

Las redes sociales permiten que los usuarios sean a la vez productores y consumidores de contenidos, por lo que se ha facilitado notablemente la difusión de contenidos engañosos, falsos o fabricados, las fake news

El poder de la difamación se ha multiplicado, por lo que la batalla por informar verazmente es clave.

Siempre han existido las noticias engañosas, pero a partir del crecimiento exponencial de las redes sociales, las *fake news* han proliferado a lo largo y ancho del planeta. De hecho, este término se ha popularizado y se utiliza para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación.

Las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado. Así se genera un circuito vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos. En los últimos tres años hemos visto cómo el contenido incendiario, extremista y que busca parcializar a las personas, aunque no tenga nada de veraz, termina haciéndose más viral que cualquier hecho real.

Lo señala el Papa Francisco en su último mensaje para las comunicaciones sociales del 2019: internet representa una posibilidad extraordinaria de acceso al saber; pero también es cierto que se ha manifestado como uno de los lugares más expuestos a la desinformación y a la distorsión consciente y planificada de los hechos y de las relaciones interpersonales, que a menudo asumen la forma del descrédito.

Lo que se busca al estar divulgando falsas informaciones es generar humor, reforzar o extender creencias erróneas, además de crear miedo y pánico en la sociedad. Se comparten y viralizan más rápido porque generan más asombro. El Papa advierte sobre las *fake news* que nos hemos acostumbrado a comer el pan duro de la desinformación y hemos terminado presos del descrédito. Este hecho no es nuevo. La historia

está repleta de estas manipulaciones que en su día eran una fake news y con los años se convirtieron en algo aceptado por muchos. La Iglesia católica no escapa a estos ataques, es más, ha sido una de las grandes víctimas. Hace siglos era en libelos y panfletos y ahora sucede en redes sociales y páginas web. Desde el nacimiento de la Iglesia en Pentecostés a nuestros días, numerosas informaciones han pretendido hacer daño manipulando, retorciendo o inventando la verdad.

Algunas han sido especialmente graves, buscan exacerbar los ánimos o desprestigiar, como el bulo difundido en abril de este año -se atribuyó a un cardenal la afirmación de que la pederastia en la Iglesia es culpa de los niños-, del que se hicieron eco diversos medios de comunicación mexicanos. Según este bulo, el arzobispo emérito de México, cardenal Norberto Rivera, habría culpado a los menores de “tentar” a los mayores en los casos de pederastia cometidos por miembros de la Iglesia. Sin embargo, se trata de una mentira muy mal intencionada, inventada años atrás.

Manipular al Papa

Una de las figuras sobre la que se crean más noticias falsas es el Papa Francisco, unas veces poniendo en su boca frases que no son ciertas, o que están completamente fuera de contexto, otras veces inventando discursos completos. El problema se puede agudizar cuando algunos medios de comunicación se hacen eco y los publican como noticias. La situación se complica cuando en lugar de referirse a hechos, se publican sólo las supuestas citas o entrecomillados. Recogemos algunas de las fake news sobre el Papa Francisco que han tenido mucha difusión:

1) *“No es necesario creer en Dios para ser buena persona”*. Esta supuesta cita empezó a circular en 2015 y, tras el viaje del Papa Francisco a Colombia en septiembre de 2017, reapareció con fuerza. Sin embargo, el Santo Padre nunca ha afirmado tal cosa. En su discurso de concordia y como cabeza de la Iglesia, jamás diría que *“la idea tradicional de Dios no está actualizada”* porque Dios es el mismo ayer, hoy y siempre, y su mensaje del amor sigue siendo revolucionario.

2) *“El infierno no existe”*. En marzo de este año, el diario italiano *La Repubblica* publicaba una supuesta entrevista al Papa Francisco en la que éste aseguraba que el infierno no existe y se extraía el siguiente entrecomillado. *“No existe un infierno en el que sufren las almas de los pecadores para toda la eternidad [...]. Aquellos que no se arrepienten (de sus pecados) y, por tanto, no pueden ser perdonados, desaparecen”*. El Vaticano salió inmediatamente a explicar que ninguna cita del artículo debe considerarse como una transcripción fiel de las palabras del Santo Padre.

3) *“El Papa cancela la Biblia por anticuada”*. Esta noticia corrió como la pólvora en las redes sociales. Difundida a través del portal *haynoticias*, aseguraba que *“el Papa Francisco ha dado hoy la sorpresa al anunciar que la Biblia se ha quedado totalmente ‘anticuada’”* y anunciaba la preparación de un nuevo texto, porque *“no podemos seguir intentando dirigir los pasos de nuestros feligreses en un mundo totalmente nuevo con un libro de hace miles de años”*. Completamente falso.

¿Cómo podemos identificar las *fake news* sobre el Papa?

Lo principal es acudir a las fuentes oficiales; si el Papa Francisco ha pronunciado una frase habrá un registro de ello en su Twitter, Instagram o en la web *vatican.va*. Además, es muy posible que haya vídeos o audios de dicha frase, por lo que será sencillo ver al Papa pronunciándola.

Otra forma, mucho más directa, es copiar un fragmento de la frase y pegarla en el buscador de Google. Si es una información falsa es muy probable que haya sido ya desmentida por el Vaticano o que no arroje ningún resultado.

Por qué funcionan las fake news

Aunque parezca extraño, los principales promotores de noticias falsas resultan ser las mismas redes sociales, ya que estas plataformas están diseñadas para mantener al usuario dentro la mayor cantidad de tiempo posible, y los algoritmos tienen sesgos perturbadores que promueven contenido incendiario y falso *porque genera más interacción*.

Hay estudios que apuntan a que las fake news tienen más probabilidades de ser replicadas/compartidas/promocionadas que las noticias verdaderas, y que parte de la razón es que provocan reacciones emocionales en la gente, como disgusto o sorpresa, y esto hace que seamos los mismos usuarios quienes diseminemos la información.

Gran parte del problema lo advirtió el científico británico Tim Berners-Lee, el padre de la web, quien denunció que sólo un puñado de empresas controlan lo que se ve y se comparte en la web; son ellas quienes mayoritariamente tienen el control sobre las ideas que se esparcen en internet, y si bien no son quienes crean las noticias falsas, es en sus plataformas donde se originan y donde necesita ejercerse mejor control para detectar y eliminar este tipo de contenido, en lugar de que termine siendo promovido por algoritmos defectuosos.

En los primeros años de las redes sociales la cantidad de

publicaciones eran pequeñas y se presentaban entre los amigos todas en el muro (o *news feed*) de cada usuario. Sin embargo, al crecer tanto el número de publicaciones, cada red social desarrolló un algoritmo que determina cuáles y, a quiénes se muestran.

Es un cálculo que afecta a la frecuencia y orden de visualización de los contenidos en el *feed* de noticias. Por ejemplo, el algoritmo de Facebook comenzó filtrando siguiendo una serie de factores puntuales que el equipo de Facebook controlaba, para determinar qué contenido resultaba más o menos relevante para los usuarios.

Pero desde 2011 pasó a ser mucho más complejo basándose en el aprendizaje automático de las preferencias de cada usuario, y en 2013 ya se controlaban con más de 100.000 señales individuales que priorizaban unos contenidos sobre otros. Sea como fuere, desde 2016 el equipo de Facebook persigue unos objetivos claros que nos harán tener una idea más clara de cómo funciona su algoritmo: priorizar las relaciones interpersonales, es decir, entre amigos y familia, informar y entretener.

En este sentido las *fake news* suelen propagarse entre conocidos que tienen perfiles similares, amigos o familia y son relevantes porque van sobre temáticas que se comparten. Al ser informativas y entretener, pueden tener un valor muy alto para el algoritmo y con facilidad son seleccionadas para presentarse en el muro.

Sin embargo, con el fin de reducir el impacto de las *fake news*, Facebook también cuenta con un equipo de verificaciones -internos y externos- de unas 30.000 personas repartidas por todo el mundo, la mayor parte en India. Una medida ha consistido en eliminar directamente todo contenido que promueva la violencia o el odio. De hecho, desde enero de 2019, Facebook ha eliminado alrededor de 750 millones de cuentas falsas. Pero también ha puesto el foco en la revisión del contenido. La red social ha empezado a penalizar todo contenido detectado por su inteligencia artificial como sospechoso de contener datos falsos. De esta manera, aunque este no desaparecerá, sí permanecerá perdido, y se frena de este modo su difusión.

Pero la herramienta que más se utiliza para fines de desinformación es WhatsApp, también propiedad de Facebook, que ha tenido un considerable impacto en países como Brasil o India. En Whatsapp circula más desinformación que en otras redes por su propia naturaleza; no es lo mismo difundir algo falso en Twitter, donde puede venir alguien a desmentirlo, que en Whatsapp, donde nadie lee nuestras conversaciones. De todas formas, también han comenzado a tomar medidas para combatirlo: reducir el número de mensajes reenviados (de 20 a 5) y eliminar cuentas que violan sus cláusulas como hacer spam.

Quiénes difunden más las noticias falsas

Investigadores de las universidades de Nueva York y Princeton publicaron recientemente los resultados de un estudio revelador sobre las noticias falsas en internet, y descubrieron que su propagación es más común entre los mayores de 65 años que en cualquier otro grupo. Por lo tanto, no es la inclinación ideológica, ni la preferencia partidista, ni la salud mental, ni las características demográficas: el factor determinante para compartir *fake news* en las redes sociales es la edad.

Según la investigación el 11 % de los usuarios de 65 años o más han compartido algún artículo de *fake news* en Facebook, mientras que sólo lo hicieron el 3 % de las personas de entre 18 y 29 años. El estudio es innovador porque, además de tomar los datos y percepciones de la muestra, también pidió permiso para comparar sus respuestas con los contenidos publicados en sus perfiles en la red social, registrando de esta forma el comportamiento real de los usuarios.

En el estudio, las personas de más 65 años difundieron dos veces más *fake news* que los adultos con edades entre 45 y 65, y siete veces más que el grupo más joven. Para dar con estos resultados, los investigadores utilizaron una lista de sitios de los que se ha comprobado la falsedad del grueso de sus informaciones.

Qué puede ser calumnia o difamación

Difamar es quitar la fama al otro, diciendo de él, en su ausencia, cosas malas que los que escuchan no conocen, y que no hay por qué decir las, aunque sean ciertas... Calumniar es una acusación o imputación falsa hecha contra alguien con la intención de causarle daño o de perjudicarlo.

El Papa Francisco nos recuerda que *“hablar mal de otro es matar, porque la raíz es el mismo odio: no tienes el valor de matarlo o piensas que es demasiado, pero lo matas de otra manera, con las habladurías, las calumnias, la difamación”*. En el Evangelio escuchamos las palabras de Jesús. *“Pero yo os digo: todo el que se deja llevar de la cólera contra su hermano será procesado. Y si uno llama a su hermano ‘imbécil’, tendrá que comparecer ante el Sanedrín; y si lo llama ‘necio’ merece la condena de la gehenna del fuego”*. Por eso, el Papa Francisco recuerda que *“cuando escuchamos personas de las que se dicen cosas feas”,* hay que recordar siempre que llamando *“imbécil”* o *“necio”* se mata al hermano, porque el insulto *“tiene una raíz de odio”*.

La facilidad de las redes sociales para compartir contenidos nos ha

Fake news: difamación o calumnia

Publicado: Lunes, 22 Julio 2019 01:50

Escrito por Juan Carlos Vásconez

llevado a tener el poder de la difamación a niveles nunca antes conocidos y a solo un click de distancia. El mal producido al compartir estos contenidos tiene consecuencias que no podremos jamás llegar a comprender. Decía Cicerón: *“Nada se expande tan rápido como la calumnia, nada se lanza con más facilidad, nada se acoge con más presteza ni se difunde más ampliamente”*.

Repetir los insultos, o desacreditar a otros porque nos parece divertido, es continuar llamando *“imbécil”* o *“necio”* a una tercera persona que tal vez no conocemos, y esto es difamación, y, por lo tanto, moralmente inaceptable. Señala el Catecismo de la Iglesia Católica que se trata de un pecado contra la justicia; por lo tanto, requiere reparación. Reenviar un mensaje es algo sumamente sencillo, pero debemos estar seguros de que se trata de una información veraz, que no difama o calumnia a nadie. Si tenemos dudas, es mejor no compartir, puede tratarse de una *fake news*.

Juan Carlos Vásconez

Fuente: [Revista Palabra](#).