

#VERificarParaCreer

Conferencia Magistral

DESINFORMACIÓN
VIRAL

LAS NOTICIAS EN LA PANDEMIA

Dr. Martín Becerra (ARG)

Memorias

30 de abril de 2020



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Édison Toro Calderón

Presidente del Consejo de Comunicación

Diego Zambrano Álvarez

**Coordinador General de Promoción de Derechos
- Moderador -**

María Fernanda Cedeño

Directora Técnica de Promoción del Conocimiento

Equipo técnico, Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento:

- Sofía Jurado
- Michelle Moretti
- Cecilia Marcillo
- Gisell Andrade
- Anastasia Valyanyuk
- Neysi Vallejo

Coordinación General de Desarrollo de la Información y Comunicación

Dirección de Comunicación

Abril 2020

Prólogo

El ejercicio del derecho a informar conlleva un análisis sobre la teoría de la verdad, en su dicotómica relación con lo falso. Habermas, en su teoría de la acción comunicativa, identifica al menos dos formas de verdad, en términos informativos, que son: la verdad como correspondencia y la teoría consensual de la verdad.

La verdad como correspondencia implica un retrato de la percepción del comunicador, con respaldo en hechos que puedan ser experimentados y que respaldan empíricamente las afirmaciones realizadas. La teoría consensual plantea el problema en términos de veracidad, en relación a los actos del habla. La veracidad está en la confianza de quien recibe la información, la asume como cierta y la comparte, de tal manera que se produciría un acuerdo generalizable por el cual, las audiencias dan por hecho acontecimientos sobre los que no pueden contrastar, dadas las limitaciones de tiempo, de espacio y hasta de interés.

Esta forma de acuerdo sobre lo que ha de construirse como cierto desde una aceptación colectiva es posible en términos de argumentación. Así, quien quiere informar, del mismo modo que aquel que quiere desinformar, debe recurrir a estrategias de persuasión a fin de aportar con argumentos válidos y consistentes, respaldados en hechos parcialmente ciertos, descontextualizados o simplemente forjados para convencer a quien recibe el mensaje y no se encuentra en la posibilidad de abandonar sus actividades para salir a contrastar la información.

La manipulación de la verdad por actores que persiguen fines políticos, económicos, corporativos o de cualquier otra índole e incluso de aquellos que difunden estos bulos irresponsablemente aunque sin intención de causar daño, resulta especialmente grave en momentos en los que la humanidad afronta una pandemia que ha traído centenas de fallecimientos.

La desinformación ha crecido tanto como el alcance de los canales tecnológicos que permiten su difusión. Las plataformas virtuales, las redes sociales y los servicios interpersonales de mensajería son algunos de los medios que permiten la propagación casi inmediata de noticias falsas, trabajadas de manera tan detallada y minuciosa que gozan de credibilidad, pero que lo único que hacen es engañar, generar pánico, desconfianza, desprestigio, llegando al extremo de poner en peligro vidas humanas.

En un ambiente tan adverso, alcanza mayor importancia la actividad del periodismo serio, profesional e involucrado con el beneficio de su comunidad. Hoy, más que nunca, los medios de comunicación deben estar más cerca de la ciudadanía, combatiendo las noticias falsas y, en su lugar, presentando piezas informativas contrastadas y verificadas.

El Consejo de Comunicación, entidad pública comprometida con el desarrollo del derecho a la libertad de expresión, comunicación e información, consciente del papel fundamental que tienen los medios de comunicación dentro de una sociedad democrática, convoca al periodismo serio, en los ámbitos público, privado y comunitario para que formen parte de espacios de discusión y reflexión donde los actores del ecosistema de comunicación social asumamos responsabilidades, desde nuestro particular ámbito de acción, a fin de combatir la infodemia por medio de un periodismo más profesional, activo y objetivo, que

honre la credibilidad y confianza que la ciudadana ha depositado en quienes hacemos de la comunicación un servicio a la comunidad.

En esta ocasión, hemos contado con la participación de una de las voces más autorizadas a escala latinoamericana en materia de combate a la desinformación. Para nosotros, ha sido un honor contar con las apreciaciones y recomendaciones de un académico de la talla y el prestigio del profesor Martín Becerra a quien reiteramos nuestro agradecimiento fraterno y nuestro deseo de seguir contando con su desinteresado contingente, su pensamiento y el fruto de sus investigaciones para el beneficio de la ciudadanía.

**Prof. Diego Zambrano Álvarez Ph.D.
Coordinador General de Promoción de Derechos**

Introducción

La pandemia de COVID-19 ha provocado una crisis mundial en todos los aspectos. Las aristas son tan amplias como inimaginables. Una de ellas es la propagación de información falsa y su impacto en la ciudadanía. En medio del confinamiento, con millones de personas trabajando desde casa y con las escuelas cerradas, las redes sociales están más activas que nunca. El entorno crítico e incierto que vive la humanidad entera es utilizado por muchos para iniciar operaciones de desinformación y propagación de rumores que pueden causar daños, incluso irreversibles, en la población.

Frente al desafío de enfrentar la desinformación a través del tratamiento adecuado de los contenidos, el Consejo de Comunicación promueve un ciclo de conferencias que articulan la participación de diversos actores de la comunicación y concita la reflexión de la ciudadanía, en torno al ejercicio responsable del derecho a la libertad de expresión como fundamento de una sociedad democrática.

Como parte de este ciclo, se realizó la conferencia magistral: “Desinformación viral: las noticias en la pandemia”, dictada por Martín Becerra, investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad de Buenos Aires (Argentina).

Durante el encuentro se abordaron temas relacionados con las noticias falsas, el rumor y el manejo de la desinformación en tiempo de crisis. Este espacio propició un análisis participativo, en relación con la pandemia COVID-19, a partir de algunas experiencias de América Latina, sobre la desinformación en la era de la masificación de internet, en las plataformas digitales y en los servicios de mensajería online.

El presente documento recoge las ideas principales de esta conferencia magistral, divididas en tres ejes: definiciones, ejemplos históricos y argumentación de análisis sobre la infodemia.

La presentación de estos criterios a la ciudadanía aspira a multiplicar los espacios de diálogo y reflexión sobre el ejercicio responsable de la libertad de expresión.

Índice

1. Objetivos	10
2. Perfil del conferencista.....	11
3. Desinformación viral: las noticias en la pandemia	13
4. Síntesis de preguntas y respuestas.....	19
5. Conclusiones	22

Abril 2020

1. Objetivos

- a) Propiciar un análisis participativo, en el marco de la pandemia COVID-19, tomando algunas experiencias de América Latina, sobre la desinformación en la era de la masificación de internet, en las plataformas digitales y en los servicios de mensajería online.
- b) Conocer y fomentar espacios de debate sobre los nuevos conceptos relacionados con las noticias falsas, la desinformación y la propagación de rumores. Con esto la ciudadanía formará un criterio crítico y buscará la fuente de manera responsable.
- c) Promover la reflexión de los actores vinculados a la comunicación, sobre las noticias en tiempos de pandemia, para desarrollar nuevos compromisos autorregulatorios alrededor del ejercicio pleno de los derechos de la comunicación e información.



2. Perfil del conferencista



PhD. Martín Becerra

Es Investigador Principal en el Conicet y Profesor Titular por concurso en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona), donde también obtuvo su Postgrado en Ciencias de la Comunicación y es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Especialista en políticas de medios, telecomunicaciones y TIC.

Autor de libros y artículos sobre políticas de comunicación, medios y tecnologías de la información y la comunicación, entre ellos:

- La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores, en coautoría con Guillermo Mastrini (Universidad Nacional de Quilmes y Observacom, 2017)
- Medios en guerra: balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016, en coautoría con Guillermo Mastrini y otros (Biblos, 2017)
- De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina (Paidós, 2015);
- Cajas mágicas: el renacimiento de la tv pública en América Latina, con Ángel García Castillejo, Óscar Santamaría y Luis Arroyo (Tecnos, 2013);
- WikiLeaksLeaks: la relación entre medios y gobiernos en América Latina bajo el prisma de WikiLeaks con Sebastián Lacunza (Ediciones B, 2012), entre otros.

Dirige el Programa de Investigación “Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina” de la UNQ y proyectos financiados por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (PICT, PIO).

Ha gestionado instituciones públicas de educación superior. Fue Secretario Académico (2003-2007) y Director (Decano) del Departamento de Ciencias Sociales (2008-2010) de la Universidad Nacional de Quilmes.

Fue periodista, desempeñándose como redactor de los diarios El Cronista y Extra y como colaborador trabajó para las revistas Humor, Crisis y Le Monde Diplomatique, y los periódicos Perfil y LetraP, entre otros.

Ha participado activamente de numerosos debates sobre la regulación de los medios en América Latina y realizado consultorías sobre políticas y tecnologías de la información con organismos internacionales y latinoamericanos.

Es Editor del blog “Quipu: políticas de comunicación” dedicado a temas de enseñanza del campo de las políticas y la tecnología de la información, la comunicación y la cultura.

Actualmente, se desempeña como investigador y docente de grado y postgrado en las áreas de Ciencia, Cultura, Información y documentación en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad de Buenos Aires.

3. “Desinformación viral: las noticias en la pandemia”

(Resumen)

Profesor Martín Becerra PhD

Con el objetivo de abordar la infodemia y su vínculo con la desinformación, la exposición se organizó en torno a tres ejes:

- 1) Las definiciones sobre infodemia y la diferencia con la desinformación. Existen términos que se han puesto de moda, como las fake news que, en muchos casos, abren un campo de polisemia, de multiplicidad de sentidos y dificultan el entendimiento, ¿qué se quiere decir cuando se habla de ellos?
- 2) Algunos ejemplos históricos sobre la desinformación y la propagación de rumores.
- 3) Argumentación y análisis sobre el concepto de Infodemia y sobre la circulación masiva de discursos informativos en el contexto de la pandemia del coronavirus; una síntesis aplicada a la coyuntura actual.

En cuanto a las definiciones, según la Organización Mundial de la Salud, la infodemia es la epidemia nociva de rumores que se generan durante brotes y enfermedades de carácter masivo; esa definición permite descartar una de las acepciones que se suelen usar en el registro coloquial cuando se habla de infodemia y que solo atiende a la sobreabundancia de información y de datos.

En el contexto de la pandemia, la exposición a la sobreabundancia de información, en la medida en que sea verificada, confiable, seria y contenga fuentes, puede provocar angustia, miedo, ansiedad y estrés. Sin embargo, en esta ocasión, el enfoque se dirige a las operaciones de desinformación y a la propagación de rumores que pueden atentar contra la salud o la vida misma, en el marco de la pandemia.

El Informe de la Relatoría de Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos emitido en mayo de 2019, define **“la desinformación consiste en la difusión masiva de información falsa que tenga la intención de engañar al público y sea producida y distribuida a sabiendas de su falsedad”**. Es decir que, a diferencia de las llamadas fake news que pueden ser piezas informativas sobre cuya falsedad no tenga conciencia quien las produce o quién los distribuye, la desinformación contiene un carácter deliberado de provocar daño. Por ello, en muchos casos, los contenidos de desinformación incluyen elementos parcialmente verídicos o verosímiles, amputados de su contexto o combinados intencionalmente de modo sesgado, distorsionan los hechos y distorsionan los atributos de esos hechos.

Ese es el elemento intencional que distingue a una operación de desinformación de una pieza aislada de noticia falsa y ese elemento es necesario, según los estándares sobre libertad de expresión y sobre derechos humanos vigentes, a nivel de Naciones Unidas y a nivel del continente americano, para atribuir la responsabilidad al productor o propagador de la desinformación.

Si bien la existencia de desinformación, de campañas de manipulación, de desprestigio y de falseamiento intencionado de hechos es muy antigua y fue reforzada con los adelantos propios de cada salto tecnológico en la historia de los medios de comunicación -entiéndase salto tecnológico como la imprenta, el cine, la radio, la televisión- es la masificación de internet y en particular la masificación de las plataformas de redes sociales y de los servicios de mensajería online como WhatsApp, los que agregan un condimento particular al tema del estamos tratando; agregan una posibilidad cierta de viralización, más allá de las fronteras y en tiempo real, a los rumores o a la información falsa: algunos de estos pueden poner en riesgo la vida de muchas personas.

Algunos ejemplos históricos:

- En 1938, Orson Welles adaptó para la radio, para la cadena CBS de los Estados Unidos, la obra "La guerra de los mundos", como efecto de verosimilitud, Welles adoptó el género de noticiero y si bien al comienzo de la obra, el propio Orson Welles había aclarado que se trataba de una ficción, parte de su audiencia se saltó esa introducción. El hecho provocó el pánico de la población que recibía de un medio investido de autoridad y reinaba en los hogares como fuente de información y entretenimiento, la narración en tiempo real la invasión extraterrestre.
- Distinto es el caso de la información provocada, cuando se presenta una noticia como si esta hubiera realmente ocurrido, con la intención de difundirla por su presunta trascendencia; de este tipo de especies está poblada la historia de la comunicación y la historia de los medios, en particular la de los grandes medios de comunicación, incluso los más prestigiosos.
- En un editorial de mayo del año 2004, el New York Times admitió que la información previa a la invasión a Irak, por parte de las fuerzas armadas estadounidenses, el año anterior en 2003, con la que el ex presidente, George W. Bush, había justificado la acción bélica, no era rigurosa, provenía de fuentes descalificadas, no se constató y era errónea.
- La BBC en Inglaterra fue el primer medio público que desmintió el fraude de las armas químicas endosadas a Sadam Husein, por parte del aliado de Bush, en la ofensiva armada que era el primer ministro británico, Tony Blair.
- Al suponer que los medios son organizaciones que cuidan los contenidos editados, cada vez que sirven como escena de desinformación, se produce un quiebre de la confianza pública en su función.
- El 24 de enero del año 2013, el diario más prestigioso en español, El País de España, publicó la foto de una persona entubada y convaleciente que, según afirmaba el diario, era el entonces presidente venezolano, Hugo Chávez, en su tratamiento en Cuba. La imagen era falsa y la conducción periodística de El País tuvo la pésima, pero muy frecuente reacción, de convertir el lógico pedido de disculpas en una autoalabanza, destacando su presunta rapidez a la hora de rectificar la información falsa, de pedir disculpas y de retirar los periódicos de los quioscos, donde se comercializaba. Con su propia adulación y una tercerización de las culpas, el diario El País cerraba la explicación de uno de los mayores fraudes informativos de su historia.

- En otro caso, que también involucra a diario El País, el 11 de marzo del 2004, tituló “Matanza de ETA en Madrid”, frente a los atentados terroristas en la estación de trenes de Atocha que fueron cometidos por Al Qaeda. En aquella oportunidad, las disculpas atribuyeron la responsabilidad al entonces presidente del Gobierno, José María Aznar, interesado en difundir una versión falsa y realizar una campaña de desinformación, para ganar las elecciones que se realizarían tres días después y que a la postre, iba a resultar vencido por el Partido Popular gobernante y candidato opositor, José Luis Rodríguez Zapatero.

No hay período exento de la producción y difusión de noticias falsas y de campañas de desinformación; sin embargo, este presente tiene un condimento singular, porque existen elementos como la precariedad económica de la actual etapa del ecosistema de comunicaciones, sumada a la multiplicación de plataformas digitales, en las que los propios medios diseminan sus contenidos. El proceso de edición, verificación, cuidado, y curaduría de las noticias se vuelve aún más vulnerable y por lo tanto, los resultados son: muchas informaciones adulteradas que se detectan y se padecen a diario.

En algunos países americanos, el vínculo íntimo entre servicios de seguridad e inteligencia, tanto servicios estatales como paraestatales, con medios de comunicación, conductores, columnistas y periodistas, agudiza el peligro de ofrecer condiciones favorables a la diseminación de operaciones de desinformación y a la instalación de rumores falsos en el espacio público. En resumen, la desinformación no es un virus creado por internet, sino es un rasgo inherente a los sistemas organizados de producción y difusión de contenidos; o sea, es un problema inherente al tipo de sistema de producción de la información en el mundo entero.

Argumentación y análisis: las grandes plataformas y el COVID-19:

El impacto de la información es mayor cuando la legitimidad y la credibilidad en las instituciones que, durante siglos o décadas monopolizaron los flujos de información, atraviesan una crisis, a partir de la desprogramación de esos flujos de información y se habilita la circulación de soportes que son competencia (plataformas y redes digitales). Este cambio que es inédito en su escala, irrumpe con fuerza y va demoliendo los viejos ídolos de la sociedad moderna; sin embargo, lo que se presenta como relevo dista de resolver el problema básico de la desinformación.

La ausencia de cuidado editorial, de verificación empírica o de fuentes diversas de los hechos puestos en circulación social, también alcanza a las redes digitales; así lo muestran los escándalos de manipulación de datos de usuarios y las conductas anticompetitivas de los gigantes del internet como Facebook, Google y los abusos de campañas de desinformación en redes como WhatsApp en casos como las elecciones brasileñas, las elecciones de Estados Unidos, el plebiscito por el Brexit de Gran Bretaña o en el plebiscito del referéndum por la paz en Colombia.

En la pandemia del COVID-19, tanto Facebook como Google y Twitter han adoptado medidas importantes, aunque unilaterales y muy controvertidas, para disminuir el impacto de la difusión y el alcance de las operaciones de desinformación, que pueden poner en riesgo la vida y la salud de millones de personas. Estas decisiones últimas de las grandes plataformas de conversación pública en internet, reactivan el interrogante acerca de, si se

puede limitar y en caso de que sea posible, ¿cómo limitar la circulación masiva de desinformación?, Este no es un tema menor, porque afecta la deliberación pública y el insumo mediante el cual, los individuos y las sociedades construimos referencias, percepciones, opiniones sobre los que basamos nuestro comportamiento.

Así como el derecho a la vida y a la salud, en el marco de la pandemia, se replantean los alcances de otros derechos, como el derecho a la libre circulación, el derecho de reunión o, también, el derecho a la libertad de expresión.

Los estándares internacionales sobre derechos humanos contienen una cuidadosa y no resuelta consideración de las tensiones que existen, entre el derecho a la libertad de expresión y las formas de evitar la discriminación, o sea el derecho a no ser discriminado, que son reactivadas en el ecosistema digital. Los debates al respecto están a la orden del día y se encuentran zonas de franca tensión entre derechos.

En este punto es importante retomar el tema en cuestión: la desinformación en el marco de la pandemia. Además, revisar los problemas que la intención de atenuar o corregir sus defectos puede conservar:

1) Resulta muy difícil probar la intencionalidad inherente a la desinformación; por lo tanto, cada caso, cada contexto, reclama un escrutinio estricto y profundo y no hay reglas universales para todos los discursos, para todos los enunciadores y para todos los enunciados.

2) En el supuesto de que se lograra consensuar un mecanismo de identificación sobre lo que es dicotómicamente verdadero o falso, ¿quién lo haría y bajo qué condiciones se podría arbitrar las diferentes fases de este proceso, para determinar lo que es válido?; ¿habría acuerdo para conceder a Facebook o a Google, el poder de “policía” para decidir qué circula y qué no circula en las redes? Esto ya ocurre, de facto, mediante la disposición del algoritmo que muta según las políticas corporativas, al margen de los regímenes jurídicos y legales de los países donde estas compañías actúan y comercializan servicios: es muy delicado en términos de libertad de expresión.

3) Es muy probable que la naturaleza del proceso editorial en los medios tradicionales, a la hora de pensar estrategias para atenuar la desinformación, no sea completamente aplicable a las plataformas de redes sociales digitales como Facebook, Instagram, Twitter o YouTube, en cuanto al universo de lo producido y publicado. Las estrategias que pueden diseñarse para plataformas son muy diferentes según el tipo de plataforma; en el caso de WhatsApp que es una plataforma de mensajería interpersonal, en los últimos días se restringió a “uno” los reenvíos de mensajes altamente viralizados o compartidos. Según Facebook, esta última decisión disminuyó en un 70% la propagación de contenidos que, muy probablemente eran en rumores.

Apuntes sobre la infodemia para mejorar la circulación de información:

Luego de revisar la definición de infodemia, como la epidemia nociva de rumores que se generan durante brotes y enfermedades de carácter masivo, y analizar las principales diferencias con la desinformación, se presenta una síntesis de ideas que contribuyen a mejorar el ambiente de circulación de la información.

1. No toda noticia falsa es una operación de desinformación, ni toda noticia falsa es deliberada; distinguir entre lo deliberado o no de una pieza informativa, es un trabajo arduo, no se puede hacer de modo automatizado, no es universal, no se puede prescindir del análisis concreto para determinar, en abstracto, lo que es deliberadamente falso o no.

Las normas vigentes en materia del derecho a la libertad de expresión eximen de responsabilidad legal, por ejemplo, a los periodistas que pueden haber difundido una pieza falsa, si no eran conscientes de su falsedad.

2. Es imposible monitorear todo el universo de circulación social de rumores falsos o de campañas de desinformación, porque implicaría el acceso a todos los servicios de mensajería, como WhatsApp que, en algunos casos, son servicios cifrados y por cuyo acceso ya hubo litigios importantes.

3. No se puede medir con exactitud el alcance y el impacto real de los rumores; hay 100 años de estudios de comunicación que nos lo confirman, no existe la manipulación lisa y llana de conciencias a partir de un rumor, de una noticia falsa o de una campaña de desinformación.

Insistir solo en las plataformas digitales, como propagadores de rumores, es una formidable coartada que exige a los medios tradicionales de su participación activa, en la propagación de rumores y en operaciones de desinformación. Hay una relación íntima, entre medios, conductores, periodistas y servicio de inteligencia; lo que quiere decir que las plataformas digitales, pueden ser vehículos de desinformación y rumores, pero no están eximiendo a las instituciones mediáticas y a la política profesional.

No hay un exorcismo general para todo rumor y para toda pieza de desinformación en abstracto, precisamente porque si son eficaces, la eficacia trasciende la factura del propio enunciado y se macera con otros elementos de la experiencia personal, de las vivencias pasadas y presentes.

Se puede crear un entorno social e institucional que dificulte la producción y la propagación de rumores y de campañas de desinformación. En el caso de la pandemia y de las estrategias de prevención de transmisión de contagio del virus, obviamente, la institución principal es la conducción estatal. El objetivo es lograr una comunicación oficial sobre el COVID, que tenga como destinatario al conjunto social y que cuente con representantes de distintas organizaciones, comunidad científica, autoridades de distintos niveles, movimientos sociales y credos religiosos; esto puede atenuar la angustia colectiva y proyecta certidumbres.

4. Se pueden monitorear casos sobresalientes de rumores, de campañas de desinformación; se pueden diseñar estrategias de moderación de impacto y de disminución de los efectos nocivos, si se lo analiza como un fenómeno discursivo.

Algunas recomendaciones:

- Las estrategias para disminuir el impacto de rumores y desinformación son más eficaces si promueven mensajes proactivos, claros, detallados, acerca de formas de cuidado y prevención. Los mensajes proactivos son didácticos y son más potentes si tienen aval científico.
- Las fake news, también, son en muchos casos piezas elaboradas que buscan lo simple para conseguir multiplicación y viralización. Por ejemplo, las recomendaciones eficaces de prevención con vitamina C.
- Las estrategias también son más fuertes en la medida que identifiquen, no solo las piezas de desinformación, sino las fuentes de desinformación.
- Las estrategias serán más acertadas en la medida en que elaboren modalidades de respuesta. Por ejemplo, la regla del 10%: algunos expertos dicen que es mejor esperar hasta que una desinformación o una información errónea alcance un nivel de penetración del 10% entre la población, antes de desacreditarla, para evitar el riesgo de propagar el rumor.
- La desinformación tiene un caldo de cultivo en escenarios polarizados, por la propensión de los polos a retroalimentarse a través de sus propias versiones de la realidad, a usar principalmente sus propias fuentes y a descreer de las versiones rivales. La estrategia es encontrar y exhibir puntos de sutura ante situaciones como la pandemia, que superan los antagonismos políticos y sociales convencionales.
- La discusión mundial sobre la infodemia abre la posibilidad de revisar los principios de libertad de expresión. Es preciso entender que la producción concentrada de los discursos sigue siendo un problema; los guardianes de los principales medios de comunicación y los guardianes de las plataformas digitales globales tienen y practican un poder sin antecedente en la historia de la comunicación, sus efectos pueden ser nocivos, en contextos como el de la pandemia.
- Acceder a la información, a fuentes seguras y confiables, a recursos verificados, puede significar en muchos casos, la diferencia entre salvar o arriesgar la propia vida.

4. Preguntas y respuestas

1.- ¿Cuál es el alcance de la responsabilidad ulterior de los medios de comunicación en la propagación de información falsa, atribuida a su negligencia en la confirmación de la fuente?

No hay una respuesta universal para esto. Supongamos el caso de un medio digital que no confirma adecuadamente la fuente por negligencia profesional. Por ejemplo, se le atribuye al Ministerio de Salud de cualquier país, recomendaciones falsas sin verificación. Entonces, hay que hacer un análisis de cada caso. La responsabilidad ulterior cambia si ese medio y el periodista que escribe la nota, son conscientes o no de la falsedad de la información; si no lo son, la responsabilidad ulterior es más leve, pero si son conscientes de la falsedad y ponen en riesgo la salud pública, la responsabilidad ulterior es mayor. No hay una regla general y la reincidencia en situaciones de negligencia, que comprometen la salud pública, implica mayor responsabilidad.

Un medio puede tener un accidente que, además, ocurre en todas las profesiones. Una cosa es un accidente y otra es regularizar ese accidente como conducta y extenderlo en el tiempo. Entonces, desde mi punto de vista, los estándares de libertad expresión tanto de Naciones Unidas como del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, son estándares fuertes y exigen que esas leyes que, eventualmente, sancionan la responsabilidad ulterior tengan un test tripartito, que sean democráticamente tramitadas, que tengan un cuerpo de revisión del poder Legislativo, una promulgación por parte del poder Ejecutivo, una observancia por parte del poder Judicial y sean necesarias y proporcionales, para que tengan la garantía mínima del derecho a la defensa y al debido proceso.

Hay estándares elementales, sin los cuales estaríamos dándole a quien ejerza el poder político judicial, una herramienta de discrecionalidad altísima, que hoy puede ser utilizada el nombre de la pandemia, con un fin de cuidado de la salud pública pero, mañana puede ser utilizada para cualquier otro fin.

2.- Tenemos varios actores dentro de la propagación de la información, tanto verdadera como falsa. En ese sentido, el Estado produce información pero, también, tiene el papel de buscar la información falsa para desmentirla. ¿Cómo lograríamos una suerte de autorregulación de los medios, en cuanto a la calidad de la información que entregan a la ciudadanía?

Contestaré esta pregunta por el final del enunciado que se refiere a la autorregulación. En América Latina tenemos una idea muy distorsionada de la definición de autorregulación; este concepto nace en los países escandinavos y allí no se lo usa como la dotación de reglas de juego por parte de un solo actor.

La autorregulación en los países escandinavos tiene como paso necesario la consulta con todos los actores involucrados en el proceso; por ejemplo, las agencias de publicidad en Suecia definen un código de autorregulación y para esto invitan a entidades de consumidores, al Estado sueco, a parlamentarios, al poder Ejecutivo, a medios y profesionales de la comunicación, a periodistas. Es decir, invitan a todo el ecosistema que interactúa con ellos. En nuestro caso, cuando algunas entidades patronales de medios dicen: “vamos a autorregularnos”, se sientan cinco personas que opinan igual, a definir las reglas del juego para ellos y expulsan de esa regla al resto de la comunidad.

Hay reglas del juego que son establecidas por el Estado y están definidas en nuestras Constituciones, como el derecho a la libertad de expresión. En muchos países tenemos leyes vigentes sobre libertad de expresión. Por lo tanto, son aplicables para el coronavirus y en algunos casos atienden a nivel de la responsabilidad ulterior, la necesidad de chequear las fuentes o el manejo responsable de la información. En cuanto a los actores, los profesionales de la comunicación tienen mucho para decir en esta materia; también, los dueños de los medios y sindicatos de los trabajadores. Además, debemos estar las audiencias, los usuarios y los lectores. Por último y muy importante, tienen que estar las plataformas digitales, que son los nuevos actores gigantes en el ecosistema de comunicaciones y quienes estudian los medios de comunicación. En la medida en que este tipo de actores estén convocados, el debate será más rico, no monocorde como suele suceder en muchos de los debates de estos temas en los países de América Latina.

3.- ¿Cómo deben articularse los medios públicos, los medios privados y comunitarios para lograr el fin común de informar correctamente y que podamos tener actuaciones coordinadas, en función de la no propagación de desinformación en el contexto de la pandemia?

En ocasiones entre comillas “normales”, si es que en América Latina se puede hablar de normalidad, los medios privados tienen una responsabilidad más ligera en comparación con los medios del Estado. Los medios privados no tienen por función hacerse cargo de estimular la diversidad y el pluralismo, del modo en que sí deben hacerse cargo -más intensivamente- los medios estatales. Con esto no quiero decir que los medios privados no tengan que hacer esfuerzos que conduzcan a la diversidad y al pluralismo pero, no es su función principal porque son medios lucrativos, son empresas que combinan un servicio de información, de entretenimiento y de búsqueda de rentabilidad legítima.

Los medios del Estado, en cambio, tienen una función indelegable de ser un servicio para la comunidad, sin excusas. Tienen que servir a ciudadanía con “la información socialmente necesaria”. En cuanto al COVID-19, en tiempos de emergencia sanitaria, tanto medios estatales como medios privados desempeñan una mayor función social; en consecuencia, tienen mayor responsabilidad para hacer un tratamiento comprometido y sobre todo para monitorear la información necesaria que, muy probablemente, varía en un mismo país, según la región y según el sector social.

Entonces, un medio estatal, un medio que aspira a ser público, tiene una construcción que será más coherente en la medida en que logre identificar cuál es la información y las necesidades comunicacionales de los diversos sectores, que conforman nuestra sociedad. Los medios comunitarios son un tercer actor importante, cuya función, también, es pú-

blica, no por la estructura sino, por la función que desempeñan; en muchas regiones, localidades pequeñas y medianas de nuestros países, son los medios comunitarios los que cumplen una función pública, los que avisan a los vecinos y las vecinas que hay un desastre natural y que se cortó la vía de comunicación y que llegará la comida o el servicio sanitario durante la próxima semana. Esa función no siempre la cumplen los medios del Estado y tampoco los medios privados comerciales. Por eso, quienes estamos en esto hace mucho tiempo, seguimos defendiendo, en el marco de las transformaciones digitales que estudiamos, la función de los medios comunitarios.

4.- ¿Qué nos podrías recomendar a los ciudadanos que recibimos la información que puede ser aparentemente falsa y de qué manera podemos actuar para asegurarnos que la información que estamos difundiendo es realmente lo que nosotros queremos circular y no un engaño?

Me gustaría apelar a un viejo texto que ya tiene más de cinco siglos, de Thomas Hobbes, El Leviatán. Hobbes dice que depositar la confianza y la esperanza en el comportamiento individual desagregado no va a permitirnos convivir de manera eficaz en comunidad. Por eso se necesita, al mismo tiempo, la responsabilidad individual y la delegación de algunos atributos al Estado. Tenemos responsabilidad, como individuos, pero no podemos confiar en que solo las personas vamos a superar los problemas importantes que puede haber, en materia de viralización, de noticias falsas y de piezas de desinformación.

Por lo tanto, yo creo que hay un ejercicio de responsabilidad. Me gustaría cerrar con una posición que es optimista y genuina de mi parte: ante cada salto tecnológico en la información y comunicación, hemos tenido un aprendizaje, una alfabetización ciudadana. Así como el ejemplo de “La Guerra de los mundos”, que en 1938 la audiencia no tenía la gimnasia de prevenirse frente a los mensajes de la radio, con el tiempo, a medida que la radio se fue masificando, la audiencia se volvió más adiestrada en entender lo que era una ficción. Lo mismo pasó con la televisión y con el cine, en donde también hubo un aprendizaje en términos de alfabetización.

Hoy estamos haciendo eco en las plataformas digitales, estamos aprendiendo a usarlas. Con esto, insisto a que tenemos que revisar mucho más el tipo de regulación y estándares de política pública de los Estados, tenemos que hacerlo de modo democrático y paso a paso, porque no es un proceso sencillo, requiere de los puntos de vista variados de distintos actores que intervienen en este ecosistema.

5. Conclusiones

La Conferencia magistral “Desinformación viral: las noticias en la pandemia” evidenció la importancia de contar con una comunicación oficial, coordinada desde el Estado, que cuente con la participación de todos los actores del ecosistema comunicacional. En tiempos de emergencia no deberían existir intereses personales, sino la necesidad de evidenciar la propagación de rumores y trabajar por la información socialmente necesaria.

La ponencia del profesor Martín Becerra facilitó el debate y la reflexión sobre los derechos a la libertad de expresión y la responsabilidad individual y colectiva del manejo de contenidos que, sin llegar a la fuente, podrían provocar consecuencias aún más graves que la misma pandemia.

A continuación, se recogen las principales conclusiones de la Conferencia:

- Los medios de comunicación manejan el contenido de la información desde la fuente. Sin embargo, muchos de estos sirvieron, en su momento, como escenarios de desinformación. Esto produjo el quiebre de la confianza pública. Los contenidos de los medios de comunicación tradicionales se han ido difuminando con el paso del tiempo, lo que ha hecho que las nuevas plataformas de internet ganen espacio.
- La desinformación, entendida como el uso intencional de información falsa, es un rasgo inherente a los sistemas de producción y difusión de contenidos. Por lo tanto, su regulación no puede ser universal, debe ser entendida individualmente desde su contexto.
- Las plataformas digitales no son las únicas encargadas de la propagación de rumores, es necesario responsabilizar a los medios tradicionales de su participación activa en las operaciones de desinformación. La relación es íntima entre medios, conductores, periodistas y grupos de poder.
- Es posible crear un entorno social e institucional que dificulte la producción y la propagación de rumores y de campañas de desinformación. Sin embargo, la participación de varios actores de distintas organizaciones relacionadas al entorno comunicacional es necesaria para lograr una comunicación oficial que atenúe la angustia colectiva.
- Los derechos y libertades entran en debate cuando se trata de regular el uso de las grandes plataformas digitales, en el marco de la desinformación. Es necesario analizar los estándares elementales, sin los cuales estaríamos entregando a quien ejerza el poder político judicial, una herramienta de discrecionalidad, que hoy puede ser utilizada en nombre de la pandemia pero, luego puede ser utilizada con otro fin.
- La propagación de información falsa en el contexto de una pandemia es un tema que puede costar vidas, más allá de los intereses políticos, económicos u otro tipo de intereses al alrededor de crear esta información. Se trata de un asunto que debe ser tomado con absoluta responsabilidad.
- Hay una posición optimista que debe ser considerada: ante cada salto tecnológico en la información y comunicación se ha logrado un aprendizaje, una alfabetización ciuda-

dana; estamos aprendiendo a usar las nuevas plataformas digitales y, por lo tanto, sus contenidos.

- La ciudadanía debe partir del principio de la desconfianza y buscar siempre la fuente. Los criterios han sido expuestos y las decisiones deben ser tomadas con responsabilidad en cuanto a la difusión de rumores y desinformación. Esto podría representar la diferencia entre el manejo adecuado de la crisis sanitaria o el caos.





Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Conferencia Magistral

DESINFORMACIÓN

VIRAL

LAS NOTICIAS EN LA PANDEMIA

#VERificarParaCreer