



El rol de los medios de comunicación frente a las fake news

Julio Cifuentes Mora
 Agencia Digital Cafecargado
 Asesor de El Observador

En la actualidad, la información fluye a una velocidad sin precedentes, pero este fenómeno trae consigo un gran mal: la proliferación de fake news. Es por eso que los medios de comunicación juegan un papel crucial en la lucha contra la desinformación, especialmente en contextos tan delicados como, por ejemplo, las elecciones, donde el impacto de las noticias falsas puede alterar el curso de la democracia.

Un claro ejemplo de cómo las fake news han influido en elecciones es el caso de las elecciones presidenciales en Estados Unidos en 2016. Investigaciones del MIT revelaron que las noticias falsas tenían un 70% más de probabilidad de ser compartidas en redes sociales que las verdaderas. Esta desinformación no solo distorsionó la percepción pública sobre los candidatos, sino que también polarizó aún más a los votantes. La campaña de Donald Trump se benefició significativamente de esta dinámica, donde rumores y noticias inventadas sobre Hillary Clinton alcanzaron millones de usuarios en Facebook.

En nuestro país, las votaciones para los dos procesos constitucionales estuvieron contaminadas con un alto nivel de desinformación a través de redes sociales. El investigador Sebastián Valenzuela, académico de la Universidad Católica, calificó como "brutal" la desinformación en torno a la propuesta de nueva constitución que se votó en 2022.

"El aspecto más problemático", planteó Valenzuela en una entrevista con la BBC, "es que la desinformación se usa no sólo para



generar confusión sobre la propuesta sino como herramienta de ataque. Cuando se dice que no hay protección a la propiedad privada en el texto de la Convención, no se espera que la gente lo crea, porque es cosa de ir a mirar el texto. Eso se promueve para generar una reacción emocional, para que quien reciba el mensaje diga: '¡Viste?, no protegen el derecho a la propiedad, te van a quitar tus cosas'.

Otro ejemplo emblemático es el referéndum sobre el Brexit en el Reino Unido. Según un estudio de la Universidad de Oxford, el 88% de los tuits relacionados con el Brexit contenían información falsa o engañosa. La desinformación sobre las implicaciones económicas y sociales de abandonar la Unión Europea generó confusión y miedo, contribuyendo al resultado final.

En Brasil, durante las elecciones presidenciales de 2018, el candidato Jair Bolsonaro utilizó WhatsApp para difundir información falsa sobre su oponente. Un informe del diario Folha de Sao Paulo expuso cómo grupos de apoyo de Bolsonaro enviaron millones de

mensajes engañosos que distorsionaban la realidad y desvirtuaban la imagen del contendor político, lo que contribuyó a un clima de desconfianza y polarización.

Frente a este panorama, la función de los medios de comunicación tradicionales se vuelve esencial. No solo deben informar, sino también verificar la información y desmentir noticias falsas. Iniciativas como el "fact-checking" se han convertido en herramientas indispensables para restaurar la confianza del público. En Chile, algunos medios y universidades han sido impulsoras de iniciativas de este tipo.

Además, se debe enseñar al público cómo identificar y combatir la desinformación. En esta línea está la campaña "Aguantar, chequear y compartir" que ha llevado adelante el actual Gobierno. La alfabetización mediática es clave para que los ciudadanos puedan discernir entre información veraz y noticias falsas. En este sentido, la colaboración entre plataformas digitales y medios de comunicación es vital. Algunas redes sociales han comenzado a implementar herramientas de verificación y etiquetado de contenido engañoso, pero esta labor debe ser complementada por un periodismo riguroso y ético.

En conclusión, la batalla contra las fake news es responsabilidad de todos y los medios de comunicación, sustentados en su credibilidad, tienen un rol muy relevante en la verificación de la información y en la educación para combatir las fake news. Y en este plano no es menor la confianza que pueden generar, ejemplos como El Observador y sus más de 50 años de trayectoria. Porque solo así podremos proteger la integridad de nuestras democracias y asegurar que la información, en lugar de ser un arma de manipulación, se convierta en un pilar de la sociedad.