

**INFODEMIA DURANTE EL COVID-19:
DESINFORMACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS PARA
EL FUTURO DE LA DEMOCRACIA**

ANDREA PAVÓN GUINEA – UNIVERSIDAD DE
NAVARRA

apavonguinea88@gmail.com

¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

“Posverdad” y “noticias falsas” fueron **palabras del año** en 2016 y 2017

Noticias falsas en la actualidad: **Donald Trump** (campaña y uso de noticias falsas en contra de medios de comunicación no afines) & **Brexit y otras elecciones europeas** (estrategia rusa de desinformación)

El rol de las plataformas digitales: interconexión pero también difusión de noticias falsas

Las noticias falsas y el peligro que suponen para **la convivencia democrática**

El coronavirus y sus bulos: **507 mentiras, alertas falsas y desinformaciones sobre COVID-19** (solamente en Maldita.es)

Las noticias falsas se difunden **más rápido, son leídas por más personas y afectan a más individuos** que la información verdadera (Vosoughi, 2018).

DESINFORMACIÓN & NOTICIAS FALSAS

➤ DESINFORMACIÓN:

- **Información racional con objetivos políticos**, diseñada explícitamente para generar desconfianza, incertidumbre, apatía y paranoia con el fin último de desincentivar el compromiso y la movilización ciudadana para el cambio político o social
- Suele ser información verdadera sacada de contexto combinada con información falsa

➤ NOTICIAS FALSAS:

- Información falsa publicada **con fines políticos, pero también económicos**

¿QUÉ ES
NUEVO Y
QUÉ NO?

➤ **Las noticias falsas no son nuevas:**

- La historia de las noticias falsas corre paralela a la de las noticias verdaderas: surgen con la **invención de la imprenta**
- **La propaganda** (1622) se puede definir como el uso de argumentos emocionales o de técnicas persuasivas o psicológicas para avanzar o socavar un determinado ideal político
- **Los principios de la propaganda de Goebbels**

PRINCIPIO DE SIMPLIFICACIÓN

Individualizar al adversario en un único enemigo: “El Gobierno tiene la culpa de todo”

PRINCIPIO DE LA UNANIMIDAD



PRINCIPIO DE EXAGERACIÓN

La app del Gobierno para COVID-19 no "geolocaliza" la cuarentena de la gente, no es lo mismo que el estudio de movilidad y no pide a las operadoras los datos de localización



PRINCIPIO DE LA VULGARIZACIÓN

- “Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar.”

Por qué no deberías utilizar lejía ni desinfectante como tratamiento para curar la COVID-19 (ni nada) aunque lo sugiera el presidente de Estados Unidos



PRINCIPIO DE ORQUESTACIÓN

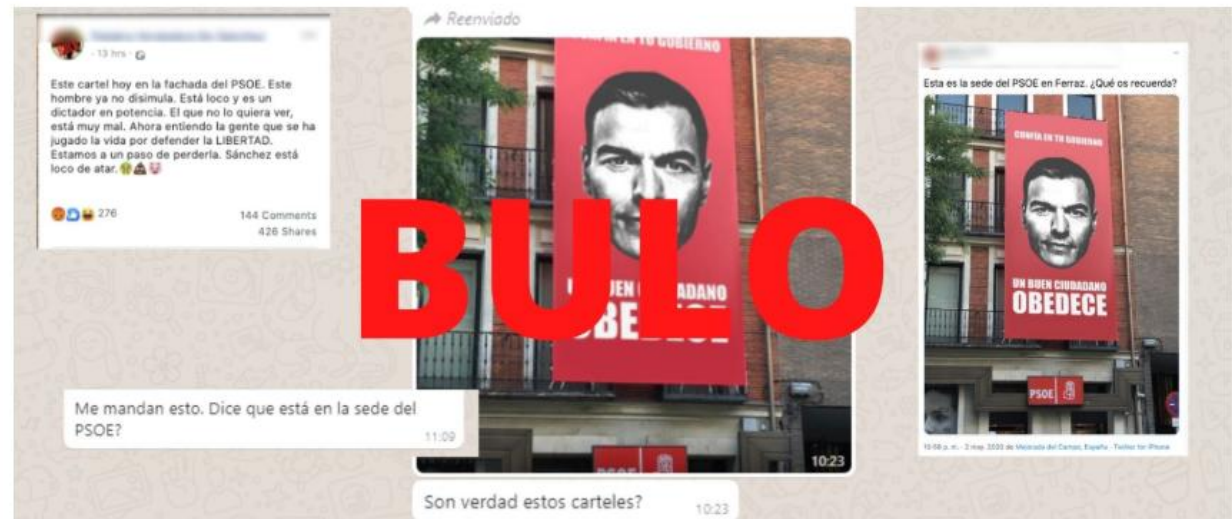
La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente (...) Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad

No, los camioneros no han protestado en Ourense en contra del Gobierno de Pedro Sánchez: fue un homenaje a los profesionales sanitarios



PRINCIPIO DE
LA
VEROSIMILITUD

No, no hay un cartel en la sede del PSOE que dice "confía en tu Gobierno. Un buen ciudadano obedece": es un montaje crítico con Sánchez que se viraliza como real



No, este vídeo de una marcha de musulmanes en Valencia no está grabado durante el estado de alarma por el coronavirus: es de noviembre de 2018



No, las imágenes de Rajoy paseando durante el estado de alarma no fueron grabadas en diciembre: son actuales, de abril de 2020



PRINCIPIO DE LA TRANSFUSIÓN

- La propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales

¿QUÉ ES NUEVO?

- La **escala** a la que se extiende y el potencial de socavar los cimientos de la **esfera pública democrática**
- Un efecto exacerbado por la **disminución de la confianza** de la población en los medios de comunicación y en las instituciones públicas tras la crisis económica de 2008

Combinado con:

- 1) Las nuevas tendencias mediáticas
- 2) Las redes sociales y su modelo de negocio
- 3) La desinformación como estrategia militar
- 4) Nuevas tendencias sociopolíticas

LAS NUEVAS TENDENCIAS MEDIÁTICAS

- 1) **Las barreras de entrada** en la industria mediática han desaparecido: cada vez es más fácil (y en muchas ocasiones gratuito) crear una página web y monetizar su contenido
- 2) Estos nuevos medios **carecen de normas editoriales, legales y deontológicas** que garanticen que la información que difunden ha de ser precisa, creíble y veraz
- 3) Cada vez más personas **consumen información en medios digitales**: casi el 50% de todos los ciudadanos de la UE
- 4) **La economía de la atención**: el 60% de las personas comparten noticias de las que SÓLO han leído el titular
- 5) La atención del ser humano siempre es mayor ante **informaciones nuevas y sorprendentes**, dos características de las noticias falsas y de la desinformación
- 6) El 53% de la población europea accede a las noticias a través de **buscadores**, donde la información está ordenada por **algoritmos** poco transparentes y no por criterios de calidad (como pueden ser la líneas editoriales de los medios tradicionales)

LAS REDES SOCIALES Y SU MODELO DE NEGOCIO

- **¿Son las redes sociales medios de comunicación?**
- La difusión de las noticias falsas depende de la **tecnología** que subyace a las redes sociales y su **modelo de negocio**
- **Las noticias falsas tienen tanta difusión porque siguen la lógica de las redes sociales:** contenido que tiene una alta probabilidad de ser compartido por sus características (una mezcla de apariencia de verdad + sorprendente + de actualidad total)
- **La publicidad digital:** por primera vez en 2017 Facebook, Google y Twitter fueron los medios más deseados por los anunciantes, más que los medios tradicionales
- **Manipulación de los algoritmos:** el 95% del tráfico web va a parar a la primera página de Google. Manipulación para que el contenido no se corresponda con la calidad del contenido, la reputación de la fuente o la relevancia del asunto

LA DESINFORMACIÓN COMO ESTRATEGIA MILITAR

La **Estrategia de Seguridad Nacional Española** considera la desinformación como una amenaza a la seguridad nacional por primera vez en su actualización en el año 2017

Doctrina Gerasimov o cómo sumir a un país en el caos

- **Un descenso en el capital social y un cambio de valores:** por ejemplo, el interés en la filosofía de los jóvenes americanos descendió de un 80% en 1975 a un 50% en 2008, mientras que la importancia del bienestar económico subió del 40% al 80% durante el mismo periodo
- **Un aumento de la desigualdad,** que está asociada con la **polarización política** de la esfera pública (se vacía el centro político y crecen los partidos extremistas)
- **Descenso de la confianza** en el papel de la ciencia y de los medios de comunicación
- **Desafección ciudadana**
- **El discurso político en las redes sociales:** falta de respeto y violencia por el anonimato



NUEVAS
TENDENCIAS
SOCIOPOLÍTICAS

¿CÓMO LUCHAR CONTRA LA DESINFORMACIÓN?

- Iniciativas: fact checkers (East.StratCom Force; Maldita.es...)
- Problemas (Lewandowsky & Ecker & Cook, 2017)
- **Las noticias falsas afectan al “bienestar intelectual” de una sociedad creando “epistemologías alternativas”:** Las noticias falsas hacen que las personas dejen de creer en los hechos. Cuando se leen y se creen noticias falsas, las personas tienen menos probabilidades de creer en las noticias verdaderas
- **Las correcciones (los fact checkers) no funcionan:**
 - ✓ Si la información veraz contradice los pensamientos preexistentes del individuo, éste seguirá creyendo en la noticia falsa
 - ✓ Por tanto, para que la corrección funcione, se debe explicar por qué se difundió la noticia falsa (y que sea congruente con el universo mental de la persona) y dar una explicación alternativa de los hechos

OTROS PROBLEMAS DE LA LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN

- **Alto nivel de efectividad:** con un móvil es posible transmitir contenidos directos de forma masiva
- **Es muy sencilla** la creación de webs y plataformas multimedia que simulan los medios tradicionales (principio de la verosimilitud)
- Dificultad para establecer **una acusación directa y relación de causalidad**
- **Compleja regulación** en las democracias liberales
- Aprovechamiento de **vulnerabilidades sociales ya existentes** (principio de la transfusión)

CONSECUENCIAS PARA LA DEMOCRACIA

- Amenaza la **seguridad pública**
- Rompe la **cohesión** de la comunidad
- Socava el rol de los **argumentos racionales y científicos** a la hora de explicar la realidad por las emociones: posverdad
- Puede dañar la **prosperidad económica** y la influencia global de un país
- Contribuye a la **polarización política**
- En última instancia, es un peligro **para el futuro de la democracia liberal**
- La democracia liberal se basa en una **opinión pública informada**. Si está desinformada, la esfera pública de Habermas basada en el debate racional se quiebra, y con ella el fundamento de la misma democracia
- **Dos recetas:** alfabetización digital + pensamiento crítico

“TODO EL MUNDO TIENE DERECHO
A SU PROPIA OPINIÓN, PERO NO A
SUS PROPIOS HECHOS”

(MOYNIHAN)

¡MUCHAS GRACIAS!