

Doctora en Periodismo y Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona. Creadora de la plataforma "Learn to Check", con la colaboración de la red de American Spaces en España y el apoyo de la Embajada de EE. UU. en España y el Consulado General de EE. UU. en Barcelona.

También ha colaborado con la Embajada dando talleres en diversas universidades españolas para combatir la desinformación, colabora con el proyecto de VIA para mayores de 55 años y es IVLP virtual del 2021. En los últimos cinco años, ha impartido talleres sobre desinformación y verificación digital para más de 1000 jóvenes y también para gente mayor, docentes, familias, periodistas, bibliotecarios y otros puestos públicos. Es autora de *El periodismo volátil* sobre el nuevo periodismo surgido del infoentretenimiento que, junto con la desinformación, son sus dos ámbitos de interés en investigación. En septiembre de 2022, publica *Fake Over*, con la editorial Flamboyant, un manual ilustrado para aprender a contrastar la información dirigido a jóvenes y adultos. Anteriormente, ha impartido docencia en la UPF, la URV, la UOC y la UiC. En sus más de 15 años de experiencia como periodista, ha trabajado para la Cadena SER, la web de noticias de TV3, el diario ARA y la revista *Capçalera* del Colegio de Periodistas de Cataluña.

Nereida Carrillo

Periodista, investigadora y profesora de periodismo en la Universitat Autònoma de Barcelona



Twitter @nereidacarrillo

VENCER SIN CONVENCER, la desinformación en procesos electorales

Nereida Carrillo

La información deliberadamente falsa, inexacta o engañosa distribuida con el objetivo de manipular a la opinión pública y obtener un rédito electoral constituye una amenaza de calibre para nuestras democracias. La ciudadanía muestra su preocupación por este tipo de contenidos que perjudican nuestras sociedades y a las personas en todos los aspectos de sus vidas. Ya en 2018, el eurobarómetro de la Unión Europea certificaba que un 82% de los ciudadanos opinaba que la desinformación es un problema para España y un 83% la consideraba una amenaza para la democracia. Esta inquietud social por la información falsa se ha mantenido durante la pandemia y sigue en nuestros días. Según el Digital News Report de 2021 (Vara, 2021), un 67% de los españoles está preocupado por la desinformación. Una cifra que se situaba entonces nueve puntos por encima de la media de los 46 países analizados en el estudio, en el que la preocupación por la desinformación se sitúa en el 58%.

Aunque la desinformación no es un fenómeno nuevo, las redes sociales, la sociedad de la inmediatez, la precarización de los medios de comunicación, junto con otros factores han formado un caldo de cultivo perfecto para que la información falsa de siempre se sofisticue y se viralice. Así, las mentiras del siglo XXI llegan de forma inmediata a una audiencia global y, a veces, están tan eficazmente construidas, gracias a las herramientas tecnológicas de que disponemos en la actualidad, que resulta difícil para un/a ciudadano/a medio identificar estas manipulaciones. Además, la falta de alfabetización digital y mediática nos hace todavía más vulnerables y caemos fácilmente en la trampa de la desinformación. La Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los Hogares en 2021 del INE arroja unos datos preocupantes: el 58,7% de los internautas españoles asegura haber encontrado información dudosa en los 3 últimos meses, pero casi la mitad admite que no la contrastó. De todas las personas que no comprobaron

su veracidad, un 35% justifica esta inacción por la falta de conocimientos y habilidades para contrastar estos contenidos.

La falta de alfabetización informacional y mediática constituyó un problema desde el principio de la pandemia de la Covid, una época en la que, según la Organización Mundial de la Salud hemos vivido también una «infodemia», una situación de sobreabundancia informativa en la que la información contrastada, valiosa y de calidad, se ha entremezclado con la desinformación formando un alud de impactos que ha saturado y angustiado a la ciudadanía. Y es esta saturación sobre la COVID-19, pero también la sobre exposición a las noticias negativas o a una información difícilmente comprensible la que está detrás del preocupante fenómeno de evitar las noticias, la «news avoidance» que constata el último informe del Digital News Report 2022: 7 de cada 10 internautas afirman que evitan las noticias; una cifra que, en el caso de los jóvenes de 18 a 24 años asciende a 8 de cada 10 encuestados. Cuando la ciudadanía evita la información, los procesos electorales y las democracias se ven seriamente dañados.

En el año 2018, la Comisión Europea alertaba que la desinformación "erosiona la confianza en las instituciones y en los medios digitales tradicionales y perjudica a nuestras democracias, obstaculizando las habilidades de los ciudadanos para tomar decisiones informadas" (European Commission, 2018b, p. 1). La desinformación está teniendo un impacto severo en la salud individual y pública; en la salud física y mental. Pero también daña la convivencia de nuestras sociedades, nuestras economías, nuestro planeta y, por supuesto, nuestras democracias. Además genera violencia; lamentablemente, hemos asistido a diversos episodios violentos que germinan en la desinformación: desde el ataque a centros de menores por información falsa que se hibrida con discurso del odio hacia los inmigrantes, hasta episodios como los vividos en la India, donde la desinformación «es un asunto de vida o muerte», donde un hombre fue brutalmente asesinado porque lo confundieron con un secuestrador de mujeres y niños cuyos cuerpos aparecieron brutalmente mutilados (Badrinathan, 2020).

Debemos preguntarnos: ¿Quién es vulnerable a la desinformación? La respuesta puede resultar preocupante; la desinformación es un problema generalizado. En España, por ejemplo, más de la mitad de la población presenta un grado de vulnerabilidad significativo a los desórdenes informativos (Gelado-Marcos et al. 2022). Una investigación publicada recientemente en el International Journal of Communication y que incluye una encuesta a 4.351 personas, establece que las personas que se sitúan a ellas

Se usan los datos de las personas para segmentarlas en comunidades a las que interesa manipular para alterar el resultado de los comicios, para estimular su abstención o su confusión

mismas más a la derecha del espectro político son las más vulnerables a la desinformación (Gelado-Marcos et al. 2022). Otros factores de vulnerabilidad son la edad, el género y la exposición a las redes sociales. Los votantes de centro-izquierda más vulnerables son aquellos que tienen 20 años o menos y las mujeres de centro son más vulnerables que los hombres que se posicionan en la parte central del espectro político (Gelado-Marcos et al. 2022).

En los últimos años, hemos asistido a numerosos procesos electorales que se han visto alterados por la desinformación. Un ejemplo paradigmático fueron las elecciones de 2016 en Estados Unidos, en las que se estima que cada adulto norteamericano leyó 3 informaciones falsas (Allcott and Gentzkow, 2017). Pero también en el referéndum del Brexit en 2016, en los comicios franceses de 2017 o en los procesos electorales de Reino Unido, Chile o Colombia, entre otros muchos. También hubo desinformación en las elecciones generales de 2019 en España. Según Paniagua et al. (2019), que diseccionan la anatomía de un bulo en estos comicios, la forma mayoritaria de la desinformación en esa cita electoral fue la falsa atribución de acciones, es decir, afirmar que alguien hizo algo que, en realidad, no hizo. Otras formas fueron las imágenes manipuladas, descontextualizadas o falsas o las declaraciones falsas, es decir, atribuir a alguno de los candidatos unas palabras que jamás pronunció.

En estas formas de la desinformación electoral y política reconocemos tácticas de la propaganda tradicional, como por ejemplo, perjudicar al adversario con informaciones falsas que dañarán su reputación y sus expectativas electorales. Pero cabe reconocer que esta desinformación política y en procesos electorales, se torna cada vez más sofisticada y meticulosamente segmentada; se usan los datos de las personas para segmentarlas en



Foto: Brotin Biswas

comunidades a las que interesa manipular (Colomina et al. 2021) para alterar el resultado de los comicios, para estimular su abstención o su confusión. También cabe destacar el uso de bots -cuentas automatizadas- para distribuir información falsa o el astroturfing, una manera de confundir a los periodistas creando mucho contenido alrededor de un tema para intentar hacerles creer que está en el debate y en la opinión pública de Twitter u otras redes sociales que constituyen hoy lo que se ha llamado "esfera pública periférica" (Sampedro, 2000).

Otras estrategias que pueden identificarse son la desinformación que genera miedo y odio y que impacta negativamente en ciertos colectivos como los migrantes, los homosexuales, las personas racializadas o las mujeres. Se trata de técnicas habitualmente empleadas por la extrema derecha con el objetivo de fidelizar a sus votantes y hacerles pensar que ellos, que forman parte de un grupo mayoritario y privilegiado, están en realidad amenazados. La desinformación envenena e incluso impide el debate público y sano; confunde y bloquea la participación, ya desde edades muy tempranas. Según el estudio *The Truth Gap. (Des)informadas online*, en las que se encuestó a niñas, adolescentes y jóvenes de entre 15 y 24 años, el 15% admitió que, a causa de la desinformación, había dejado de participar en asuntos públicos.

La desinformación lesiona nuestros derechos: el derecho a la libertad de expresión, a la privacidad, a unos procesos electorales sin interferencias, e incluso los derechos a la salud o a la vida (Colomina et al. 2021). Y los gobiernos están fallando en proteger estos derechos básicos de todos los ciudadanos. El UN Human Rights Committee señala que los estados están obligados a garantizar que los votantes pueden formarse una opinión de forma independiente, sin violencia, coacciones ni manipulaciones de ningún tipo (Colomina et al. 2021), pero esto no se está cumpliendo. La información falsa, inexacta y engañosa que se distribuye de forma sistemática y a propósito está minando la calidad de las democracias, la confianza en las instituciones y los derechos más básicos.

Y deberíamos preguntarnos: ¿quién está detrás de todo esto? Sin duda, en muchas ocasiones, gobiernos extranjeros. En las elecciones de Estados Unidos de 2016, la interferencia rusa ha sido sobradamente probada. Sin embargo, también es justo reconocer el uso de estrategias y tácticas de la desinformación por los propios gobiernos y los partidos políticos del país. El estudio *Industrialized Disinformation. 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation* (Bradshaw et al. 2021), encontró evidencias de partidos políticos o candidatos



Foto: Terje Sollie

electorales que «usaron las herramientas y las técnicas de la propaganda computacional como parte de sus campañas políticas» en 61 países. Muchos de estos partidos políticos y candidatos difundieron desinformación.

En este sentido y, según el Digital News Report de 2021, la preocupación por los bulos generados por políticos nacionales durante la pandemia superó con creces la preocupación por información falsa difundida por gobiernos extranjeros. Un 42% de los encuestados mostró preocupación por los bulos de partidos políticos nacionales; mientras que la preocupación por la desinformación de terceros países y de otras fuentes no superó el 11%. Ante estas cifras, sorprende que las medidas y las políticas públicas para combatir la desinformación se dirijan, principalmente, a aquella desinformación generada por terceros países cuando, genera mucha más preocupación ciudadana la que crean y difunden los partidos nacionales. Los partidos políticos deberían comprometerse con la veracidad y no mentir para ganar. Y la ciudadanía, deberíamos premiar y exigir esa honestidad.

Además de los partidos políticos y los gobiernos extranjeros, otros actores de esta desinformación son los medios de comunicación, las empresas privadas, los influencers y cualquier ciudadano. Hoy la propaganda y la desinformación no son solo verticales, sino también horizontales y por lo tanto se genera muchísima más desinformación y propaganda; lo que algunos autores

han llamado ampliganda. Aunque cabe reconocer que la desinformación con más distribución y por lo tanto más dañina es la generada por aquellos actores que tienen recursos para actuar de forma sistemática y continuada.

La desinformación es una táctica más de la propaganda; pero, mientras algunas formas de propaganda tratan de convencer legítimamente al ciudadano -bien sea con argumentos, bien sea con una visión sesgada de lo que acontece-, la desinformación pretende vencer sin convencer. Parafraseando a Miguel de Unamuno, que le respondió así a José Millán-Astray, fundador de la legión, quien le profirió «¡Muera la inteligencia!». La desinformación nos está negando a la ciudadanía la capacidad de debatir, de pensar y de decidir nuestro comportamiento político y electoral sin una manipulación emocional, sin engaños, sin odio, de forma libre. Y está minando la confianza mutua, la base de los sistemas democráticos. Una encuesta de Ipsos Public Affairs y el Centre for International Governance Innovation (CIGI) señala que, a causa de la desinformación, el 40% admite tener menos confianza en los medios y un 22% desconfía más de la clase política.

La desinformación agudiza la pérdida de confianza. Una confianza que en los últimos años y por múltiples factores se ha ido erosionando y que ha afectado a los tres vértices del triángulo político: el de los políticos, los medios de comunicación y la ciudadanía. La

La educación como base para la información, el conocimiento, la sensibilización y la participación política es la única manera de reconstruir la confianza y las democracias

ciudadanía está dejando de confiar en los partidos políticos y las instituciones a la vez que desconfía y evita los medios. Los medios de comunicación, a su vez, subestiman a una ciudadanía a la que, en ocasiones, suministran información de poca calidad y desconfían de los partidos políticos en su particular relación de amor-odio. A su vez, los partidos políticos desconfían de los medios -a quienes identifican como los productores de desinformación- y envenenan su relación con una ciudadanía a la que han renunciado a convencer y a la que, en ocasiones, prefieren manipular con desinformación. Es un triángulo con unos vínculos de confianza tan necesarios como rotos y sin los cuales, la democracia se debilita. La educación como base para la información, el conocimiento, la sensibilización y la participación política es la única manera de reconstruir la confianza y las democracias. Empoderar a la ciudadanía contra la desinformación con educación es necesario. Y también trabajar para reconstruir una confianza resquebrajada. Contra la desinformación, ¡viva la inteligencia!

Referencias

- Allcott, H. y Gentzkow, M. "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 2017, 211-236.
- Badrinathan, S. *Educative Interventions to Combat Misinformation: Evidence From a Field Experiment in India*, 2020. https://web.archive.org/web/20200912175750/https://sumitrabadrinathan.github.io/Assets/Fake_News_Paper.pdf.
- Bradshaw, S., Bailey, H. y Howard, P. "Industrialized Disinformation. 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation". 2021. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/02/CyberTroop-Report20-Draft9.pdf>.
- Colomina, C., Sánchez Margalef, H. y Youngs, R. The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world. 2021. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf).
- European Commission *Fake news and disinformation online*. 2018a. https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/04/Flash-Eurobarometer-464_en.pdf.
- European Commission *Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Tackling online disinformation: a European Approach*. Luxemburg: Publications Office of the European Union, 2018b. eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN.
- Gelado-Marcos, R. et al. "Disinformation as a Widespread Problem and Vulnerability Factors Toward It: Evidence From a Quasi-Experimental Survey in Spain". *International Journal of Communication*, 16, 2022, 3599-3625. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18674/3837>.
- Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las TIC en los Hogares en 2021*. 2021. https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608.
- Moreno, E. "Siete de cada diez internautas evita las noticias a menudo, a veces u ocasionalmente". *Digital News Report*, 2022. <https://www.digitalnewsreport.es/2022/siete-de-cada-diez-internautas-han-evitado-las-noticias-en-alguna-ocasion/>.
- Paniagua Rojano, F., Seoane Pérez, F. y Magallón-Rosa, R. "Anatomía del bulo electoral: la desinformación política durante la campaña del 28-A en España". *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, abril de 2020, 123-14.
- Sampedro, V. *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Ediciones Istmo, 2000. ISBN: 978 84 70903823.
- Vara, M. *Infodemia y Covid: gran preocupación social por los bulos de origen político*. *Digital News Report*, 2021. <https://www.digitalnewsreport.es/2021/infodemia-y-covid-gran-preocupacion-social-por-los-bulos-de-origen-politico/>.