

#VERificarParaCrear



Conferencia Magistral
**CIBERESPACIO
DESINFORMACIÓN
Y PERIODISMO ACTIVO**

ARTURO TORRES

Memorias

7 de mayo 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

María Fernanda Cedeño

Directora Técnica de Promoción del Conocimiento

Equipo técnico:

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

Dirección de Comunicación

Mayo 2020

Presentación

Una sociedad libre es aquella que está bien informada. La democracia se alimenta de la libertad de pensamiento y de expresión y solamente así logra generar un efecto pedagógico en la opinión pública. Al contrastar ideas, los argumentos se vuelven cada vez más sofisticados y revestidos de mayores evidencias, de tal manera que la ciudadanía se forma un criterio cada vez más elaborado y exige respuesta a sus problemas reales por parte de autoridades y de sus conciudadanos.

En términos de influencia, la credibilidad de la que pueden gozar los medios de comunicación es la base para generar ideas en la sociedad, a partir de las cuales se toman decisiones con consecuencias individuales y colectivas. Lo importante en este sentido está en la calidad de la información que se emita y que permita tomar decisiones libres y conscientes; lo contrario, es una manipulación deliberada y nada ética para hacer que las personas adopten comportamientos económicos, políticos y sociales predeterminados por los generadores de la desinformación.

La desinformación puede generar pánico, desorden, discriminación, estigmatización en contra de personas o grupos que no son funcionales a los intereses de las verdaderas mafias que acaparan el espacio cibernético para desplazar progresivamente al periodismo real.

En momentos como los que atraviesa nuestra aldea global, en la que la pandemia desatada por el COVID-19 ha obligado a las autoridades a adoptar medidas de restricción de la movilidad para prevenir contagios, las noticias falsas ganan terreno y usando la mentira como herramienta persuasiva, exacerbando nuestras emociones, utilizan nuestros temores y nuestra imposibilidad para acudir a contrastar la fuente, para generar caos, desacreditar a las autoridades públicas e inclusive para crear nichos de mercado para la venta de curas milagrosas, que pueden poner en riesgo la salud y la vida de las personas.

Como un negocio perversamente lucrativo han surgido empresas cuyo único objetivo consiste en la producción de información falsa, desarrollada con tal nivel de tecnicidad que resultan creíbles, además de convertir a las mismas personas engañadas, en propagadoras de fake news por medio de la transmisión de estos mensajes en sus redes sociales de amistades y familiares, quienes a su vez los reenvían a sus contactos, hasta crear una bola de nieve imposible de controlar.

Ante esta situación tan compleja, el Consejo de Comunicación, fiel a su vocación de generar espacios de análisis en materia de libertad de expresión y libertad de información, las dos caras de una misma moneda, ha tenido el honor que contar con la participación, bajo el formato de charla magistral, de Arturo Torres, un connotado y acucioso periodista de investigación quien compartió algunos resultados de sus investigaciones sobre la creación y difusión de noticias falsas; quien lejos de dejarnos una sensación de desesperanza ante circunstancias tan adversas para el periodismo serio, nos plantea el reto de adoptar un compromiso social, tanto para los trabajadores de la comunicación, como para la ciudadanía en general.

Mientras más alcance tengan los bulos informativos, será necesario responder con un periodismo más profesional, más riguroso, un periodismo combatiente de la desinformación; así como promover desde el Estado y la sociedad algunas sugerencias para que las audiencias asuman su rol de no propagar información falsa, elemento indispensable para mantener la credibilidad en los medios de comunicación.

La libertad a la que tienen derecho las personas debe basarse en elementos de juicio reales, condiciones necesarias para mantener y profundizar nuestra democracia.

Introducción

La desinformación logró expandirse en los últimos años a escala global. Dos informes elaborados por la Universidad de Oxford, durante 2017 y 2019, evidenciaron este hecho en las redes sociales. En 2017, la manipulación por noticias falsas se identificó en 28 países y en la actualidad son más de 70 naciones. En todos los informes se incluye a Ecuador como parte de los productores de contenidos falsos, con el objetivo de manejar la opinión pública.

En Latinoamérica, varios países forman parte del grupo en los que usuarios anónimos manejan estrategias de desinformación, con un mayor crecimiento durante la actual crisis sanitaria. Existen personas que buscan desestabilizar y manipular la opinión pública, a través de la máxima difusión de contenidos falsos, con fines políticos. En Ecuador, cuentas masificadoras como: "Somos Más Ec" y "Guerreros Digitales" aparecieron en 2015, con el objetivo de desacreditar, desde las redes sociales, cualquier opinión adversa al gobierno del ex presidente Rafael Correa.

En la actualidad, esas y otras cuentas masivas continúan con un gran número de seguidores que, a diario, publican información no contrastada. Es responsabilidad del público receptor replicar o no los contenidos considerados falsos, trucados y sesgados que circulan como virus y afectan la credibilidad de la información.

Con el objetivo de analizar cómo se estructuran las campañas de desinformación en redes sociales, con fines políticos y promover el desarrollo de una ciudadanía reflexiva de los hechos, el Consejo de Comunicación organizó "Ciberespacio, desinformación y periodismo activo", conferencia magistral que dictó Arturo Torres, periodista, editor y cofundador del portal de investigación periodística Código Vidrio, autor de los libros "El Juego del Camaleón" y "Rehenes"; integrante del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ, por sus siglas en inglés), colaborador de CNN, del New York Times e Insight Crime.

El presente documento recoge las ideas principales de la Conferencia magistral, durante la cual se abordaron temas relacionados con: las campañas de desinformación en las redes sociales con fines políticos, la guerra por el control, el poder de las noticias falsas y la influencia en la opinión pública. Además, se analizó el papel del periodismo, la comunicación y las audiencias, como principales responsables en la réplica de este fenómeno de manipulación.

El Consejo de Comunicación aspira a continuar con la construcción de espacios de diálogo, que sirvan de apoyo para la reflexión ciudadana respecto de la manipulación en el ciberespacio, más allá de la pandemia.

Índice

1. Objetivos	12
2. Perfil del conferencista.....	13
3. Antecedentes	15
4. Ciberespacio, desinformación y periodismo activo (resumen)	21
5. Síntesis de preguntas y respuestas.....	23
6. Conclusiones	24

Mayo 2020

1. Objetivos

- Examinar cómo se estructuran las campañas de desinformación en redes sociales con fines políticos, desde la arista del manejo de la comunicación.
- Analizar cómo se origina la guerra por el control de la información y la manipulación en el ciberespacio.
- Presentar los resultados de dos informes de la Universidad de Oxford (Inglaterra) respecto del fenómeno de la manipulación en el ciberespacio.



Conferencia Magistral **CIBERESPACIO DESINFORMACIÓN Y PERIODISMO ACTIVO**

2. Perfil del conferencista



ARTURO TORRES

Editor y cofundador del portal de investigación periodística Código Vidrio.

- Forma parte del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ), y fue parte del equipo que investigó los Panamá Papers, investigación que obtuvo el premio Pulitzer en el año 2017.
- Es autor de los libros El Juego del Camaleón, los Secretos de Angostura (2009), de Rehenes, ¿Por qué murieron los periodistas de diario El Comercio? (2019).
- Es colaborador del New York Times, CNN e Insight Crime.
- Ganó el primer premio del Concurso a la Mejor Investigación Periodística de un caso de corrupción en Latinoamérica Ipys-Transparencia Internacional-Tilac y ha sido finalista del mismo certamen en cuatro ocasiones, hasta el 2018.
- Es ganador del premio Eugenio Espejo de la Unión Nacional de Periodistas (UNP) en tres ocasiones y del Jorge Mantilla Ortega (diario El Comercio).

3. Antecedentes

El 1 de octubre de 2019, el presidente de la República, Lenín Moreno, decretó varias medidas económicas. Posteriormente, en todo el país, ocurrieron una serie de protestas y, con ellas, la desinformación y las campañas que buscaban agravar la crisis de ese momento.

El periodista Arturo Torres empezó a documentar lo que ocurría respecto a las campañas de desinformación desde esa fecha. Es decir, cómo operaban en redes sociales, quiénes eran los actores, qué fines tenían y qué perseguían. Inicialmente, pudo corroborar que estas campañas habían sido sostenidas durante toda la década y eran de uso internacional. En ciertos países, las noticias falsas encontraron en internet y en las plataformas virtuales, un espacio ideal para divulgar todo tipo de mensajes y de ataques, a grupos políticos de distintas ideologías.

En el contexto de la pandemia COVID-19, el equipo de Código Vidrio, ubicó nuevamente varias campañas de desinformación que, indistintamente de donde provenían, generaban en la población: desconcierto, zozobra y miedo. Se exacerbó todo tipo de sentimientos y de emociones, en su mayoría negativas, en la búsqueda por desprestigiar y agravar la crisis sanitaria.

Luego de recopilar información, Arturo Torres presentó parte del trabajo investigativo en el mes de abril de 2020. En los tres primeros reportajes sobre la desinformación se evidenció el espacio importante que ocupan las redes sociales en la difusión de información. "Grupos políticos y diferentes actores vieron en Facebook, Twitter y otras grandes plataformas digitales, una mina de oro para divulgar información, sin ningún tipo de filtro, auditoría o verificación", asegura Torres.

Si bien, los medios de comunicación tradicionales también han pasado por la transición hacia la era digital y las redes sociales, uno de sus papeles principales es comprobar las noticias, a pesar de sus limitaciones, enfatiza.

"El periodismo trabaja con hechos, que se verifican, más no con desinformaciones. Por tanto, son las redes sociales que no pertenecen a los medios de comunicación, sino a cuentas manejadas por usuarios anónimos, el origen perfecto para divulgar información no comprobada".

4. Ciberespacio, desinformación y periodismo activo (resumen)

“A escala global y con el paso de los años, este fenómeno (desinformación) cobró impacto. En 2017, la manipulación en redes sociales se identificó en 28 países; un año más tarde, la cifra ascendió a 48 y, actualmente, llega a 70. En todos, se incluye Ecuador. En cuanto a las naciones que más recurren a este tipo de prácticas, se encuentran: China, Rusia y Estados Unidos; en Latinoamérica, destacan: Argentina, Venezuela, Brasil, México y Colombia”.

<https://www.youtube.com/watch?v=7jmVCA0rSnM>

Desde el gobierno de Rafael Correa, el espacio digital se volvió muy importante; los militantes empezaron a copar las redes y luego del rompimiento con el actual presidente Lenin Moreno, muchos se quedaron con esas cuentas y siguieron en su posición de ataque, crítica y divulgación de todo tipo de mensajes; numerosas noticias son falsas con todo tipo de difamación.

Lamentablemente, este fenómeno es neurálgico; es decir, va más allá del actor preponderante, pues también se ha identificado, como parte de otra investigación, que en esta práctica no la ejercen solamente personas vinculadas al correísmo.

La relevancia del papel del periodismo

“La pandemia global del COVID-19 ocurre en el momento de mayor capacidad de manipulación de información de la historia. Las herramientas que hoy existen para tergiversar, manipular y difundir propagandas son las más sofisticadas y no tienen precedentes”. Los manipuladores se han vuelto sofisticados, están maquillados con información rigurosa y muchas veces utilizan medios legítimos para parecerse a la realidad; esto significa que no son totalmente falsos sino, que están disfrazados de algo de verdad.

Muchas veces, las noticias falsas parten de hechos reales, pero están sobredimensionadas, tergiversadas o sesgadas con intención; estas son piezas bien trabajadas. Irónicamente, hacer noticias falsas es un arte, porque requiere un trabajo muy detallado, que implica muchos recursos y gente especializada. Esta es la razón por la que la gente muerde el anzuelo y cree que la información es verdadera. Luego, por un factor emocional, comparte y replica esta información falsa.

“Irónicamente, hacer noticias falsas es un arte porque requiere un trabajo muy detallado, que implica muchos recursos y gente especializada”.

Un antecedente importante para comprender la trascendencia de este fenómeno es el de la difusión del radiodrama “La guerra de los mundos” adaptada por Orson Wells”. En 1938, cuando la radio era el medio más importante para la difusión de noticias, la cadena CBS de los Estados Unidos, adaptó esta obra de ciencia ficción, bajo el género de noticiero. La narración en tiempo real hablaba de una supuesta invasión extraterrestre.

Si bien, en un principio Welles explicó que se trataba de una adaptación, la gente empezó a creer lo que la radio relataba; muchos salieron a las calles, incendiaron oficinas públicas y se generó un pánico en más de 40 ciudades de Estados Unidos. El incidente se volvió internacional cuando ocurrió lo mismo en la radio Quito. A pesar de informar que se trataba de un radioteatro, la gente creyó que seres de otro planeta llegaban a la ciudad, por Cotacollao; hubo pánico general y cuando la radio reiteró que se trataba de una representación teatral, la gente, furiosa, quemó el medio de comunicación.



“...cuando lo mismo ocurrió en la radio Quito. A pesar de informar que se trataba de un radioteatro, la gente creyó que seres de otro planeta llegaban a la ciudad, por Cotacollao; hubo pánico general y cuando la radio reiteró que se trataba de una representación teatral, la gente, furiosa, quemó el medio de comunicación”.

En las noticias falsas, muchos elementos se repiten: se teatralizan y se simulan muy bien, se trabaja con el producto y se lo lanza al aire; la diferencia es que ahora, todo se potencia por la llegada y la expansión de las redes sociales. Han pasado décadas y, hoy, este fenómeno de la desinformación es global, no hay ninguna verificación posible, sobre todo en redes que se consideran más familiares como WhatsApp.

El impacto del mundo digital fue identificado, desde inicios de esta época, por empresas, políticos y gobiernos, que encontraron en las redes sociales, un perfil y un suelo fértil para la desinformación y para posicionar ciertos comportamientos o adhesiones a sus proyectos políticos. En este contexto, surgieron las tropas cibernéticas, que son un fenómeno omnipresente, mundial y utilizado por muchos países para manejar y manipular la opinión pública en internet; las conexiones son globales y se trabaja desde distintas localidades.

“Se emplean números significativos de personas para integrar estas tropas cibernéticas y se utilizan recursos”.

Informes de la Universidad de Oxford 2017 y 2019

Un diagnóstico sobre las noticias falsas y la desinformación lo realizó la Universidad de Oxford, que mapeó y estudió este fenómeno y emitió dos informes: uno, en el 2017 y otro, en el 2019. En ambos se menciona que Ecuador está entre las 70 naciones que tienen tropas cibernéticas, también conocidas como bots (en inglés) para manipular la crítica en las redes sociales o apuntar y atacar a opositores.



“En ambos se menciona que Ecuador está entre las 70 naciones que tienen tropas cibernéticas, también conocidas como bots”



En el informe de 2017, en la sección sobre variadas formas de manipulación, que aplican a gobiernos democráticos, la investigación afirma que:

- Las tropas cibernéticas fueron empleadas bajo la rama ejecutiva del gobierno. En estos casos, las actividades de las tropas cibernéticas estuvieron vinculadas a la oficina del Presidente, según cita textual, en la que se refiere al gobierno de Rafael Correa.
- Las personas que trabajaban en estas oficinas eran, por lo general, jóvenes dedicados a monitorear redes sociales y en función de lo que encontraban, producían posteos favorables a la opinión del gobierno y desfavorables a quienes lo criticaban.

- También, se detalla que el anterior gobierno del Ecuador lanzó un sitio web específico para responder en redes sociales a sus críticos. Desde ese sitio, los partidarios del gobierno acosaban y atacaban colectivamente a disidentes, opositores y periodistas.

CUENTAS MASIFICADORAS CORREISTAS

NOMBRE	CUENTA	SEGUIDORES TW	SEGUIDORES FB
Somos Más		@SomosMasEc1 2.085	Somos Ec 165.302
Enlace Digital		@EnlaceEcDigital 17.300	EnlaceEcDigital 37.838
Correistas			Correistas 161.599
Voces Ciudadanas		@Voces_Ecu 24500	voces 41.241
NOMBRE	CUENTA	SEGUIDORES TW	SEGUIDORES FB
Misión RC		@MisionRC 994	Mision RC 21.742
Yo Apoyo A Rafael Correa			Yo Apoyo A Rafael Correa 524.245

En otra investigación realizada por Código Vidrio, se citó dos informes -uno de inteligencia y otro de una empresa internacional, encargada de rastrear el movimiento de las redes- En los informes se identificaron cuentas masificadoras de contenido parcializado con los postulados correístas que incluyen contenido exacerbado, falseado y trucado.

La investigación también demuestra que todo surgió como un laboratorio de la extinta Secretaría de Inteligencia, en articulación con la Secretaría de Comunicación. Allí, se incubaron estas operaciones como parte de una estrategia gubernamental, luego de entender la importancia que estaban cobrando el internet y las redes sociales como Twitter, WhatsApp y Facebook. Las cuentas empezaron a generar comunidad con la unión de miles de seguidores.

En el 2019, se indica que los principales actores de la desinformación en el Ecuador son, también, partidos, movimientos políticos e incluso algunas entidades públicas del Estado. En una investigación que se encuentra en curso, se evidenció la contratación de servicios de comunicación que incluyeron la operación soterrada de troll centers, sin que esto, necesariamente, pase por el conocimiento de la autoridad.

La responsabilidad de la audiencia

La gente, también conocida como la audiencia, es la receptora de noticias falsas. Los ciudadanos son los principales responsables de replicar -o no- esos contenidos falsos o trucados, porque es la audiencia la que recibe la información y la que está dispuesta a compartir las fake news, siempre que coincida con sus propias ideas o afinidades emocionales. Casi nadie verifica la información. Por eso es que, hoy más que nunca, cobra relevancia el trabajo del periodismo, para educar a las personas y que puedan diferenciar entre la información rigurosa y la desinformación.

“Es la audiencia la que recibe la información y la que está dispuesta a compartir -o no- las fake news, siempre que coincida con sus propias ideas o afinidades emocionales”.

El escenario actual se inclina hacia la mentira y hacia los afectos, más que hacia la creencia en la razón y en los hechos. Un bando comparte las mentiras del otro y viceversa y la guerra deja, en el medio, a unos pocos periodistas y a la gente desconcertada. Los periodistas buscan descifrar los hechos, hacerlos llegar al público, con todas sus limitaciones, en medio de la crisis sanitaria por la pandemia del COVID-19.

Los medios están mermados y hay un desempleo que está siendo galopante, también, en el ámbito comunicacional. Esto, evidentemente, perjudica a la verificación de datos y a la calidad informativa.

La verdad en redes sociales está perdiendo la batalla frente a la mentira que cada día gana terreno. Por eso, hoy más que nunca, se debe apoyar las iniciativas para lograr un periodismo fuerte, independiente y honesto, que pueda recuperar el espacio perdido e intente, de alguna forma, derrotar a la desinformación que se extiende de manera viral, incontenible y con mucha facilidad en todo el Planeta.

5. Síntesis de preguntas y respuestas

1) ¿Cómo la ciudadanía y los periodistas pueden identificar las fake news y cómo evitarlas?

Es importante partir de cómo se enmascaran las noticias falsas y qué intención tienen:

- Una noticia falsa no tiene un autor, es anónima. Por eso, se comparte como un contenido de amigos, de familiares, sobre todo, en WhatsApp y en redes sociales donde no hay una auditoría.
- Apela a imágenes más que a textos, que apuntan hacia las emociones. Las fake news se venden siempre con fotos, con videos o con audios teatralizados que están simulados por personas que, supuestamente, son afectadas.
- No tienen datos ni fuentes, no citan a una fuente oficial y no hay forma de corroborar esa información.
- Siempre apelan a una emoción o a un tema específico, en una coyuntura determinada. Por ejemplo, el caso de los cadáveres que, supuestamente se quemaban en Guayaquil, en donde se difundieron imágenes trucadas que en realidad eran muebles que se incineraban. Esto apeló a las emociones de la ciudadanía, con una imagen fuerte y tuvo impacto incluso a escala internacional.

2) Si se considera que un universo de personas que participan en redes sociales son limitadas frente a la cantidad de gente que usa medios de comunicación tradicionales, ¿en qué medida afecta la generación de noticias falsas de internet?

- Es necesario analizar cuánto está permeando la desinformación, en un espacio vinculado con el acceso a medios digitales. La mayor parte de la población tiene un celular y, también, tiene acceso a datos y a redes. A través del celular, se tiene acceso por lo menos a WhatsApp, por lo que este aplicativo de mensajería, en este momento, es considerado el medio global más importante del Planeta. Allí se difunde mucha información, entre audios, mensajes, imágenes y videos.
- Las redes son canales muy importantes para la difusión de noticias falsas. No me refiero solamente a Twitter, a Facebook o a Instagram que, si bien son poderosas a escala mundial, en Ecuador, tienen una llegada específica a ciertos sectores. En el país, un alto porcentaje de la población tiene WhatsApp, por lo que se convierte en un canal ideal para divulgar noticias falsas. Entonces, todas las familias están expuestas a la desinformación, a través de sus dispositivos, sin ningún filtro, ni verificación.

3) ¿Cómo se puede trabajar en alfabetización digital para la ciudadanía, para que aprenda a distinguir entre una noticia real y una falsa?

- Desde las escuelas. Los maestros deberían alertar a sus alumnos cómo interactuar en redes sociales, qué creer y qué no creer, cómo diferenciar una información o mensaje verdadero o falso. Recordemos que antes de la crisis ya sabíamos el efecto dañino que tienen las redes sociales en los adolescentes. Los jóvenes acceden a información que

les lleva a tener actitudes depresivas o a tomar decisiones erráticas por seguir modelos y patrones, como parte de un sistema consumista que exagera este tipo de comportamientos.

- Es muy importante que los profesores transversalicen este tema en la educación. Los adolescentes e incluso los niños están conectados mucho tiempo a los dispositivos digitales; es imposible prohibir los dispositivos y por eso hay que moderar su uso. Pero, sobre todo, darles a los niños, a los jóvenes y a los mayores, las herramientas para entender la magnitud, de cómo nos puede afectar una noticia falsa.
- Una sociedad bien informada es una sociedad que crece y se desarrolla; una sociedad desinformada es una sociedad que se deja manipular y, por lo tanto, sirve a intereses particulares, de grupos puntuales. Por eso, es vital la información verdadera y fiable en una democracia, porque ayuda a que las personas se gobiernen por sí solas.

4) ¿Cree que es necesaria la regulación de las redes sociales, para frenar la propagación de la desinformación y las fake news?

- Es un tema de debate y, básicamente, nos devuelve a esta reflexión sobre, si una sociedad regulada es una sociedad que puede, realmente, encaminarse al desarrollo.
- Analicemos lo que pasó en China, cómo empezó el virus y lo que está pasando en este momento: China no permitió que se informe oportunamente sobre la expansión del virus. Los primeros indicios que tenemos del coronavirus, fueron manejados con una censura muy fuerte y sus contenidos siguen siendo censurados, tanto así que, periodistas que reportaban el hecho en China fueron expulsados.
- Por eso, ahora mismo hay tantas dudas de cómo se originó el virus, si fue creado en laboratorio o fue de un animal y se generaron muchas especulaciones debido a la censura. Al no contar con información oportuna del nivel de peligrosidad del virus y de su expansión, llegó a los países europeos y ocurrieron cientos de miles de muertes en Francia, en España y en Inglaterra.
- Ese es un elemento muy importante para considerar cuando se habla de desinformación, de información a medias o de censura. Lo que pasó en China, nos da para reflexionar sobre la importancia del periodismo independiente con datos oportunos y veraces, que favorezcan el interés de la comunidad, sin obedecer a intereses de grupos políticos o del gobierno de turno.

5) ¿Qué hacer cuando los mismos periodistas son los que circulan en los chats, videos no confirmados?

- Los contenidos de este tipo no deben ser divulgados porque luego pueden ser manipulados, redireccionados y perdemos el control de ese mensaje. En nuestras manos está parar la cadena de desinformación o incluso de una broma que nos llega por WhatsApp. Tenemos que reflexionar mucho sobre el contenido que divulgamos y que aparece como inofensivo, pero puede convertirse en una herramienta para causar daño en la sociedad.

6) ¿Las fake news podrían constituirse en estrategias de marketing político?

- El escenario que actualmente vivimos en el Ecuador, debido al COVID-19, adelantó

la campaña para las elecciones. La guerra sucia, identificada a través del marketing político, ahora se da en las redes sociales y busca posicionar a ciertos candidatos y desprestigiar a otros. Por eso, es tan importante el aparataje digital.

- Hay gente que cree que teniendo ejércitos de trolls pueden mejorar su imagen o deteriorar la de su oponente; eso no está probado pero, en general, genera mucha desinformación, zozobra e incertidumbre.

7) ¿Cómo mira el futuro de los medios tradicionales y la presencia de los comunicadores en estos medios, ahora que estamos en una revolución digital?

- La transición que venía lenta en los medios de comunicación, se aceleró completamente con la crisis del COVID-19. Ahora, vemos que medios de comunicación nacionales como el diario El Universo, anunciaron que iban a fortalecer su plataforma digital, sin dejar de tener el medio impreso, pero su papel principal será en el mundo virtual.
- En esta pandemia, las actitudes de la gente están cambiando; al encontrarse con toda la información en lo digital, difícilmente, volverán a lo tradicional; es un hecho que todos estamos mutando hacia los contenidos digitales.
- Los periodistas tenemos que entender esta nueva realidad; los dueños de los medios deben comprender por dónde enfocar el oficio, hacia un servicio a la comunidad. También, hay que solucionar cómo se financian los medios de comunicación porque, en esta crisis, los cortes que se realizan son desde la publicidad y hoy, ese gasto no es tan relevante como sí lo es la alimentación u otros servicios elementales.
- Mucha gente elegirá a los medios digitales como ya está ocurriendo en esta crisis y esto obligará a los periodistas a replantear cómo vivir el oficio, cómo comunicar y cómo interactuar. Los comunicadores tendrán que elegir dónde están sus lealtades: en el poder o en los ciudadanos, cuál es la reflexión y cómo deben financiar sus emprendimientos.
- Se abren muchas incógnitas sobre lo que va a pasar o lo que ya está pasando: ¿el periodismo se transformará, tiene que ser un oficio sin fines de lucro o debe percibir rentabilidad?; hay muchos medios que han perdido a sus periodistas y esto va en desmedro de la calidad. Lastimosamente, habrá que ajustar los equipos periodísticos para enfocar los temas cruciales que le interesan a la gente, con información relevante que pueda ayudarle a tomar decisiones.

8) ¿Qué hacemos como ciudadanos frente a la desinformación? Una ley, ¿puede ser una salida? o ¿qué caminos debería tomar el Estado para enfrentar la crisis de las noticias falsas?

- Debemos reflexionar, detenernos un momento para analizar lo que está ocurriendo, saber cómo nos afecta y saber si somos simplemente receptores pasivos de una información o actores críticos. Quiero homologar esto con el chisme que nos cuenta un amigo: ¿Qué debo hacer con ese chisme? ¿Empiezo a tomar decisiones o lo dejé como un chisme? ¿Lo contrasto o voy con la persona afectada? Primero hay que verificar, contrastar con esta persona y decir: "me están diciendo esto de ti".
- Lo mismo ocurre con la información falsa. Los que divulgan información que difama a otros, que insulta, que tergiversa, pierden credibilidad y habla muy mal de lo que son.



Conferencia Magistral
**CIBERESPACIO
DESINFORMACIÓN
Y PERIODISMO ACTIVO**



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos



Conferencia Magistral
**CIBERESPACIO
DESINFORMACIÓN
Y PERIODISMO ACTIVO**



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos