

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 10, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-63-1

El debate público en la red: polarización, consenso y discursos del odio (2022)

Enrique Arroyas Langa, Pedro Luis Pérez-Díaz, Marta Pérez-Escolar (editores)

Separata

Capítulo 4

Título del Capítulo

«La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores»

Autoría

Pedro Luis Pérez-Díaz

Cómo citar este Capítulo

Pérez-Díaz, P.L. (2022): «La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores». En Arroyas Langa, E.; Pérez-Díaz, P.L.; Pérez-Escolar, Marta (eds.), *El debate público en la red: polarización, consenso y discursos del odio*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-63-1

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.emcs.10.p96>

Enrique Arroyas Langa
Pedro Luis Pérez-Díaz
Marta Pérez-Escolar
(editores)

Prólogo de Silvia Waisbord

EL DEBATE PÚBLICO
EN LA RED:
polarización,
consenso y
discursos del odio



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones



El libro *El debate público en la red: polarización, consenso y discursos del odio* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

La confrontación forma parte de la política; es el nudo alrededor del cual se articula la competencia entre los partidos encargados de canalizar las alternativas ideológicas de los votantes. Ahora bien, cuando el conflicto se basa en identidades básicas, en mensajes simplistas y en visiones maniqueas de la realidad y del adversario, el fenómeno de la polarización se extiende en la sociedad, los discursos del odio hacen acto de presencia impulsando la exclusión política y social, y los consensos básicos saltan por los aires —así, queda eclipsado el necesario debate constructivo propio de las democracias, y éstas se debilitan hasta extremos peligrosos.

En este contexto, *El debate público en la red: polarización, consenso y discursos del odio* aborda los siguientes asuntos:

- las responsabilidades del liderazgo político y periodístico en la calidad del debate;
- la dimensión ideológica de la polarización en un contexto de fragmentación política, desafección y crisis de la democracia representativa liberal;
- el discurso político y periodístico como factor de polarización con especial atención a las redes sociales digitales;
- las nuevas tendencias periodísticas de verificación de datos o como instrumento para el consenso en la esfera pública digital.

En palabras de Silvio Waisbord «los capítulos aquí reunidos ofrecen ideas para entender el problema y discutir formas de superación o mejoramiento de la polarización. Si se espera que un buen libro ayude a entender problemas y dispare nuevas preguntas, este volumen cumple con creces. Traza lineamientos de investigación, identifica problemas y tendencias, y deja abiertos interrogantes para futuros trabajos.»

Sumario

Prólogo, por <i>Silvio Waisbord</i>	9
1. La grieta: polarización ideológica y afectiva en el debate político español, <i>por Manuel A. Egea Medrano; Antonio Garrido Rubia</i>	13
<i>Introducción</i>	13
1. <i>La polarización ideológica en España</i>	14
2. <i>La polarización afectiva</i>	16
2.1. <i>Conceptualización</i>	16
2.2. <i>Investigación y medición en Estados Unidos</i>	18
2.3. <i>Relación entre polarización ideológica y afectiva</i>	20
3. <i>La polarización afectiva en España</i>	21
3.1. <i>Antecedentes y estudios</i>	21
3.2. <i>Polarización afectiva hacia los partidos políticos</i>	23
3.3. <i>Polarización afectiva hacia los líderes políticos</i>	28
4. <i>Conclusiones</i>	29
<i>Bibliografía</i>	30
2. Los populismos como ideologías de la polarización en el declive de la democracia liberal, <i>por Enrique Arroyas Langa</i>	33
<i>Introducción</i>	33
1. <i>Liberalismo: señas de identidad y primeros desafíos</i>	35
2. <i>Los grandes enemigos de la democracia liberal: fascismo y comunismo</i>	38
3. <i>La seducción del autoritarismo</i>	41
4. <i>El peligro del populismo hoy: antipluralismo y exclusión</i>	43
5. <i>Conclusiones</i>	48
<i>Bibliografía</i>	49

3. La polarización discursiva como estrategia de comunicación en las cuentas de líderes y partidos políticos en Twitter, <i>por Juan Antonio Marín-Albaladejo</i>	51
<i>Introducción</i>	51
1. <i>La raíz estratégica de la polarización en redes sociales</i>	53
2. <i>Polarización y retórica maniquea</i>	59
3. <i>Mecanismos discursivos polarizadores</i>	62
4. <i>Conclusión</i>	65
<i>Bibliografía</i>	66
4. La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores, <i>por Pedro Luis Pérez-Díaz</i>	69
<i>Introducción</i>	69
1. <i>Las tribulaciones de una verdad incómoda</i>	70
2. <i>El auge de una cultura de la verificación periodística</i>	73
3. <i>Las contranarrativas de la verdad en entornos digitales</i>	76
3.1. <i>Determinar si se ha alcanzado el punto de inflexión</i> ...	76
3.2. <i>Emplear una amplificación estratégica</i>	76
3.3. <i>Verificar con efectividad</i>	77
3.4. <i>Profundizar en el contexto</i>	78
3.5. <i>Elegir el lenguaje idóneo</i>	79
3.6. <i>Ofrecer emparedados de verdad</i>	80
3.7. <i>Visualizar los datos disponibles</i>	80
3.8. <i>Rectificar con diligencia</i>	81
4. <i>Los efectos polarizadores de la desinformación</i>	82
5. <i>Conclusiones</i>	84
<i>Bibliografía</i>	85
5. El desmentido como instrumento para mejorar la calidad del debate público en el escenario digital, <i>por Marta Pérez-Escobar; Paula Herrero-Diz</i>	89
<i>Introducción</i>	89
1. <i>Identificando al enemigo: la desinformación y la ‘misinformación’</i>	92
2. <i>El desmentido: estructura y estilo informativo</i>	97
3. <i>¿Y ahora qué? Orientaciones para futuros periodistas verificadores</i>	102
4. <i>Conclusiones</i>	105
<i>Bibliografía</i>	106

6. El medio es el mensaje y el canal es el masaje: intentos de gestión de la polarización y los discursos del odio en Twitter,	
<i>por José Manuel Noguera-Vivo</i>	109
<i>Introducción</i>	109
1. <i>Consumo incidental: informarse mientras hacíamos otra cosa</i>	114
2. <i>Cambios sistémicos de Twitter en los últimos años</i>	117
3. <i>Conclusiones</i>	123
<i>Bibliografía</i>	125
7. Antídotos contra la epidemia desinformativa. Hacia un estado de la cuestión en la lucha contra la desinformación en España,	
<i>por Beatriz Correyero-Ruiz; Antonio José Baladrón-Pazos</i>	127
<i>Introducción</i>	127
1. <i>Las soluciones europeas a la desinformación</i>	131
2. <i>Marco institucional y normativo contra la desinformación en España</i>	132
2.1. <i>Las iniciativas del Partido Popular</i>	132
3. <i>Hacia un marco institucional y normativo</i>	134
4. <i>El apoyo de la sociedad civil</i>	141
5. <i>Conclusiones</i>	141
<i>Bibliografía</i>	143
8. Liderazgo político, soberanía digital y desplataformización en tiempos de pandemia,	
<i>por Pablo S. Blesa Aledo</i>	145
1. <i>Infodemia y gula informativa</i>	147
2. <i>La infoesfera: la irrupción en la dieta informativa de ingestas digitales</i>	149
3. <i>Posverdad, fake news y teorías conspirativas</i>	150
3.1. <i>Sandeces y posverdad</i>	151
3.2. <i>Fake news y teorías conspirativas</i>	152
4. <i>La soberanía digital</i>	153
4.1. <i>Los gigantes tecnológicos asumen la soberanía digital</i>	154
4.1.1. <i>Trump, la mentira es una estrategia de comunicación efectiva</i>	155
4.1.2. <i>La dudosa legitimidad desplataformizadora de las tecnológicas</i>	157

4.2. <i>Las cuestionables leyes reguladoras constrictivas de los Estados</i>	158
5. <i>Periodismo de calidad en la era de los populismos, la posverdad y la infodemia</i>	160
<i>Bibliografía</i>	161

La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores

Pedro Luis Pérez-Díaz

Universidad Católica de Murcia (UCAM)

[plperez@ucam.edu]

Introducción

En 1735, un joven zoólogo y botánico sueco llamado Carlos Linneo emprendió un viaje que le llevaría a doctorarse en los Países Bajos, donde los estudios de Ciencias Naturales gozaban de prestigio y reconocimiento. De camino, pernoctó en la ciudad germana de Hamburgo, donde quedó entusiasmado al conocer que el burgomaestre local poseía un ejemplar diseccionado de hidra, el monstruo con forma de serpiente policéfala que según la mitología griega podía regenerar sus siete cabezas una vez se las cortaban, brotando multiplicadas de cada amputación. El gobernante ambicionaba vender aquel insólito espécimen a cualquier noble que deseara deslumbrar a propios y extraños con tan exótica adquisición e invitó a Linneo a admirar la más valiosa propiedad que exhibía en su cuarto de maravillas.

Para sorpresa del joven naturalista, la envergadura de aquel pretendido monstruo no era mucho mayor que la de un perro. Le costaba creer que estuviese emparentado con la hidra de Lerna, la temible némesis que Hércules mató para completar el segundo de sus doce trabajos. Un par de horas de estudio concienzudo le bastaron para concluir que se trataba de un vulgar remedo que combinaba la piel de varias serpientes con garras y mandíbulas de armiño. Linneo no dudó en exponer el fraude públicamente y se apresuró a abandonar el lugar por miedo a

represalias por parte de las fuerzas vivas de la ciudad (Veronese, 2012). El episodio se convirtió en el primero de muchos que lo consagraron como un cazador de mitos y le convencieron de la necesidad de ordenar el caos natural.

Linneo no tardó en proponer un sistema que permitiese organizar cualquier forma de vida de un modo factual, sistemático y jerarquizado. Terminó dedicando gran parte de su vida a nombrar, delimitar y clasificar entes de la naturaleza a partir de sus características compartidas y por ello es considerado el padre de la taxonomía moderna como área de conocimiento que explora las posibilidades clasificatorias. Su sistema no era perfecto, pero evolucionó hacia uno de los más unitarios y consistentes en el propósito de desterrar de los mapas del conocimiento las leyendas y supersticiones contrarias a la razón.

1. Las tribulaciones de una verdad incómoda

Linneo observaba la realidad y se mantenía abierto a mejorar las explicaciones que podía ofrecer sobre ella, consciente de que trabajaba con representaciones corroboradas pero siempre provisionarias, cumulativas y perfectibles. Tanto es así que la primera edición de su obra *Systema Naturae*, que catalogaba especies a lo largo de 11 sucintas páginas, crecería hasta las 2.400 en sucesivas ediciones. El tratado llegó a ser tan exhaustivo que incluía una sección titulada *Animalia Paradoxa*, en la que se recopilaban todo tipo de seres fantásticos y esquivos salidos de los bestiarios medievales y de los testimonios de exploradores de la época.

En espera de una evidencia mejor, Linneo clasificaba estas criaturas contradictorias fuera de los tres reinos naturales que él mismo había establecido, reconociendo así los límites de su propio conocimiento. No podía dar fe de la existencia de la sirena, el dragón o el fénix, pero tampoco de otros animales dudosos que acabaron listados en este paradójico apartado, tales como el pelícano, el antílope o el narval. Estos últimos seres tardaron en ganarse su condición ontológica como miembros

del reino animal, certificada por un método que evolucionaría hasta normalizar ciertos procedimientos comunes para reunir, comprobar y difundir el mejor conocimiento disponible. La búsqueda de este conocimiento, que comúnmente llamamos verdad, es un fin que ciencia y periodismo comparten.

A partir del siglo XIX, los periodistas comenzaron a delimitar un método propio aunque menos formalizado que el científico para alcanzar la verdad. Desde entonces, la constatación de la realidad mediante la observación validaría la autoridad del periodismo para distribuir conocimiento. Este empirismo afianzó la idea de que el mundo observable y externo podía ser descrito con veracidad, tal cual es, a partir de las creencias más plausibles y ampliamente sostenidas: aquellas coincidentes con hechos que, evidenciados a través de los sentidos, expresaban el estado de cuanto acaecía al margen de la interpretación humana (Ward, 2020). Bajo esta perspectiva inicial, la capacidad de los periodistas para separar hechos de opiniones era indudable y los géneros periodísticos se convirtieron así en una forma transparente de delimitar qué discursos de la prensa pretendían exponer hechos (géneros informativos), cuáles tratarían de explicarlos (géneros interpretativos) y cuáles se permitirían incorporar juicios de valor (géneros opinativos).

Ya en el siglo XX, los códigos deontológicos de la profesión comenzaron a modelar la objetividad periodística como un estricto método de recopilación neutral de hechos cuya fiabilidad comenzó a ser asociada a normas centrales como la precisión, la imparcialidad, la transparencia, la independencia o la responsabilidad social. Esta visión clásica limitaba el universo discursivo de la prensa a la capacidad sensorial del periodista, algo que contrasta con las aproximaciones más contemporáneas que admiten que los relatos periodísticos son resultado de una actividad intelectual arraigada en la cultura, que trasciende la aséptica acumulación de hechos observables (Ward, 2020). Sin menoscabo alguno, el periodismo se sostiene sobre una red de acciones interpretativas que demandan al periodista seleccionar contenidos, otorgar énfasis a determinados aspectos y, en definitiva, adjudicar sentido a una historia.

Esta concepción más pragmática de la objetividad la convierte en un método relevante para producir un conocimiento que no prescinde de los procesos de interpretación, sino que trata de disciplinarlos. Para ello, los profesionales deben evaluar la consistencia de sus inclinaciones interpretativas a través de una serie de estándares (Ward, 2017): constatar una actitud de búsqueda de la verdad que se distancie de creencias personales y resulte razonable; testar la validez empírica de los hechos reunidos y de sus posibles evidencias en contra; comprobar si la historia es clara, lógica y coherente con lo conocido; confirmar si todas las fuentes importantes se han tenido en consideración; examinar de forma autoconsciente el encuadre empleado y sus posibles alternativas; y confrontar una apertura al escrutinio público que, llegado el caso, modifique el punto de vista adoptado inicialmente.

Dotar a la objetividad periodística de este carácter multidimensional forma parte del conjunto de esfuerzos por proteger la verdad de las críticas que, durante años, la han erosionado y debilitado. Entre estas invectivas, destacaría el escepticismo posmoderno hacia los relatos absolutos, el creciente cinismo hacia los medios de comunicación por su faceta mercantil y las miradas académicas que entienden la objetividad como un imposible en términos epistémicos (Ward, 2020). Si la «proliferación digital de oportunidades para la expresión pública y para comunidades identitarias con diferentes epistemologías en su implicación con las noticias y la información» (Waisbord, 2018: 1869) entraña la enésima acometida contra la verdad, el periodismo de verificación es una de sus réplicas más notables.

Este capítulo se propone explorar el modo en el que la corriente del periodismo especializado en verificar hechos puede combatir las nefastas consecuencias de la desinformación digital en el debate público, que dificultan la deliberación necesaria para la toma de decisiones informadas, morales y políticas en una sociedad democrática. Como los cartógrafos que en el medioevo señalaban los territorios peligrosos con la locución latina «*Hic sunt dracones*», los verificadores practican una ta-

xonomía de la verdad mediante la que tratan de alejar al público de los mitos digitales auspiciados por la ignorancia, la confusión y la falsedad. Esta vertiente ocupacional reclama así protagonismo para la tradicional disciplina de la verificación y renueva la promesa de que los hechos pueden ser aislados y sus distorsiones, dominadas.

2. El auge de una cultura de la verificación periodística

En la era digital, toda suerte de «desórdenes informativos» (Wardle; Derakhshan, 2017) emergen en una coyuntura de persistente socavamiento de la ciencia y de crisis de las estructuras mediáticas tradicionales, agravada por el auge de plataformas digitales que permiten la difusión y el consumo masivo de información no contrastada a una velocidad y escala sin precedentes (Del-Fresno-García, 2019; Pérez-Díaz; Albert-Bo-tella, 2021). La política de la posverdad aprovecha estas vulnerabilidades y amenaza la concepción normativa de la profesión periodística como garante de proyectos democráticos basados en los hechos y la racionalidad (Waisbord, 2018), alterados ahora por todo tipo de artimañas emotivas.

Por consiguiente, la verdad como esfuerzo colectivo se enfrenta a un reto en el que los principales actores de la esfera pública (gobiernos y legisladores, gigantes tecnológicos como Google o Facebook, medios de comunicación y una ciudadanía activa y vigilante) deben coordinar esfuerzos para frenar con eficacia todo tipo de contenidos digitales problemáticos, entre los que destaca singularmente la desinformación (Magallón Rosa, 2019). Sin embargo, es el concepto de *fake news* el que ha capitalizado la atención y consternación social, a pesar de haber sido acuñado en discursos políticos que glorifican la mentira, impostan hechos alternativos y atacan la labor del periodismo que les fiscaliza. Por tanto, al hablar de noticias falsas para hacer referencia a la desinformación se perpetúa este peligroso oxímoron que, de forma solapada, debilita la credibilidad del periodismo como institución social (Rodríguez Pérez, 2019).

Libre de tales connotaciones, la palabra «desinformación» resulta más pertinente, especialmente en el léxico anglosajón, que admite una distinción interesante entre aquella que contiene inexactitudes de forma no premeditada (*misinformation*) y la que presenta falsedades consciente y deliberadamente (*disinformation*). Si las motivaciones tienen por objetivo causar daño a terceras personas, organizaciones o incluso naciones estaríamos ante un tipo de desinformación maliciosa (*mal-information*) (Wardle; Derakhshan, 2017). La desinformación intencionadamente difundida suele perseguir la obtención de réditos de naturaleza económica o ideológica, aunque el rango de motivaciones es mucho mayor (humor, provocación, odio...).

Entre los agentes habituales que generan y amplifican la desinformación se encuentran «*trolls*, *bots*, sitios web de noticias falsas, teóricos de la conspiración, políticos, medios de comunicación altamente partidistas [...] y gobiernos extranjeros» (Tucker *et al.*, 2018: 22), que tienen en común su intencionalidad e interés en sembrar la duda, el temor o la controversia con el objetivo de alterar la percepción cognitiva de amplios grupos sociales. A partir de la clasificación propuesta por Wardle (2017), los principales tipos de desinformación pueden ser agrupados en cuatro categorías de contenidos:

1. Los contenidos humorísticos: sátiras, parodias o memes que, percibidos como genuinos, pueden contaminar y provocar ruido informativo.
2. Los contenidos engañosos por su encuadre: enfatizan o silencian aspectos de la realidad informativa que conducen a una visión incompleta y sesgada de la misma.
3. Los contenidos descontextualizados: se basan en recursos informativos genuinos (declaraciones, imágenes, gráficos, vídeos...) cuyo contexto ha sido suplantado (autoría, marco temporal...).
4. Los contenidos manipulados o inventados: son falsos parcial o íntegramente, concebidos y creados para engañar e infligir daños.

Sin duda, las campañas de desinformación orquestadas con el objetivo de interferir en elecciones, referendos y otros procesos democráticos se han convertido en los principales acicates para promover *medidas regulatorias* que palien el problema de la desinformación: legisladores de medio mundo presionan a las grandes tecnológicas para que asuman su responsabilidad por un modelo de negocio que legitima la propagación indiscriminada de contenidos —sean problemáticos o no— como fuente de lucro. Estas tentativas de reglamentación gubernamental han alimentado naturales recelos entre los paladines de la libertad de expresión, que resultan no menos alarmantes que los suscitados por una verdad digital cada vez más modelada por estas grandes corporaciones implicadas, cuyas políticas de autorregulación basada en *medidas tecnológicas* (mejoras en el algoritmo, detección basada en inteligencia artificial o etiquetado de contenidos engañosos o falsos) distan de ser una solución absoluta.

Este escenario ha alentado el mayor desarrollo del movimiento global de la verificación que, como cultura periodística, se originó a principios de la década de los 80 en Estados Unidos bajo el formato de *fact-checking* que trataba de ratificar si determinadas afirmaciones de los políticos eran veraces (Graves, 2018). Los profesionales que practican este periodismo de verificación, bien desde equipos internos en el seno de los medios o en organizaciones autónomas y externas, constituyen la punta de lanza de las *medidas correctivas* contra la desinformación. Sus prácticas se expanden para comprobar y filtrar antes de su publicación cualquier contenido generado por los usuarios (CGU) que atesore interés informativo —verificación *proactiva*—, o para cuestionar aquel que ya circula libremente y requiera de un veredicto —verificación *reactiva*—. Los procesos de detección y comprobación en no pocas ocasiones se abren a la colaboración de la audiencia activa, por lo que podemos afirmar que el periodismo de verificación promueve una alfabetización mediática de impacto limitado (Singer, 2021), que se suma a las diversas *medidas pedagógicas* que impulsan la capacitación y el desarrollo individual de competencias para hacer frente a la desinformación.

3. *Las contranarrativas de la verdad en entornos digitales*

Las experiencias del periodismo de verificación han permitido consolidar algunas estrategias contranarrativas que contribuyen a edificar verdades perdurables y más prominentes. En adelante, se describen ocho prácticas relevantes y habituales para una neutralización efectiva de la desinformación digital.

3.1. *Determinar si se ha alcanzado el punto de inflexión*

La desinformación que eclosiona en la red puede crecer y propagarse exponencialmente o quedar cercada en pequeñas comunidades digitales más o menos estancas. Una labor periodística actual y de primer orden vinculada al *gatekeeping* consiste en saber determinar el punto de inflexión en el que la creciente diseminación de estos contenidos nocivos representa un gran perjuicio y, por tanto, demanda una cobertura informativa con su correspondiente desmentido (Margolin, 2020). Si la desinformación está llegando a amplios segmentos de audiencia, está siendo muy compartida o está recibiendo gran cantidad de interacciones habrá alcanzado este punto álgido que amerita una verificación periodística. A la inversa, la desinformación que no trasciende los nichos digitales ya mencionados no supone una amenaza y es probable que termine por extinguirse por sí sola, por lo que concederle visibilidad mediática supondría oxigenar y avivar el alcance de las falsedades que se pretenden combatir.

3.2. *Emplear una amplificación estratégica*

Los agentes de la desinformación redifunden los mismos contenidos repetidamente como estrategia de desgaste porque así obligan a que los periodistas tengan que decidir una y otra vez si ignorarlas o volver a refutarlas. La situación no es novedosa para el periodismo, que siempre ha empleado silencios estratégicos sobre determinados asuntos de la agenda cuando informar sobre ellos perjudica más al bien público que aplicarles cierta discreción editorial. Por ejemplo, en los años 70 algunos periodistas

estadounidenses dejaron de cubrir los eventos de carácter racista organizados por el Ku Klux Klan; y, en la actualidad, los medios españoles sólo informan sobre suicidios en circunstancias muy concretas, aunque no sin controversia. En este sentido, toda publicación periodística que gire en torno a un contenido problemático como la desinformación requiere una reflexión previa sobre su impacto social, que ayude a discernir qué amplificación estratégica merece (Donovan; Boyd, 2021).

3.3. Verificar con efectividad

Como conjunto de prácticas periodísticas, el *fact-checking* se compone de tres fases esenciales (Mantzaris, 2018): buscar afirmaciones o materiales informativos contrastables y susceptibles de ser comprobados en fuentes documentales públicas, medios de comunicación, redes sociales o *apps* de mensajería instantánea; determinar los hechos mediante la búsqueda de evidencias; y, en su caso, corregir la afirmación o material inicial a la luz de las mejores certezas disponibles. Las evidencias que sustentarán la verificación habitualmente emanan de las propias hemerotecas periodísticas, de bases de datos documentales (jurídicas, administrativas, científicas...) y de la colaboración con expertos en la materia. El dictamen de veracidad resultante suele concretarse mediante algún tipo de escala de calificaciones entre el verdadero y el falso.

Especialmente tras la publicación de noticias de última hora en las que el CGU adquiere valor noticioso y se multiplica en espacios como Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram o YouTube conviene tener en cuenta las siguientes cautelas y herramientas digitales de verificación:

- Comprobar si el contenido ya ha sido archivado y/o verificado por terceros: Google Fact Check Tools permite realizar una búsqueda de la desinformación verificada por las principales organizaciones globales de *fact-checking*.
- Valorar la fiabilidad de la fuente que ha publicado el contenido contactando con ella para cuestionarle, al tiempo que se consideran otros criterios más cualitativos: obser-

- vacación de su actividad e historial previo de publicaciones, relación con otros perfiles... Conviene comprobar la presencia del usuario en otras redes (Namecheckr) y estimar la probabilidad de que se trate de un *bot* (Botometer).
- Corroborar el momento en el que se tomó la imagen o vídeo, bien mediante metadatos ocultos en el archivo —accesibles empleando un visor Exif— o mediante indicios presentes en el propio contenido: fenómenos meteorológicos (WolframAlpha), proyección de sombras (SunCalc)... Asimismo, las herramientas de búsqueda inversa de imágenes y vídeos (InVID) permiten constatar si el contenido en cuestión ya fue publicado anteriormente en la web y si está siendo compartido y recontextualizado con propósitos dañinos.
 - Determinar el lugar en el que se tomó la imagen o vídeo, es decir, geolocalizar a partir de metadatos GPS o de manifestaciones visuales relevantes: textos de letreros, matrículas de vehículos, concordancia con las panorámicas ofrecidas por Google Street View...
 - Detectar imágenes y vídeos que han sido objeto de manipulación digital es posible gracias a herramientas y técnicas forenses (InVID), útiles con las ediciones más rudimentarias —llamadas *shallowfakes*—. Por su parte, la detección de *deepfakes* que sintetizan rostros y voces mediante inteligencia artificial requiere de técnicas forenses más sofisticadas, que se complementan con las políticas e innovaciones implantadas por las propias plataformas digitales.

3.4. Profundizar en el contexto

La desinformación se propaga siempre enmarcada en una serie de circunstancias históricas, políticas y culturales concretas de las que sus promotores y víctimas no se pueden sustraer. Una verificación comprometida debe aprovechar las singularidades que ofrece el contexto: exponer las técnicas de los manipuladores, incluir el punto de vista de las víctimas o indagar en el comportamiento y las motivaciones de quienes coordinan

las campañas de desinformación. Un adecuado conocimiento del contexto disminuye el riesgo de sucumbir seducidos ante embustes impactantes que incitan a ser compartidos. Es por ello que Twitter ya pregunta a sus usuarios si desean leer el contenido enlazado que se disponen a retuitear en caso de que no lo hayan hecho.

La falta de contexto también puede perjudicar a una verificación cuyo titular contraponga la mentira detectada y su correspondiente verdad: es probable que quienes no accedan a la pieza completa recuerden más los rasgos llamativos de la falsedad que la corrección factual que la acompaña (Margolin, 2020). Por tanto, al difundir una verificación se debe evitar repetir el engaño o presentarlo mediante interrogantes en espacios tan visibles como el titular —«¿Es cierto que...?»—. De igual modo, resulta arriesgado incorporar, citar, enlazar o mostrar sin una marca de agua el contenido problemático: aunque el propósito sea impugnarlo, se le estará otorgando visibilidad, que es lo que persiguen sus promotores. Las declaraciones que se han demostrado falsas siguen un patrón similar: cuando el periodista repite esas aseveraciones sin añadir contexto —«Esta persona ha dicho tal falsedad»—, termina por amplificar la difusión de la mentira, que queda enmascarada por la atribución (Benkelman, 2019).

3.5. Elegir el lenguaje idóneo

Las palabras, singularmente cuando se emplean como metáforas, activan marcos mentales que modelan la forma de entender la realidad y razonar de la sociedad (Lakoff, 2007). El periodismo que se expresa en los términos exactos que proponen los manipuladores globales que generan desinformación les concede la iniciativa y contribuye a que sean ellos quienes lideren el marco distorsionador a través del cual será percibido el asunto de actualidad en cuestión. De este modo, los medios popularizan sin quererlo términos oscuros y desconocidos para el público, diseñados para provocar curiosidad y estimular búsquedas web que conducirán a contenidos dañinos estratégicamente sedimentados (Margolin, 2020).

Un ejemplo claro sería la reverberación mediática experimentada por el neologismo «plandemia», empleado por conspiracionistas para significar que la pandemia por covid-19 de 2020 fue deliberadamente planificada. Ejercicios retóricos como éste pueden ser combatidos desde el propio lenguaje: ante el progresivo debilitamiento que el negacionismo ha producido sobre nociones como «cambio climático», manuales de estilo de medios como *The Guardian* recomiendan emplear términos más descarnados y que no edulcoren la gravedad de la situación, tales como «emergencia climática» o «calentamiento global» (Carrington, 2019).

3.6. Ofrecer emparedados de verdad

Cuando resulta ineludible abordar una desinformación, Lakoff (2018) propone emplear una técnica expresiva que denomina «sándwich de la verdad» en la que el periodista expone la verdad en primer lugar —por ejemplo, en el titular— y, a continuación, señala la mentira tratando de no emplear los mismos términos en los que fue formulada. En último lugar, se reitera o amplía la verdad. El siguiente ejemplo ilustra bien esta forma de proceder:

No hay evidencia clara de que la hidroxiclороquina, un fármaco antimalárico, proteja contra el coronavirus. Donald Trump dijo hoy que lo está tomando, pero su médico no lo confirmó y los expertos sanitarios han dicho que podría tener efectos secundarios peligrosos (Rosen, 2020).

3.7. Visualizar los datos disponibles

El empleo de un periodismo de datos y visualización promete un conocimiento más objetivo, preciso y libre de sesgos que, mediante vistosas visualizaciones, permite al público comprender y asimilar asuntos complejos con facilidad. Así dispuestos, los datos se convierten en un instrumento de primera magnitud para desactivar bulos. No obstante, sería ingenuo

obviar que la datificación de la sociedad está sujeta a factores estructurales, ideológicos y culturales que condicionan qué datos son accesibles, cómo se procesan e incluso de qué forma son presentados al público (Westlund; Hermida, 2021).

Por tanto, hacer acopio de datos fiables y someterlos a un meticuloso tratamiento estadístico y visual dificultará que resulten tan manipuladores como las adulteraciones que propagan los agentes de la desinformación. En este sentido, es necesario subrayar que los conjuntos de datos que proceden de fuentes oficiales no son, ni mucho menos, incontestables: la pandemia global de covid-19 puso de relieve un maleable panorama informativo en función del modo en que cada administración política decidía contabilizar el número de contagios y fallecimientos; al tiempo, algunas leyes de transparencia se opacaron y los periodistas dejaron de recibir respuesta a sus solicitudes de información pública bajo el pretexto de la excepcional crisis sanitaria (Delgado Sanz, 2020).

3.8. Rectificar con diligencia

En ocasiones, los procesos de verificación informativa propios del periodismo fracasan y una información falsa o engañosa acaba siendo publicada y difundida a través de perfiles periodísticos en medios sociales de la red, bien sea por imprudencia, negligencia o mala praxis. Ante esa situación, la forma más efectiva de corrección consiste en actualizar directamente la publicación digital original. Ésta es una posibilidad que permiten medios sociales como los blogs, Facebook o Instagram, en donde siempre se deberá indicar con claridad y máxima transparencia qué parte de la información era errónea y cuál es la verdad de los hechos (Silverman, 2014). Si esta edición no fuese posible, tal y como sucede en Twitter, es recomendable anunciar la corrección —mediante una respuesta o cita— para darle visibilidad entre quienes han interactuado con el contenido y anticiparles la inminente eliminación del mismo.

4. *Los efectos polarizadores de la desinformación*

Conforme las conversaciones se desplazan progresivamente a espacios digitales *online*, la exposición transversal de los individuos a una pluralidad de puntos de vista con los que no están de acuerdo quedaría comprometida, dado que la personalización del consumo informativo que propicia la red habría catalizado que cada usuario diseñase su propia dieta informativa y formase parte de nichos de conversación *online* a medida. La asunción más extendida en los últimos años presume que los algoritmos que emplean redes sociales y otros servicios han exacerbado este estado de aislamiento intelectual, proveyendo a los usuarios una oferta automatizada de información basada en su comportamiento previo (Pariser, 2017).

Sin embargo, la evidencia empírica disponible cuestiona este modelo de filtros burbuja que silencian toda voz disidente (Möller, 2021): para la mayoría de usuarios de internet, las redes sociales proporcionan más diversidad que uniformidad, algo que no fomentaría la polarización. Sólo los individuos más radicalizados encontrarían facilidades para conectar con comunidades ideológicas de afines —las denominadas cámaras de eco—, caracterizadas por una soledad informativa en la que la sobreexposición a informaciones presentadas siempre bajo el mismo punto de vista provoca una percepción parcial e incompleta de la realidad. Gran parte de la literatura académica coincide en sostener que, como principio general, la desinformación digital es especialmente amplificada en estas comunidades de semejantes (Tucker *et al.*, 2018).

Esta desinformación es, al tiempo, causa y consecuencia de la polarización afectiva que acrecienta la distancia entre los sentimientos positivos hacia los representantes de la ideología con la que se está de acuerdo y los negativos hacia quienes abanderan ideas con las que no se comulga (Scott, 2020). La psicología social constata la tendencia de los sujetos a exponerse selectivamente a aquellas fuentes que suelen presentarles las evidencias que mejor encajan con su visión del mundo, forjando sesgos de confirmación (Bardon, 2020). Esa identidad

social (ideológica, cultural, religiosa...) se asocia a intereses, credos o dogmas compartidos con terceros que cada persona interioriza y asume como propios. De forma instintiva y emocional, los sectores más polarizados eligen creer la versión de los hechos que perciben como propia o afín a sus semejantes, en quienes confían sin examinar sus prejuicios y la base factual que sostiene tales afirmaciones.

Del mismo modo, las versiones de los hechos ajenas, que resulten amenazantes o contrarias al grupo de pertenencia, son objeto de distorsión o negación, aunque hayan sido abrumadoramente evidenciadas, consensuadas o demostradas mediante la experiencia de otros (Bardon, 2020). Este proceso universal e inherentemente humano denominado razonamiento motivado explica por qué la efectividad de las verificaciones periodísticas se ve debilitada en contextos muy polarizados: los *fact-checks* corrigen ciertos hechos en las mentes de los individuos, pero apenas modifican sus actitudes emotivas hacia los representantes políticos que instigaron esas imprecisiones (Scott, 2020).

El populismo es la estrategia política que más se identifica con el empleo de un discurso divisivo, caracterizado por su oposición a las élites y por un antipluralismo que conduce a sus practicantes a presentarse como los únicos representantes válidos del pueblo (Arroyas; Pérez-Díaz, 2016). Esta tendencia al antagonismo define las ideas populistas por enfrentamiento a las de otros, con cuyos valores no existe conciliación posible; una visión radicalmente polarizante en la que no hay lugar para el consenso —deseable y alcanzable mediante la racionalidad, según la visión liberal—. De forma complementaria, la lógica populista niega toda legitimidad a los posicionamientos de sus rivales, por lo que el inevitable pero positivo disenso agonístico también queda excluido. Al populismo sólo le queda el conflicto.

El conflicto es la única fuerza motriz posible para propagar el discurso populista que arraiga en contextos de crisis y descontento social: «Políticamente, es mucho más fácil organizar a las personas contra algo que unirlas en una visión afirmativa. Y,

dentro de la economía de la atención, el conflicto siempre hace que más gente atienda» (Tolentino, 2019: 22). No en vano, el eje de tensión y controversia de una historia siempre ha sido un criterio de noticiabilidad muy valioso en el relato periodístico que, explotado en el actual escenario de hiperpartidismo, puede favorecer involuntariamente los contenciosos fines del populismo.

Las estrategias periodísticas que ayudan a mitigar la polarización del público parten de la citada premisa de que mostrar ambos lados de un asunto noticioso a menudo resulta insuficiente para realzar sus matices, como sucede con las piezas que simplifican en exceso los argumentos y puntos de vista en torno a una información. La realización de entrevistas más profundas puede servir para auscultar las necesidades y frustraciones ciudadanas y matizar las divergencias extremas, mientras que ejercitar la técnica de la repregunta es una forma de ir más allá de la irreflexión, de los testimonios viscerales y de las soflamas que provocan indignación y refuerzan las trincheras de pensamiento (Benkelman, 2019). De igual manera, el periodismo debe ser especialmente cauto para evitar equiparar cualquier discurso veraz con sus opuestos falaces, pues en ese caso mantenerse imparcial contribuye a legitimar la mentira en el mercado de ideas de la esfera pública.

5. Conclusiones

A la luz de la revisión teórica abordada en este capítulo, la amenaza de la desinformación se sustenta en factores tecnológico-mediáticos, políticos y psicológicos que exigen un conjunto poliédrico de esfuerzos, más allá de las estrategias correctivas que el periodismo puede ofrecer. Incluso así, es necesario reconocer los notables beneficios con los que la cultura de la verificación periodística modela un ecosistema informativo saneado. En primer lugar, los *fact-checks* coadyuvan a que los protagonistas de la actualidad, incluso aquellos que se vanaglorian de su desprecio a la verdad periodística, rindan cuentas ante la opi-

nión pública. Desde su parcela de responsabilidad pedagógica, los verificadores periodísticos también inoculan en el público competencias útiles para lidiar con los contenidos digitales problemáticos: la forma transparente en la que se razonan los hechos contribuye a fortalecer el pensamiento crítico y a consolidar un público que participe de forma activa en las tareas de detección y neutralización de falsedades.

De acuerdo con nuestra reflexión, aunque los *fact-checks* no siempre bastarán para desactivar las creencias falsas más vinculadas a lo emocional, este periodismo articula métodos propios para equilibrar los hechos y descartar imprecisiones, algo indispensable en cualquier información que sirva a una deliberación libre de polarización afectiva. En definitiva, y aunque no sin limitaciones, esta cultura eleva los estándares de la verificación como tarea fundamental del proceso de producción informativa, bruñendo así un espejo en el que los periodistas pueden observar, evaluar y responsabilizarse de sus propias prácticas y rutinas profesionales para adecuarlas al desafiante escenario de desórdenes informativos digitales que debilitan la confianza de la ciudadanía.

Bibliografía

- Arroyas, E.; Pérez-Díaz, P.L. (2016). «La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter». *Cultura, Lenguaje y Representación*, vol. 15, pp. 51-63.
- Bardon, A. (2020). *The fact-checker's dilemma: Humans are hardwired to dismiss facts that don't fit their worldview*. Nieman Lab. <https://bit.ly/3rekfy6>
- Benkelman, S. (2019). *Getting it right: Strategies for truth-telling in a time of misinformation and polarization*. American Press Institute. <https://bit.ly/3cVJb5f>
- Carrington, D. (2019, 17 de mayo). *Why the Guardian is changing the language it uses about the environment*. The Guardian. <https://bit.ly/32FtNbb>
- Del-Fresno-García, M. (2019). «Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad». *El Profesional de la Información*, vol. 28, núm. 3, pp. 1-11.
- Delgado Sanz, E. (2020, 11 de agosto). «La Transparencia ha sido otra de las víctimas del coronavirus». ABC. <https://bit.ly/3poke8y>

- Donovan, J.; Boyd, D. (2021). «Stop the presses? Moving from strategic silence to strategic amplification in a networked media ecosystem». *American Behavioral Scientist*, vol. 65, núm. 2, pp. 333-350.
- Graves, L. (2018). «Boundaries not drawn: mapping the institutional roots of the global fact-checking movement». *Journalism Studies*, vol. 19, núm. 5, pp. 613-631.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- Lakoff, G. [@GeorgeLakoff] (2018, 1 de diciembre). *Truth Sandwich: 1. Start with the...* [Tuit con enlace]. Twitter. <https://bit.ly/3FX3QT8>
- Magallón Rosa, R. (2019). *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*. Madrid: Pirámide.
- Mantzarlis, A. (2018). Module 5. Fact-checking 101. En C. Ireton; J. Posetti (Eds.), *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (pp. 81-95). París: UNESCO.
- Margolin, E. (2020). *10 Tips for Reporting on Disinformation*. Data & Society. <https://bit.ly/3cW6Y55>
- Möller, J. (2021). Filter bubbles and digital echo chambers. En H. Tumber y S. Waisbord (Eds.), *Handbook on Media Disinformation and Populism* (pp. 92-100). Londres y Nueva York: Routledge.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.
- Pérez-Díaz, P.L.; Albert-Botella, L. (2021). Fact-checking on COVID-19 after a year of global infodemic. Analysis of digital misinformation in Spain, Portugal and Latin America. En Á. Rocha; D. Barredo; P.C. López-López; I. Puentes-Rivera (Eds.), *Communication and Smart Technologies. ICOMTA 2021* (pp. 173-183). Singapur: Springer.
- Rodríguez Pérez, C. (2019). «No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones». *Comunicación*, vol. 40, pp. 65-74.
- Rosen, J. [@jayrosen_nyu] (2020, 19 de mayo). *A «truth sandwich» lede: There's...* [Tuit]. Twitter. <https://bit.ly/3rz7VZo>
- Scott, S. (2020). *Hearts and minds: misinformation, polarization, and resistance to fact-checking*. Digital Forensic Research Lab. <https://bit.ly/3EGT5u8>
- Silverman, C. (2014). *How to correct website and social media errors effectively*. American Press Institute. <https://bit.ly/3p4L5Gh>
- Singer, J.B. (2021). «Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries». *Journalism*, vol. 22, núm. 8, pp. 1929-1946.
- Tolentino, J. (2019). *Trick mirror: Reflections on self-delusion*. Nueva York: Random House.
- Tucker, J.A.; Guess, A.; Barberá, P.; Vaccari, C.; Siegel, A.; Sanovich, S.; Stukal, D.; Nyhan, B. (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Foundation. <https://bit.ly/3m45Lxx>
- Veronese, K. (2012, 8 de junio). *Cryptids spotlighted in a text viewed as the foundation of modern zoology*. Gizmodo. <https://bit.ly/3xtWaVn>
- Waisbord, S. (2018). «Truth is what happens to news». *Journalism Studies*, vol. 19, núm. 13, pp. 1866-1878.
- Ward, S.J.A. (2017). *Engagement and pragmatic objectivity*. Center for Journalism Ethics. <https://bit.ly/3E-2fHP6>
- _(2020). Truth and objectivity. En L. Wilkins; C.G. Christians (Eds.),

- The Routledge handbook of mass media ethics* (pp. 101-114). Londres y Nueva York: Routledge.
- Wardle, C. (2017). *Fake news. It's complicated*. First Draft. <https://bit.ly/3dag7ao>
- Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Consejo de Europa. <https://bit.ly/3CThDbf>
- Westlund, O.; Hermida, A. (2021). Data journalism and misinformation. En H. Tumber; S. Waisbord (Eds.), *Handbook on media disinformation and populism* (pp. 142-150). Londres y Nueva York: Routledge.