discernir, es decir, aprender a separar el trigo de la paja y quedarse con el trigo”. En este aspecto, el periodismo juega un papel preponderante. No obstante, lo que Robert considera “medios de comunicación certificados” están inmersos en la falta de credibilidad.

“Estamos mal equipados para enfrentar esta pandemia de noticias falsas. La credibilidad es nuestro mejor recurso para ello y sólo se consigue construyendo rigor. Éste se aprende a palos, o sea por la vía de la prueba y el error, una y otra vez, insistiendo, hasta alcanzar la autenticidad del hecho informativo. Pero la premura, esa velocidad de vértigo con que las noticias deben difundirse para no ser absorbido por la competencia, hace que cometamos errores como por ejemplo, la falta de verificación”, agrega Robert Brockmann consciente de que todo periodista conoce los protocolos para el manejo y administración de información. Precisamente, cuando lo que se necesita es templanza, sucede

10 Correo del Sur: “ChequeaBolivia detectó 44 informaciones falsas relacionadas con el coronavirus” (5-4-2020)

todo lo contrario. Las falsas noticias se han extendido como un virus, nunca más propiamente dicho, en época de pandemia.

“¿Indígenas sometidos a castigos? ¿Evo Morales dio positivo a una prueba de coronavirus? ¿Netflix regaló un año gratuito de suscripción en esta cuarentena? Desde el 4 de marzo, el portal ChequeaBolivia alertó sobre 44 informaciones falsas relacionadas con la pandemia del covid 19 en Bolivia.

Así lo refleja un reporte de verificaciones sobre el coronavirus enviado a Correo del Sur. Entre las últimas fake news detectadas está una declaración atribuida nada menos que a la canciller Karen Longaric: “El coronavirus no nos puede dar a nosotros, porque no somos chinos”. ChequeaBolivia constató que la autoridad nunca dijo eso y así lo aclaró en las mismas redes sociales, por donde justamente circulan las noticias falsas.

En casi todos los casos, las “víctimas” de las fake news son autoridades, exautoridades y líderes políticos, aunque hay otro tipo de información falsa sobre presuntas curas contra el coronavirus”.¹¹

“Es insólito que exista gente que cuestione la vacunación, pero las redes se hacen eco de cientos de teorías de la conspiración que repercuten en la sociedad hasta crear movimientos antivacunas. La mayor parte de esas teorías están basadas en bulos que a fuerza de reiteración se han convertido en posverdad”, asevera Robert Brockmann que matiza sus palabras sosteniendo que “la facilidad de acceso a la información” ha hecho el resto.

Andrés Gómez, periodista y columnista del Periódico Página Siete, no cree que exista una “construcción de realidades”. “La realidad es una sola, indiscutiblemente. Lo que sucede es que el poder busca falsear esa realidad alterando los hechos, adaptándolos a sus intereses. La ventaja que hoy tiene el poder es que antes el periodista era el intermediario entre éste y la sociedad. Ahora, el poder tiene un acceso directo a cada uno de los miembros de esa sociedad a través de las redes sociales; les habla directamente porque no le interesa el desarrollo del conocimiento, producto del contraste de ideas, opiniones o hechos. Por eso ha acabado matando al mensajero”.

Sobre este punto es imprescindible hacer un necesario acápito. Actualmente existe controversia a la hora de considerar por un lado, que hubo fraude en los comicios generales de 2019 y, por otro, que las protestas de una parte de la sociedad boliviana en las calles derivaron en un golpe de estado.

11 Correo del Sur: “ChequeaBolivia detectó 44 informaciones falsas relacionadas con el coronavirus” (5-4-2020)

“Aquellos periodistas que cubrieron el proceso de pacificación escuchando todas las voces implicadas en el conflicto y tuvieron la capacidad de cruzar datos, fuentes y testimonios hasta el mínimo detalle, saben cuál es la verdad de los sucesos de 2019. Incluso ahora, cuando se han presentado informes fundamentados en la investigación de los acontecimientos, no puede haber duda sobre su veracidad. El problema está en la creación de una narrativa insistente en las redes sociales. La idea *yo solo escucho las voces que ratifican mi opinión* es la que ha acabado cuajando en una opinión pública políticamente polarizada”, argumenta Andrés Gómez quien, al mismo tiempo, considera fundamental que los medios de comunicación deben tener la capacidad de “oponer la realidad real a la falsa realidad” decantándose por la verdad y evitando el “falso equilibrio” que coloca en la balanza la verdad científica (comprobada) con la falacia (afirmación sin pruebas).

IV “Un gran poder implica una gran responsabilidad”

Existe plena coincidencia entre los colegas en que la única vacuna efectiva para enfrentar la pandemia de las falsas noticias es el rigor periodístico que debe ir más allá de la verificación efectiva de las fuentes de información.

Para ello, se debe partir de una premisa eminentemente socrática: buscar el razonamiento lógico y deductivo para desmontar hechos no probados y, por lo tanto, inexistentes para un periodista que se toma en serio su profesión alejándose del espejismo de la fama y la fortuna, dos factores que acaban condenándolo para siempre sin posibilidad de redención.

La solución pasa, inevitablemente, por entender que la posverdad se construye sobre lo que los psicólogos denominan el “efecto Foder”, es decir, la reiteración persistente de afirmaciones ambiguas que se convierten en la validación de una falacia a medida que las personas la replican en las redes sociales. Así, la falacia se presenta como una difamación, un rumor no confirmado o un bulo cuyo único objetivo es influir en la opinión pública causando un efecto de alarma social. Por eso es un arma tan poderosa en la política, como ya hemos visto.

Llegados a este punto y dejando por sentado que no seré yo quien pretenda dar lecciones de periodismo a nadie, considero que quien se dedica a este oficio debe siempre tener en cuenta que no existe un “aparato detector” de falsas noticias que nos ahorre cualquier esfuerzo. La clave de este asunto reside en dos factores: dudar y comprobar. La conjunción correcta de ambos verbos genera en el periodista la necesidad imperiosa de revisar la fuente, contrastarla y reflexionar sobre las consecuencias directas de una eventual publicación. Citando las memorables palabras de Ben Parker (el tío de Peter Parker, o sea Spiderman) “un gran poder implica una gran

responsabilidad” y el periodista tiene ambas cosas aunque a veces se pierda la perspectiva de ello.

Naturalmente y respetando de antemano el vademécum universitario, cada quien desarrolla, con el tiempo y el oficio, sus propias reglas de validación de información. Sobre el papel son pasos tan sencillos como imprescindibles; en la práctica, en ocasiones, se presentan como enormes e inalcanzables montañas repletas de obstáculos e incluso trampas mortales instaladas aviesamente por el poder. El periodista debe asumir que la duda (no el escepticismo) es el inicio de cualquier investigación y que esa duda conduce irrevocablemente a enfrentar el poder cuestionándolo, lo cual siempre genera una consecuencia.

De este modo, ya tengo un buen punto de partida si compruebo la fecha de publicación o emisión de la “noticia”, el origen de la fuente, busco y recopilo datos que respalden o refuten la información leyéndola con un espíritu crítico, advierto faltas de ortografía, errores de texto o imagen y contrasto todo lo mencionado con otras fuentes complementarias.

En resumidas cuentas, haciendo todo esto (y algo más) siempre vuelvo a escuchar la voz de Lorenzo Carri y acabo contando los muertos para no dejar margen de error, porque el azar y el periodismo son agua y aceite.



Juan Carlos Salazar

Periodista. Docente y director de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana. Desarrolló prácticamente toda su carrera profesional fuera de Bolivia como corresponsal de la Deutsche Presse-Agentur (DPA) en Argentina, México, Centroamérica y Cuba (1967-1998), y como editor internacional del diario Excélsior de México (1976-1977). Dirigió el Servicio Internacional en Español de DPA durante doce años (1999 y 2010), con sede en Madrid, y a su retorno a Bolivia, el diario Página Siete de La Paz (2013-2016). En 2016 fue galardonado con el Premio Nacional de Periodismo de Bolivia.

Es autor del libro de semblanzas Semejanzas (Plural, 2018) y Figuraciones – Cuentos (Plural, 2021) y coautor de La guerrilla que contamos (Plural, 2017), Che: Una cabalgata sin fin (Página Siete, 2017) y Prontuario (Editorial 3600, 2018). Coordinó varios libros de historia del periodismo, como De buena fuente (Fernández Ciudad, S.L., Madrid, 2010), Presencia, una escuela de ética y buen periodismo (Plural/FPP, 2019) y El periodismo en tiempos de dictadura (Plural/FPP, 2021).

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Juan Carlos Salazar: *La desinformación se ha convertido en una de las principales amenazas a la libertad de expresión y la democracia en la era de las redes sociales. La manipulación de la verdad tiene el claro objetivo de influir en el estado de ánimo de la sociedad para volcar la opinión pública en uno u otro sentido. Los fabricantes no tienen escrúpulos, tienen intereses, políticos, económicos o de otra índole. Para lograr sus objetivos, buscan demoler la confianza de la sociedad no solo en las instituciones democráticas, sino también en el periodismo, que es uno de los pilares de la democracia.*

Posverdad, libertad de prensa y democracia

En una impactante portada, la revista *Time* se preguntaba en abril de 2017 si la verdad había muerto. *¿Its truth dead?*, era la pregunta, impresa en grandes letras rojas sobre un fondo negro. Más o menos por esa misma época, el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) sostenía en un estudio que las noticias falsas se difunden a una velocidad siete veces mayor que las verdaderas y advertía que en 2022 la mitad de las noticias en circulación serían falsas. Al filo del plazo fatal, bien podría decirse que, más que un pronóstico, el diagnóstico del prestigioso centro académico fue un recuerdo del porvenir.

“Nunca se ha mentido tanto como en nuestros días, ni de manera tan desvergonzada, sistemática y constante”, lamentó el filósofo e historiador francés Alexandre Koyré. Su frase no es reciente. La escribió en 1943 en un ensayo sobre “La función política de la mentira moderna”. Si hace 80 años ya se hablaba de la “posverdad” en la política, aunque todavía no se había acuñado el término, nada de lo que se diga ahora al respecto, en pleno apogeo de las redes sociales, será exagerado, porque, como dijo Iñaki Gabilondo, un conocido periodista español, “en tiempos de inundación informativa, lo más difícil de encontrar es agua potable”.

La pandemia del coronavirus ha dado paso a otro mal, cuyo virus se esparce con la misma o mayor velocidad que la enfermedad, un mal que la Organización Mundial de la Salud (OMS) bautizó como “desinfomedia” para referirse al “contagio viral” de las “fake news” relacionadas con la crisis sanitaria. Al unirse en el marco de la excepcionalidad impuesta por las cuarentenas,

pandemia y “desinfodemia” han provocado una tormenta perfecta, no solo en los campos de la salud y la economía, sino también en el orden político, el de la institucionalidad democrática, que ya se venía manifestando en crisis pasadas. La buena noticia es que la ciencia ha encontrado vacuna para el Covid-19. La mala es que todavía no la hay para las “fake news”.

La mentira es connatural al ser humano, pero de un tiempo a esta parte ha encontrado un gran aliado en las redes sociales. ¿Por qué? Según Marc Amorós García, autor del libro *La verdad de las noticias falsas*, porque nos gusta creer todo aquello que refuerza nuestra fe, porque nos dan la razón, porque nos suben nuestra autoestima, porque nos gustan las mentiras y queremos que sean verdad, porque nos gusta autoengañarnos, porque vienen a buscarnos, porque no nos importa de dónde salen y no reparamos en las fuentes, entre otras razones.

Este fenómeno encuentra un campo abonado en el miedo y la ignorancia de las sociedades. Cuanto más desconocido es el problema que enfrentamos, cuanto menos sabemos de él, es mayor el temor que nos infunde. Es el caso de la pandemia. Las noticias falsas se expanden como un virus, impulsadas por el pánico y porque la ciencia no tiene las respuestas que busca la gente para conjurarlo.

A partir de su aparición en Wuhan, en China, hemos sido testigos de oleadas de “fake news”, desde las falsas teorías sobre el origen del virus, hasta la infinidad de falsas recetas para la cura y el tratamiento del mal, sin olvidar las típicas teorías de la conspiración que suelen acompañar a este tipo de sucesos y que terminan por imponerse en la creencia popular.

Pero no es únicamente el pánico, una característica muy humana, ni la ausencia de respuestas de la ciencia, lo que alimenta este fenómeno. Hay también, como se ha visto, un factor político. La utilización del miedo como arma de confrontación partidista.

¿No lo hemos visto con Donald Trump? Del negacionismo y la minimización de la pandemia, el expresidente estadounidense pasó a la utilización política del tema. ¿No lo escuchamos etiquetar al covid-19 como “virus chino” o burlarse de Joe Biden en plena campaña electoral por usar “la mascarilla más grande que he visto”?

¿Y no lo estamos viendo en Bolivia? Evo Morales no solo ha alentado las teorías de la conspiración más descabelladas, como sostener que la pandemia es parte de una “guerra biológica” provocada por “el capitalismo y el imperialismo”, sino que ha fomentado la alarma y la desobediencia social al afirmar sin prueba alguna que se estaba “sembrando coronavirus en el trópico”.

Pero, no sólo eso. ¿Cuántos grupos de extrema derecha ven en la pandemia la oportunidad para imponer sus agendas racistas y xenófobas? Estos mismos grupos, sobre todo en Europa, pretenden culpar a determinadas minorías de la propagación del virus o socavar la confianza en los sistemas democráticos. De las recetas milagrosas hemos pasado a las broncas políticas.

La manipulación y la desinformación tienen el claro objetivo de influir en el estado de ánimo de la sociedad para volcar la opinión pública en uno u otro sentido. Como alguien ha dicho, las mentiras no son interesantes, sino interesadas. Buscan un beneficio político o económico.

Amorós García dice que “las fake news son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”. Es, pues, un engaño intencional que busca beneficios.

Es la vieja “guerra sucia” elevada al infinito por las redes sociales, alimentada por usinas de noticias falsas o “verdades alternativas”, con las que se pretende, precisamente, manipular, distorsionar o contrarrestar la verdad, cuando ésta resulta incómoda o imposible de negarla. La diferencia entre el ayer y el hoy es que las redes sociales viralizan las “guerras sucias”, y los medios convencionales, en lugar de “atajar” las noticias falsas, las confirman al difundirlas sin cotejar su origen ni contrastarlas con las fuentes apropiadas.

Estamos dejando de ser una sociedad de la información, como la formuló el sociólogo japonés Yoneji Masusa en los años 60, para convertirnos en la sociedad de la desinformación, en la sociedad de la información falsa.

La victoria de Donald Trump en Estados Unidos y del Brexit en Gran Bretaña, en 2016, no solo puso de moda la palabra “posverdad”, como expresión de la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en las actitudes sociales”, sino también el término “fake news”.

Convertido muy pronto en el campeón de las “fake news”, Trump llegó a decir que “los periodistas están entre los seres humanos más deshonestos de la Tierra”. Tras su asunción en enero de 2017, convocó a periodistas y directivos de los principales medios de Estados Unidos a una reunión privada. Esto es lo que les dijo: “Entro en una habitación llena de mentirosos, sois todos unos mentirosos”.

Durante todo su mandato no dejó de atacar a los principales medios de su país, a los que calificó como los “enemigos del pueblo”, porque, a su juicio, “ya no cuentan la verdad, no hablan para la gente sino a favor de intereses ajenos”.

Según el *Washington Post*, el expresidente estadounidense dijo más de catorce mentiras diarias durante los tres primeros años de su mandato, lo que significa unas 15.500 mentiras en total, sin contar las de 2020. Lo grave es que para sus votantes, Trump era un hombre absolutamente creíble y honesto. Una encuesta del *Washington Post* y de la cadena ABC reveló que el 76% de sus electores pensaba que su presidente no mentía. Por el contrario, el 78% estaba convencido de que los medios publican habitualmente historias falsas.

Ya lo decía Mark Twain hace más de un siglo, cuando no se hablaba de “posverdad” ni de “fake news”: “Es más fácil engañar a la gente que convencerla de que ha sido engañada”. Y ese es el gran peligro de las noticias falsas.

La politóloga Nicole Hemmer, que tiene un blog en el *Washington Post*, definió a Trump de la siguiente manera: “Trump es una mezcla tóxica de artista circense y abusón de escuela. Será el mejor amigo de quien pueda ser una presa fácil, pero, si alguien se da cuenta de la estafa, no durará en hacerle luz de gas. Si le formulan una pregunta, mentirá sin inmutarse; si lo llaman falso, se declarará ‘fiel a la verdad hasta la médula’; si le presentan pruebas que lo contradigan, se encogerá de hombros y repetirá su embuste. Tal vez cambie de tema, pero nunca cambiará de mentira”.

Los fabricantes de noticias falsas se aprovechan de la polarización de la sociedad para lograr sus objetivos. Los políticos buscan pescar en la clara división que existe entre los que piensan como ellos y los que están en contra, entre los buenos y los malos. Por eso mismo, las “fake news” encuentran un campo abonado en las crisis políticas, económicas y sociales. Y, sobre todo, en las campañas electorales. Si “la verdad es la primera víctima de una guerra”, bien podría decirse lo mismo de una campaña electoral, porque, al fin y al cabo, un proceso proselitista no es otra cosa que una “guerra partidista”.

Facebook reveló que en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 se llegaron a contabilizar al menos 3.000 cuentas falsas aparentemente operadas desde Rusia. Estas cuentas fueron vistas por más de 10 millones de votantes en EEUU. Ocurrió lo mismo durante el Brexit, al punto de que la entonces primera ministra británica Theresa May advirtió en noviembre de 2017: “Lo que está haciendo Rusia es usar la información como arma, usando los medios controlados por el Estado, difundiendo noticias falsas y trucando imágenes para crear la discordia en Occidente y subvertir nuestras instituciones”.

Según un informe de Freedom House de 2017, hasta 30 países fabricaban noticias para distorsionar la información en Internet a su favor. “En la mayoría de los casos, son los gobiernos los que están detrás” de esas campañas.

Lo ocurrido en Estados Unidos y en el Reino Unido no son la excepción.

Bolivia Verifica analizó durante el último proceso electoral boliviano -entre el 15 de julio y el 15 de octubre- un total de 193 noticias sobre temas electorales. 115, es decir seis de cada diez, resultaron falsas; 50, engañosas, y solo 28, verdaderas. En términos porcentuales, el 60% resultó falso, el 26% engañoso y solo el 14% verdadero. Otro dato interesante: los principales blancos de la guerra sucia fueron Carlos Mesa, el Tribunal Supremo Electoral y la presidenta transitoria Jeanine Añez. En ese orden.

En los tres meses objeto de observación, el tema electoral fue sustituyendo paulatina pero firmemente al sanitario. El descenso de la curva de casos del coronavirus coincidió con el ascenso de la curva del proceso electoral. El tema sanitario, el más fuerte de julio, descendió drásticamente en agosto y prácticamente desapareció en septiembre en redes sociales.

Los creadores de “fake news” buscan demoler la confianza de la sociedad no solo en las instituciones, sino también en el periodismo, uno de los pilares de la democracia. La confianza está basada en la construcción de un relato fiable, contrastado y verificado de los hechos. Los fabricantes de las noticias falsas no tienen escrúpulos, tienen intereses, y se aprovechan del miedo y prejuicios de la sociedad, del desconcierto informativo, de la expectativa de información inmediata y la avidez informativa de los ciudadanos, como consumidores insaciables de noticias. Alguien ha dicho que nos hemos convertido en “animales virales”.

“Hay algo en esta crisis que se presta mucho a la desinformación. ¿Qué estrategia y qué objetivos hay detrás?”, se preguntó el exsecretario de Estado de España Global, Manuel Muñiz, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores. “El desprestigio de las instituciones de intermediación, tanto las administraciones públicas como la propia prensa. Se daña la legitimidad del sistema”, alertó.

Ante los ataques de Trump y la expansión de las “fake news”, el “Washington Post” llegó a decir: “La democracia muere en la oscuridad”. Periodismo y democracia son elementos de una misma mancuerna, que se condicionan mutuamente. Sin prensa libre no hay democracia y sin democracia no hay prensa libre. Por eso es tan importante buscar la verdad y contribuir a hacer la luz en la oscuridad.

Trump obtuvo en las pasadas elecciones casi el 50 por ciento de la votación, con cinco millones más de votos que cuatro años antes. Si mentía tanto, ¿cómo pudo obtener el respaldo electoral que obtuvo? La terrible conclusión es que mentir no tiene castigo en política.

El historiador estadounidense Timothy Snyder, profesor de la Universidad de Yale y autor del libro *Sobre la tiranía* (2017), advirtió sobre las consecuencias de la mentira como forma de gobierno y la instauración de una “política del miedo”, no solo para el periodismo, sino también para la sociedad en su conjunto.

“Lo que me preocupa de verdad es el miedo político. Me preocupa que una catástrofe, que puede ser incluso propiciada por un gobierno, se pueda utilizar para ayudar a consolidar el poder en ese mismo gobierno. Me preocupo por la política del miedo”, declaró en una entrevista a propósito del negacionismo de Trump ante el drama sanitario que vivía Estados Unidos. “La política del miedo es muy importante en mi país porque, cuando enfermamos, realmente no tenemos adónde ir. No sabemos cómo hablar de la enfermedad. Tenemos un sistema sanitario muy pobre. El problema no es solo que la gente se esté muriendo. El problema es que además la gente tiene miedo a morir, y no sabe cómo resolver este problema”, señaló.

La prensa es una de las instituciones fundamentales para el desarrollo y funcionamiento de la democracia, como fuente y referente de la información independiente y veraz. Sin embargo, según una reciente encuesta realizada por el Reuters Institute for the Study of Journalism, de la Universidad de Oxford, la credibilidad de las noticias es apenas del 42%. No solo eso. El 55% de la población encuestada confesó que ya no puede distinguir qué es real y qué es falso en Internet, cifra que alcanza al 85% en Brasil, el 68% en España y el 67% en Estados Unidos.

Consultados sobre las tres fuentes más fiables en la actual crisis sanitaria del Covid-19, los encuestados señalaron a “los científicos” (83%), “mi médico” (82%) y “el canal oficial de la OMS” (72%), mientras que entre los menos confiables apuntaron a “los medios de comunicación” (50%), “el Gobierno” (48%) y “los periodistas” (43%).

“El asunto de la fidelidad a los hechos es muy importante ahora mismo. Trump es un ejemplo de alguien que es capaz de lanzar al aire desinformación en un momento en que lo que necesitábamos eran simples datos. Trump afirmó que no teníamos esta enfermedad en EEUU (...) Esto es muy similar a los comportamientos autoritarios alrededor del mundo. Los rusos hicieron algo muy parecido: dices que no lo tienes, pero resulta que sí lo tienes, y entonces echas la culpa a otros”, recordó Timothy Snyder.

La paradoja de nuestro tiempo es que en un mundo hiperconectado y con un acceso a la información sin precedentes en la historia, los ciudadanos están más expuestos que nunca a la manipulación y el engaño, a través de métodos cada vez más sofisticados en virtud de los avances de la tecnología.

También es paradójico que la mentira no tenga ningún costo político ni electoral. Cualquiera diría, incluso, que prestigia al que la utiliza como arma arrojadiza. Pero sí tiene un costo para la democracia. Félix Sanz Roldán, quien dirigió el Centro Nacional de Inteligencia (CNI) de España durante 10 años hasta 2019, dijo que las noticias falsas son un peligro para los gobiernos y para las instituciones.

El periodismo se desarrolla principalmente en cuatro ámbitos: el democrático, el autoritario, el dictatorial y el ámbito de los conflictos armados. Hay otros no clasificados, como el de la “dictadura perfecta”, como definió Mario Vargas Llosa al régimen de partido único del México del siglo pasado, y el de la “democracia imperfecta”, un modelo bastante conocido en América Latina.

También está el autoritarismo de nuevo cuño, el populismo, definido por el politólogo neerlandés Cas Mudde como una ideología que divide a la sociedad en dos grupos homogéneos y antagónicos: el de los «puros», por una parte, y el de las «élites corruptas», por otra. En la actualidad es imposible leer un artículo sobre política sin toparse con la palabra “populismo”, porque, como bien dice Mudde, de un tiempo a esta parte, en casi todas las elecciones y referendos están presentes “un populismo envalentonado y una clase dirigente en horas bajas”.

Los populistas, sobre todo los de derecha –dice Mudde– quieren hacernos creer, desde una pretendida superioridad moral, que la sociedad está dividida entre los “puros”, que son ellos, y la “élite corrupta”, que son los demás; entre los “puros”, que, obviamente, expresan la “voluntad del pueblo”; y los “corruptos”, que están en contra de los intereses populares.

La experiencia muestra como los líderes populistas se han puesto a demoler las instituciones y el sistema democrático. Lo hacen invocando esa misma democracia que les ha permitido ganar el poder, mientras sus seguidores propagan sus pseudoverdades sin pudor ni cuestionamiento alguno. ¿Y cómo lo hacen? Pretendiendo establecer una comunicación directa con los ciudadanos, sin filtros, a golpe de tuits, y sin la fiscalización ni el cotejo de la información que difunden ni de las políticas que prometen.

La “posverdad” está directamente relacionada con el populismo. Se han aliado incondicionalmente, como el hambre con las ganas de comer. Y este fenómeno tiene mucho que ver con la esencia del periodismo, que es la búsqueda de la verdad y el escrutinio del poder.

El asalto al Capitolio por los simpatizantes de Donald Trump, el 6 de enero de 2021, estuvo precedido por una campaña de desinformación sin precedentes en el mundo entero. Bastaría con recordar ese dramático episodio para llegar a la conclusión de que la desinformación, resultante de la manipulación de la información, convertida en “verdad alternativa” o “posverdad”, pone en

peligro el conjunto de libertades y derechos que sustentan la democracia, entre ellas la libertad de expresión.

El periodista, filósofo y escritor español Josep Ramoneda dice que estamos ante un fin de ciclo, pero no ante un fin de ciclo cualquiera, sino en “un fin de ciclo de la democracia representativa”. Y por eso mismo llama a los dirigentes comprometidos con la democracia a rectificar, proponer y actuar a partir del análisis de las causas de la crisis.

Los convoca a entender las razones de la irritación ciudadana y a darles una respuesta política, en lugar de descalificar a los portavoces del malestar y reafirmarse en sus fallidas estrategias o anular a quienes han detectado los problemas que los partidos tradicionales no quieren ver. Ramoneda advierte de que el “autoritarismo posdemocrático” es “un plan B del populismo”.

“El renacer de los llamados populismos –nos dice–, responde a realidades muy concretas: la sensación de desamparo de gran parte de la población, agredida por un proceso de individualización salvaje; la pérdida de capacidad de la política para defender el interés general; la aceleración provocada por la globalización que ha desmantelado tantas pautas referenciales; y la resistencia de parte de las élites económicas a aceptar que no todo está permitido. Defender la democracia y las instituciones quiere decir rectificar y proponer”.

Ante los ataques de Trump a la prensa y la expansión de las “fake news”, el *New York Times* escribió: “Las verdad es difícil. Difícil de encontrar. Difícil de saber. La verdad es ahora más importante que nunca”. Por su parte, el otro gran periódico estadounidense, el *Washington Post*, añadió a su cabecera la siguiente frase: “La democracia muere en la oscuridad”.

Los directores de los ocho diarios que forman la Alianza Líder de Periódicos Europeos (LENA, por sus siglas en inglés) han reivindicado el “periodismo de calidad” como “remedio”, “antídoto” y “muralla” para hacer frente a la “plaga” de las “fake news”. “Si no defendemos la verdad, si esta no prevalece, perderemos la democracia”, afirmó a su vez el exdirector de *El País* de Madrid, Antonio Caño, en un foro europeo sobre el tema. “Hoy por hoy, pese a sus defectos, carencias y debilidades, la prensa tradicional es la primera muralla contra las noticias falsas”, acotó Alexis Brezet, director de *Le Figaro* de París.

¿Se imagina un mundo sin bulos y sin información?, le preguntó un periodista a Cristina Tardáguila, director adjunto de la International Fact Cheking Network (IFCN, Red Internacional de Verificación de Datos). “Qué va –respondió–, no, no, no, siempre habrá bulos. La mentira siempre estuvo ahí y siempre va a estar. No hay ninguna posibilidad de que los bulos desaparezcan. Es nuestra nueva realidad, el virus contra el que tenemos que luchar, y las vacunas no son del todo eficaces. No hay vacuna contra el virus de las ‘fake news’ ahora mismo. Los bulos, como los virus, cambian de forma y de dirección”.

Mark Zuckerberg, creador de Facebook, admitió que es imposible enfrentar al fenómeno de las noticias falsas. “Nos enfrentamos a adversarios inteligentes, creativos y bien financiados que cambian sus tácticas cuando detectamos el abuso”. En su apoyo, Cristina Tardáguila dijo que “la gente que produce la desinformación es muy lista”. “Es la guerra de los tiempos modernos y no se va a acabar, por eso es tan importante que tengamos ciudadanos digitales dispuestos a chequear todo. Es urgente concienciar a la gente de que ellos también pueden chequear cada información”.

Estamos, pues, ante la “globalización de la mentira”, una mentira que “no tienen bandera ni idioma, ni siquiera ideología definida”, en palabras de Tardáguila.

Las redes, es cierto, no tienen fronteras, sirven como simples vehículos de difusión de las ideas, buenas o malas. Entonces, no tiene sentido echarle la culpa a estas herramientas tecnológicas. El problema no son, pues, las redes sociales, que son los instrumentos que tiene la gente para interactuar en el seno de una sociedad, sino nosotros mismos como agentes y sujetos de esa interacción. Hoy más que nunca es importante formar ciudadanos con espíritu crítico, informados y conscientes de lo que reciben y leen a través de las redes, capaces de hacer por sí mismos lo que hoy hacen los verificadores: chequear, verificar la información, antes de compartirla.

Por eso es importante volver al rigor como esencia de la práctica periodística, primar los hechos, apostar por la investigación, teniendo en cuenta que la investigación está en la base misma del buen periodismo. Los periodistas hemos abandonado la verificación de datos, el “fact checking”, víctimas, precisamente, de la “dictadura del clic”. Y la verificación es la primera herramienta para combatir las “fake news”. Como dice Timothy Snyder, los periodistas deberíamos decir: “Los hechos son nuestro trabajo, los hechos importan, los hechos son reales, conocer los hechos beneficia al público y por eso estamos comprometidos con los hechos”.



Isabel Mercado

Es periodista especializada en Derechos Humanos. Ha sido redactora y editora en la revista Cosas y La Razón. Ha publicado varios libros relacionados al periodismo y los Derechos Humanos. Columnista de varios periódicos. Becaria del Edward Murrow Program, EEUU (2019) y Fellow del Sulzberger Executive Leadership Program de la Universidad de Columbia, NYC, EEUU (2020). Actualmente es jefa de innovación de Página Siete y coordinadora de la Red de Apoyo y Protección a Periodistas (RAPP) de la Fundación para el Periodismo.

¿Cuál la importancia de la verdad en la era de la desinformación?, ¿cómo la describes en este momento?

Isabel Mercado: *En tiempos de guerra, lo primero que muere es la verdad. Vivimos un guerra fáctica, pero al mismo tiempo varias guerras paralelas por narrativas interesadas de uno y otro lado. El combate a la desinformación es, quizás, la tarea más sustancial de la sociedad actual.*

Alfabetización mediática e informacional para consumir información en la sociedad de la desinformación

Ella tiene 78 años, ha sido una destacada bioquímica y farmacéutica durante toda su vida y es mi madre. Recuerdo no haber necesitado más consejos que los suyos para conocer los efectos de los medicamentos. La ciencia y la farmacología fueron el centro de su existencia. Sin embargo, ya antes de la pandemia empezó a compartir contenidos de dudosa procedencia que la hacían, increíblemente, dudar de sí misma, de los conocimientos que la habían sostenido a lo largo de su vida. Primero la crisis política de 2019, con la lluvia de bulos y mentiras que se hacían virales; luego, teorías de la conspiración que dicen que hay cerebros oscuros que quieren atentar contra la humanidad, y finalmente la pandemia, terminaron por agobiarla y desorientarla. El resultado: no ha querido vacunarse y teme las consecuencias de la inmunización de la cual fue siempre defensora acérrima.

No cuento este caso gratuitamente, si no para ilustrar cómo el fenómeno de la desinformación, las posverdades, las realidades paralelas y otras han cambiado no solamente el pensamiento de muchos ciudadanos, sino están afectando su calidad de vida y su relacionamiento con el mundo.

Y no son solamente personas de más o menor edad, hombres o mujeres, personas con más o menos educación las que están atrapadas en este juego perverso, sino sociedades enteras: la desinformación está trastocando el tejido social, poniendo en peligro la convivencia y a la democracia misma. No se trata de un asunto que concierna únicamente a los medios de comunicación y al periodismo –afectados evidentes de estos tiempos–: los ciudadanos nos sentimos irritados, abrumados e impotentes; obligados a desconfiar de

todo, o creer lo que nos dicen las burbujas que nosotros mismos creamos, aislándonos del contacto con el mundo y su diversidad de matices. Y, lo peor de todo, tomando decisiones a partir de ello.

El fenómeno de la desinformación se ha incrementado exponencialmente en los últimos años. El rol de las redes sociales en la viralización de contenidos ha generado un crecimiento significativo de la cantidad y velocidad en la que circulan contenidos falsos, engañosos, inexactos o descontextualizados. Año tras año, distinguir lo verdadero de lo falso se ha vuelto más difícil en todo el mundo.

Necesitamos urgentemente aprender a navegar en este nuevo escenario. La ansiada sociedad del conocimiento peligra ante la sociedad de la sobredosis (des)informativa. Y, cuando se duda de todo, cuando todo parece mentira, lo primero que muere es la credibilidad de las instituciones, de los valores de la humanidad y de la democracia.

Por ello, el concepto de alfabetización mediática e informacional se ha puesto en la lista de las prioridades. Aunque la idea de la educación en medios se remonta a los años 20 del siglo pasado –especialmente en Europa-, las discusiones sobre la alfabetización mediática o la relación de la educación con el uso de los medios de comunicación es un campo que apenas da sus primeros pasos en América Latina. Países como Francia, Inglaterra y Canadá, tienen componentes educativos importantes en este tema desde la educación primaria, mientras que esta parte del mundo recién se empieza a interesar en ello.

En el mundo académico, Alfabetización Mediática e Informacional es un concepto en debate y en construcción, que hace referencia a una serie de abordajes y prácticas que abarcan desde la formación de las personas usuarias para que sean capaces de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación hasta aquellas que proponen esta como un derecho que permitiría a la población contar con elementos para hacer juicios sobre la realidad mediática y social en la que ejercen su ciudadanía. Así, el concepto de alfabetización mediática es contextual e histórico, y se encuentra en proceso de cambio, pues la aparición de nuevos soportes de información y comunicación hace de su misión todo un desafío.

Infodemia, la otra pandemia

“Ojalá me hubiera vacunado”. Fueron las palabras de Jorge Lis, expiloto de motos español, a su hermana al ingresar al hospital de donde no salió con vida. El deportista había declinado a inyectarse la vacuna y 50 días después fallecía incapaz de superar la enfermedad.

Lis no siempre fue negacionista. Su hermana sostiene que usaba hasta tres mascarillas para salir y estuvo alejado de la gente y la calle por precaución por largo tiempo. Luego, esa actitud fue cambiando hacia lo contrario, gracias a los discursos que encontraba en las redes. En sus últimos días explicó a su familia el origen de su negacionismo: “Ha sido una de las mayores lecciones de vida: pasar mucho tiempo en Twitter, etc., me había radicalizado”.

Historias como las de Lis abundan en los medios a un primer vistazo; como abundan en el país también las noticias de comunidades enteras que reciben información engañosa en las redes y han decidido no vacunarse, a pesar de que hasta ahora esta es la única forma de frenar el contagio.

La vacuna ha sido uno de los mayores aportes de la ciencia a la salud pública, millones de vidas se han salvado desde que empezaron a desarrollarse para diversos tipos de enfermedades y, hasta antes de la pandemia de este siglo, la que nos ha tocado vivir como humanidad, apenas unos grupos aislados pregonaban en su contra. Las madres no preguntaban a sus médicos sobre la procedencia de las mismas y las reacciones eran parte del efecto esperado de estas. Sin embargo, con el coronavirus se tejieron infinidad de relatos sobre los peligros de su aplicación, posibles mutaciones y alteraciones genéticas; se dudó de la rapidez de su evolución, en vez de festejar el enorme esfuerzo de la ciencia médica en desarrollarlas para paliar el embate del virus, y se difundieron una serie de tratamientos alternativos, sin evidencia científica, para curar a los enfermos, sin medir los riesgos de estas improvisaciones. Los resultados han sido testimoniados globalmente. La desinformación ha sido otro enemigo con el cual luchar en la pandemia del coronavirus.

Si bien los bulos, las posverdades, las mentiras a medias, la información engañosa, la manipulación informativa y otras expresiones de la desinformación existen desde épocas remotas, nunca antes se había sentido tanto su impacto en la sociedad. La intermediación tecnológica, que es parte consustancial de nuestras vidas actualmente, ha hecho posible la multiplicación abrumadora de contenidos transmitidos por innumerables vías, que no pueden ser ni medidas ni fiscalizadas.

Como sostiene Rosental Alves, director del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, el ecosistema de medios ha cambiado de la predominancia de los mass media (medios masivos) a una masa de medios, que llegan a las audiencias por diferentes plataformas y han cambiado completamente los hábitos de consumo de la información. Y la información misma.

Antes de inicios de 2020, cuando atisbábamos las primeras señales de lo que sería la pandemia del coronavirus, ya se había visto la importancia de las tareas de *fact checking* (verificación de datos), y la alfabetización mediática se vislumbraba como una necesidad para aprender a transitar por las aguas abiertas, inclusivas pero turbulentas, de las redes sociales y los medios

alternativos. Ya entonces también, los medios de comunicación avizoraban la crisis de sus modelos de negocios, la necesidad de desarrollar otros formatos para fidelizar a sus audiencias y combatir la campaña de descrédito hacia el periodismo y los medios que las teorías conspirativas enarbolan con entusiasmo.

La integración de las redacciones entre lo digital y lo tradicional, la exploración de nuevas formas de narrar y los nuevos perfiles de los periodistas avanzaban lento pero seguro hasta que llegó el Covid 19 y nada pudo ser igual.

Un episodio desconocido, un virus aterrador, cero respuestas de parte de quienes tenían la obligación de darlas, impotencia, precariedad, dolor y mucha, mucha información de orígenes impensados, llenó de golpe nuestras vidas. El ansia por saber cómo reaccionar, cómo protegerse, cómo sobrevivir fue el caldo de cultivo para la proliferación de teorías conspirativas, bulos con diferentes intenciones, desorientación de parte de las instituciones líderes en materia de salud (como la propia Organización Mundial de la Salud-OMS) y de los gobernantes. De pronto, cuando más se necesitaban certezas, se incrementó la duda, la paranoia y la desinformación más abierta. Entre las mentiras, la ignorancia y la perplejidad frente a lo que estaba sucediendo, el mundo entero quedó huérfano de información y reinó la “infodemia”.

Según ha declarado la OMS, el brote de COVID-19 y la respuesta correspondiente han estado acompañados de una infodemia masiva, es decir, de una cantidad excesiva de información –en algunos casos correcta, en otros no– que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto, como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido. Como un virus.

Las redes sociales como espacio de inclusión y riesgo

La Unesco reporta que en el año 2000 existían en el mundo 700 millones de líneas móviles de teléfono. En 2015, esa cifra había trepado a 7.000 millones. Casi la cantidad de seres humanos que habitan el planeta.

Estos números hablan por sí solos a la hora de aquilatar el poder que tiene la tecnología en la transmisión de información, y permite deducir por qué la

desinformación es tan fácilmente expansible y efectiva (con el servicio de las redes sociales y los contenidos mediados por ellas, claro).

Nunca había sido posible tal penetración en las sociedades y tal intermediación tecnológica (en 2019, 53,6% de la población mundial hacía uso de la red); y aunque todavía existen brechas de acceso a internet (más de 3 mil millones de seres humanos aún no están totalmente conectados, especialmente mujeres y sobre todo en continentes como África), se puede decir que vivimos una era de total dependencia de las tecnologías de la información y la comunicación.

Sin duda, las redes sociales son un instrumento importante en términos de inclusión y en la democratización del acceso a la comunicación. En el contexto digital, grupos excluidos construyen comunidades virtuales, visibilizando temas que muchas veces los medios de comunicación tradicionales o las autoridades no toman en cuenta. Pero, por otro lado, se han convertido en un elemento de altísima incertidumbre y deterioro del tejido social, de la libertad de expresión y de la democracia.

La irrupción de las redes sociales ha transformado la forma en que se comunican y conviven las sociedades, y también en cómo los medios difunden sus contenidos. No es exagerado decir que la crisis de los medios tradicionales obedece a ello, pues son éstas quienes tienen el monopolio de la divulgación de la información y es a través de ellas que los usuarios las consumen principalmente.

Pero, al ser las redes espacios abiertos y desregulados, también dan cabida a contenidos falsos, campañas de desinformación de todo tipo, estrategias de manipulación, amplificación de teorías conspirativas y discursos de odio sin mayor filtro ni control. Durante la pandemia, la sensación de desprotección y la necesidad de certezas, favoreció la apertura a todo tipo de creencias. De 112 millones de publicaciones realizadas en 64 idiomas, el 40% eran poco fiables; el 42% de más de 178 millones de tuits fueron posteados por robots y se tomaron decisiones en base a estos datos.

Pero no solamente las redes tienen el control de los contenidos que producen los medios de comunicación, los ciudadanos toman a las redes sociales como medios de comunicación, y con esto afectan el ejercicio del periodismo, la educación, la gobernabilidad y otros aspectos.

Por ello, nuevamente, es importante pensar en término de alfabetización mediática; de dotar a todos los consumidores de información sobre las redes sociales, de competencias digitales para contrarrestar el impacto de la desinformación y hacer de las redes un espacio de inclusión, más no de confrontación.

La cibercultura y la gamificación

Cuando, el 6 de enero de 2021, se produjo la toma del Capitolio, que alberga al Congreso de EEUU, resultaba difícil entender los límites entre la realidad y la ficción. En los hechos, podría entenderse como una afrenta violenta a la democracia americana; como el epílogo de un periodo de polarización alimentada por un presidente, Donald Trump, que hizo del discurso divisorio y de odio su bandera, con la venia de las redes sociales a través de las cuales se comunicaba permanentemente. La violencia a los congresistas y el atentado contra el símbolo de la democracia y la deliberación norteamericana fueron atestiguados con perplejidad por el mundo entero. Sin embargo, del otro lado se desarrollaba una parodia: personajes de video juego eran los perpetradores de los hechos. Hombres ataviados con trajes de Batman, **ropajes** para emular a Abraham Lincoln o el gran protagonista de la toma, Jake Angeli, vestido de búfalo han sido algunos de los disfraces elegidos para pasar a formar parte de la historia americana.

Se trata de la ficcionalización de la realidad como herramienta de movilización, dijo un analista americano. Y es que estos personajes irrumpieron en el escenario mediático como un juego, “gamificando” (de *game* o juego en inglés) su protesta; negándose a protestar sin violencia, como Donald Trump se negaba a aceptar haber perdido las elecciones. Si el propio presidente manifestaba que no creía en las reglas de la democracia, por qué no habrían de hacerlo estos personajes germinados en las teorías conspirativas que, una vez más, el propio Trump alimentó e inspiró en su paso por la presidencia de su país.

La posverdad, entendida como la distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales, tampoco fue un invento de Donald Trump ni sus seguidores; de la misma forma que no es nuevo el uso y abuso que se le da en países como Bolivia en función a diferentes relatos (sobre todo con fines políticos) para construir narrativas a gusto del poder de turno. Las realidades alternativas, confeccionadas en base a unos mismos hechos pero con diferentes interpretaciones, estimulan a su vez creencias y teorías de conspiraciones que crean comunidades de creyentes, burbujas de seguidores que crecen y se fortalecen exponencialmente.

Las redes sociales actúan como propulsor y acelerador de lo que se gesta en las profundidades de la red. Twitter y Facebook son plataformas de integración de la sociedad y el periodismo, pero también espacios para la consumación de estrategias manipulativas y de desinformación. Lo más preocupante es que a pesar de la claridad con que esto se detecta, los actores sociales responden a ellas invariablemente, dándoles validez y hasta legitimidad. El discurso democrático se queda sin fundamento gracias a una visión de la realidad compartida y creída por una gran cantidad de personas.

La de Donald Trump es la historia de un abuso sin precedentes de las redes sociales por parte de los poderosos, es la evidencia del fracaso de los operadores de estas plataformas para evitar la diseminación de contenidos falsos, manipulaciones abiertas y discursos de odio en ellas; es también el fracaso de la regulación y la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación.

Sí, porque junto a esos discursos de odio, junto al rédito que se saca de la polarización de la sociedad en bandos irreconciliables intermediados por la tecnología y los algoritmos de las redes sociales, está el intento de grupos e individuos de desacreditar al periodismo.

Prensa vendida, prensa mentirosa son algunos de los principales apelativos a los medios que ponen en evidencia estas distorsiones, y lejos de poder contrarrestar esta narrativa y carentes de otra estrategia para difundir su trabajo que no sean las mismas redes sociales donde se los combate, los medios de comunicación y los periodistas caen en el juego de viralizar los contenidos engañosos de los impulsores de las corrientes desinformativas y de posverdad.

Aunque abundan ejemplos de estas estrategias, la toma del Capitolio es una muestra del déficit de conocimiento y competencias de la sociedad (incluidos los periodistas) para hacer frente a los nuevos paradigmas de comunicación que está propiciando Internet. La combinación entre el mundo de los videojuegos, la cultura de los memes, la proliferación de todo tipo de creencias y la sensación de comunidad, son una mezcla explosiva.

“Con la gamificación el juego se convierte en una práctica social, y la percepción formada por el juego empieza a moldear la realidad y la imaginación de los participantes; en consecuencia ellos piensan que su mundo de conspiración ficticia es el mundo real”, sostiene Julius Endert, capacitador de la Deutsche Welle Akademie en Alfabetización Mediática e Informativa. Y es que el juego y la posverdad como estrategias, se convierten en excelentes aliados de la desinformación.

Burbujas de pensamiento único y la importancia del pensamiento crítico

Cómo no va a ser verdad si es justamente lo que pienso... ¡Quién no ha escuchado esta frase de algún amigo o familiar! El aislamiento del diálogo social, el rechazo a la diversidad, la tendencia a la polarización por la comodidad del pensamiento único, se han normalizado en estos tiempos.

La sensación de afinidad y el sentido de comunidad que caracterizan a las redes sociales parecen elementos cohesionadores que favorecen la “convivencia

virtual”; sin embargo, fácilmente se transforman en una burbuja que legitima el pensamiento único; la selectividad de la escucha y la fantasía de que esta burbuja es el mundo real. Así, se borran las otras perspectivas, se propicia la homogenización del pensamiento, se precariza el diálogo social y se alientan las posiciones extremas y los discursos de odio, discriminación, racismo y otras formas de intolerancia.

¿Son las redes los demonios que nos invaden inexorablemente sin posibilidades de reacción? Si, de alguna manera, pero así como no podemos ni queremos vivir sin ellas, así como nos sentimos comunidad gracias a ellas y podemos expresarnos y ser oídos sin intermediaciones, es importante educarnos para navegar en sus extensas aguas.

Se debate en el mundo las opciones de regulación de las redes sociales, y los mismos dueños de estas plataformas esbozan posibilidades de controlar algunos contenidos perniciosos. De hecho, Facebook acaba de contratar por 500 millones de dólares anuales a la empresa Accenture, para que identifique, uno por uno, los post que incitan a la violencia y al odio. Se ha reclutado a 15.000 personas para eliminar publicaciones que resulten tóxicas; los trabajadores deben revisar entre 400 y 700 publicaciones que incluyen imágenes de abuso y violencia.

Sin embargo, al hablar de regularlas legalmente se abre el debate sobre la libertad de expresión, pues éstas son por ahora custodias de esa libertad básica para la humanidad.

Si no son los gobiernos quienes deben regular las redes sociales, ¿debería recaer esta tarea en la sociedad? Es discutible, pues normas comunitarias arbitrariamente cambiantes y designadas sin total consenso también pueden ser un atentado a la libertad de expresión.

Entonces, si no queremos dejar la decisión en manos de los gobiernos que forman parte de la respuesta, sino queremos dejar la decisión en manos de los intereses económicos de las plataformas, la respuesta está en el empoderamiento ciudadano.

¿Cómo manejamos nuestra relación con las redes sociales y con los contenidos?, ¿cómo armonizamos nuestra aspiración de relacionarnos con los demás en un marco de respeto, diálogo social y tolerancia? La respuesta unánime es el fortalecimiento de la educación en medios, ergo la alfabetización mediática. La alfabetización mediática apuesta por el aumento de la conciencia crítica de los ciudadanos sobre el acceso a la información, por la promoción del pensamiento crítico como parte de los procesos educativos a todo nivel. También permite reflexionar sobre cómo la información con la que interactuamos influye en nuestros pensamientos, creencias y actitudes hacia los demás y que pueden provocar violencia, conflicto y radicalización. En

otras palabras, se trata de apostar por una ciudadanía informada y habilitada para tomar decisiones también informadas.

Por ello es tan importante el desarrollo de competencias digitales inclusivas en todos los ciudadanos. No se trata de que todo individuo tenga una cuenta en alguna o todas las redes sociales, sino que detente habilidades generales pero importantes en el manejo de una computadora, el acceso a internet, la búsqueda de datos, las herramientas básicas de contrastación de la información y el uso del pensamiento crítico.

Y no son solamente los ciudadanos de a pie, de todas las edades los que debieran contar con estos recursos: los periodistas también debieran ser alfabetizados en estos nuevos medios y plataformas.

Como mencionamos, el combate contra la prensa es parte de la narrativa de conspiración. Los medios de comunicación y los periodistas terminan inevitablemente en el papel de antagonistas en las batallas de las posverdades y la desinformación, y quedan, finalmente, desacreditados.

Muchos periodistas asumen el papel de los fact checkers, pero tampoco logran mucho; y se sienten abrumados pues aunque se esfuerzen, los acontecimientos siempre van más rápido que su capacidad de reflejarlos. En esa carrera contra el tiempo, muchos recurren a ser fieles a los principios éticos de parte y contraparte, y al hacerlo transmiten verdad y ficción en la misma categoría.

Por tanto, los periodistas necesitan un conocimiento profundo de la red y de la cultura de internet. Esto implica conocimientos en teoría de redes, análisis de redes, cultura de memes, cibercultura y las posibilidades de la gamificación. También, por supuesto, impulso al periodismo de investigación, el periodismo de datos y el análisis de los contextos son herramientas imprescindibles de un periodismo en pugna contra las corrientes de estos tiempos.

Promoción del pensamiento crítico

El derecho de acceso a la información y a la comunicación es y estará en el centro de las aspiraciones sociales de una humanidad que pretende transformarse en una sociedad del conocimiento. Derecho a la información pública para exigir transparencia, derecho a tener competencias digitales en un mundo intermediado por la tecnología, derecho a consumir información confiable y verificable, y, no menos importante, derecho a desarrollar y promocionar el pensamiento crítico como forma de vida.

Se define al pensamiento crítico como el proceso mediante el cual se usa el conocimiento y la inteligencia para llegar de forma efectiva a la postura más razonable y justificada sobre un tema. Es un método para la vida: adoptar la actitud de un pensador crítico es identificar y caracterizar los argumentos, evaluar las fuentes de información, es detenerse a analizar la calidad de la información y no tomar una actitud automática frente a un contenido.

Presupone, como primer paso, una actitud autocrítica y una mente abierta, capaz de reconocer con cierta humildad que nadie tiene la verdad absoluta y que se puede aprender de los demás. No es innato, es una forma de pensar que debe ser aprendida y que promueve visiones y actitudes racionales, y decisiones reflexivas, sensatas.

Requiere de esfuerzos y destrezas, pues no solo nos ayuda a fortalecer una actitud crítica frente a la vida y ante nuestros (pre)juicios, sino que fortalece la autoconfianza y el placer de seguir siendo personas curiosas de por vida. El pensamiento crítico y la duda razonable ante la vida, evitan hundirnos en una incertidumbre e inseguridad que nos paraliza y, por el contrario, nos vuelve activos como personas y ciudadanos.

Los países que tienen sistemas de educación desarrollados, incorporan desde el nivel preescolar hasta el último grado el pensamiento crítico en sus planes. Obviamente es más simple en materiales sociales como historia, lenguaje, pero también tiene relevancia en materias de ciencias naturales (biología, física) e incluso exactas, como la matemática. Estudios realizados en Estados Unidos y en Europa, como los que realiza el Programa de Evaluación Internacional de Estudiantes (PISA, pruebas a quinceañeros cada tres años), desde fines del siglo pasado, muestran que los estudiantes que aprendieron a pensar críticamente, tienen mejores resultados.

Tarea para la casa

En un mundo en el que se ha instalado la incertidumbre, la polarización, las verdades alternativas, es difícil encontrar recetas infalibles o confiar en esperanzas ingenuas. El desarrollo de la tecnología siempre irá un paso antes de las decisiones que adopten gobiernos y sociedades, y los efectos tendrán que ir siendo manejados desde el pluralismo, la tolerancia y la preservación de los valores democráticos que son, todavía, los que inspiran a la humanidad. Esas son tareas que solo pueden promoverse a través de la educación. Es imperativa una nueva visión educativa acorde con estos tiempos; un borrón y cuenta nueva que otorgue, como hemos dicho, nuevas competencias a los niños y jóvenes que los ayuden a gestionar mejor los cambios, las emociones y situaciones que estamos viviendo con el consumo de la información a través de la tecnología.

La alfabetización mediática no puede ser solamente un recurso más dentro de una asignatura cualquiera, debe ser una transversal que permita que la educación acompañe la evolución acelerada de la tecnología.

Alfabetizarnos contra la desinformación, alentar el pensamiento crítico, abrirnos a las opiniones diferentes parece ser la mejor recomendación para enfrentarnos al cambio y la perplejidad; y sobre todo, para convivir con nuestras diferencias.

“Verdades y mentiras en los tiempos de la desinformación” contiene los ensayos de diez periodistas y un politólogo que analizan, desde su experiencia en los medios y/o en las verificadoras, el comportamiento de la desinformación y su impacto en cuatro países latinoamericanos. La reflexión se realiza desde tres diferentes puntos de vista. El primero da cuenta de los bulos que se generaron sobre la política y las elecciones celebradas entre el 2019 y el 2021 en Argentina, Bolivia, Ecuador y Perú; el segundo sobre las teorías de la conspiración y los movimientos antivacunas que aparecieron como consecuencia de la pandemia del covid - 19 y, el tercero, sobre la necesaria utilización del periodismo y la alfabetización mediática e informacional como herramientas para luchar contra este fenómeno.

Fundación Konrad Adenauer (KAS)

Av. Sánchez Bustamante N° 509
(entre calles 11 y 12 de Calacoto)
Tel: (+591-2) 2125577 y (+591-2) 2775254
email: info.bolivia@kas.de
www.kas.de/bolivien
La Paz-Bolivia

Fundación para el Periodismo

Calle Miguel de Cervantes 2770. Sopocachi
Tel: (+591-2) 2414687
email: info@fundacionperiodismo.org
www.fundacionperiodismo.org
La Paz-Bolivia

Colección
Bicentenario
Bolivia 1825
2025


ISBN: 978-9917-9933-8-4



9 789917 993384

www.kas.de