

Fake News ¿cómo las podemos detectar?

En primer lugar, necesitamos tiempo y distancia. Vivimos en un contexto comunicativo de inmediatez que no nos permite digerir todas las informaciones que recibimos, multiplicadas y amplificadas por las redes sociales. Cuestionar la credibilidad de la información que nos llega requiere, al menos, una lectura que vaya más allá del titular, la entradilla y la fotografía.

Los medios de comunicación reconocibles, las fuentes de información de autoridades en la materia, todos los organismos que facilitan información de servicio cuentan con perfiles en las redes sociales. Seguirlos y priorizar la información que recibimos a través de ella siempre es buena idea (Mossos, Dirección General de Tráfico, 112, etc.)

No desprecie nuestro instinto, que nos ayuda a estar alerta: muchas veces a primera vista intuimos que detrás de un titular llamativo hay intereses comerciales o políticos, o que, simplemente, se trata de una broma.

Si dudamos, hay otros recursos que podemos aplicar:

De entrada, contrastar con otras fuentes de información es una forma rápida de verificación. Tenemos un sistema comunicativo plural y sería muy extraño que una noticia la diera un único medio y nadie más se hiciera eco. newspapers También nos podemos fijar en la dirección de donde proviene la información: si no la reconocemos y / o lleva un dominio que tampoco nos resulta familiar (contando que cada país tiene sus y que en Cataluña los más usuales pueden ser .cat , .es, .com, .org, .eu, etc.) quizás es mejor no hacer clic en él.

Debemos tener presente que no es lo mismo una empresa periodística que responde a una responsabilidad editorial (véase los criterios deontológicos de los periodistas) que un blogger o un youtub, que no están sometidos al mismo código ético. Es necesario saber distinguir entre información, marketing, propaganda, etc. (En la unidad didáctica de educación A quién me creo encontrará más información).

Los titulares absurdos o escandalosos suelen ser reclamo para sumar clics (técnica conocida como click-bait), es decir, para que el emisor obtenga beneficios económicos. Hay que tenerlo presente antes de clicar.

Igualmente, hay webs satíricas que tienen apariencia de medio de información y, si sólo leemos el titular a través de la página web nos puede llevar a engaño. Si no conocemos la página y nos genera dudas, podemos consultar el aviso legal que se encuentra en la parte final de todas las webs.

Las noticias que prometen curas milagrosas, alertan de desgracias planetarias o de teorías de la conspiración suelen ser accesos directos a webs que incitan al consumo de productos fraudulentos y la información suele estar falseada. Antes de creernos la información o de comprar el producto es mejor consultar con expertos.

Es necesario que tengamos cuidado con las noticias que se difunden y que contribuimos a esparcir por redes de mensajería como WhatsApp o Telegram y que no provienen de medios o cabeceras conocidas, ya que suelen ser falsas. Una pista: suelen estar mal escritas y rellenas de faltas de ortografía. Antes de reenviar las, pensamos en ella. mensajería

A veces las noticias falsas son divertidas y nos hace gracia reenviarlas, pero es mejor no ser cómplices en su distribución. Pensamos en el dicho de calumnia que algo queda. Hay informaciones que pueden perjudicar irreparablemente el prestigio de personas o instituciones.

Recordemos lo que hemos dicho antes, estar bien informado costa. Una dieta mediática sana debería incluir la obtención de la información a través de diversos medios (radio, televisión, prensa, internet) y la capacidad de contrastar las noticias. Con la formación y la práctica iremos incorporando herramientas que nos ayudarán a interpretar de forma crítica las informaciones que recibimos. Hablar en familia también puede ser un buen antídoto para evitar tragar mentiras o medias verdades.

Algoritmo. Dice la Wikipedia que los algoritmos o algoritmos son conjuntos finitos de instrucciones o pasos que sirven para ejecutar una tarea o resolver un problema. Un concepto muy relacionado con el big data y el uso de las huellas digitales que dejamos al navegar por la red. A los algoritmos se les acusa de falta de transparencia y neutralidad. Del famoso algoritmo de Google y cómo funciona en Más información aquí. También encontrará una unidad didáctica de educación dedicada al big data.

Burbuja de filtros. Parece un concepto reciente pero ya hace años que se habla. En resumen, la personalización de la web, los resultados de las consultas que hacemos en Google (filtrados según nuestro perfil) y el uso intensivo de las redes sociales tiene una consecuencia en nuestra vida digital: vivimos en una burbuja donde nuestra realidad paralela se convierte en la única realidad y nos atrapa. Hay mucha literatura sobre el tema y recursos para hacerles frente. Para saber bien de qué hablamos, no te pierdas esta charla TED de Eli Pariser o este otro artículo de Carla Pedret, "Vives en una burbuja y no lo sabes".

Bot. Esta palabra normalmente aparece asociada a los perfiles falsos automatizados que generan respuestas de forma repetitiva, contribuyendo a multiplicar todo lo que circula por Internet, fundamentalmente por las redes sociales. El Centro de Terminología (Termcat) proporciona esta definición: 'programa informático que utiliza técnicas de inteligencia artificial que le permiten interactuar con seres humanos y especialmente ejecutar tareas y responder preguntas planteadas por medio del lenguaje natural'.

Código deontológico. Declaración de principios de la profesión periodística en Cataluña. Disponible para consulta aquí.

Clickbait. O pescadlics según el Centro de Terminología (Termcat). Se trata de una técnica que consiste en redactar titulares pensados para llamar la atención, con información espectacular para obtener el mayor número de clics de usuarios posible. De este modo, las webs obtienen más visitas, más publicidad, y más beneficios económicos. Esta práctica ha hecho crecer el género del infoentretenimiento. En este artículo de Alex Gutiérrez (Diario ARA) y este podcast de El matí de Catalunya Ràdio nos dan algunas herramientas para hacerles frente.

Derecho a la información. La Constitución española recoge el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. Es la base de todo sistema democrático.

Discurso del odio. Instiga violencia, discriminación u hostilidad hacia determinados grupos sociales. Las redes sociales contribuyen a esparcir prejuicios, y muchas campañas como ésta tratan de luchar.

Fact checker. Figura que tienen algunos medios de comunicación para contrastar y verificar los hechos. Los hechos son objetivos mientras que las opiniones deben ser libres y diversas. El boom del fact checking o periodismo de comprobación de datos se ha extendido en paralelo al fenómeno de la postveritat (post-truth). Encontramos fundamentalmente de dos tipos, la verificación de las afirmaciones de políticos en declaraciones a medios o la de rumores o leyendas urbanas que circulan y se hacen virales en las redes.

Fake news. Este término nos sirve para identificar desde las noticias directamente falsas (mentiras) hasta las noticias falseadas (las que conectan hechos reales en contextos falsos, los contenidos manipulados, etc.). Las noticias falseadas responden a una intención política y / o económica.

Hoax. Técnicamente, un hoax o falsa alarma es un mensaje que alerta de un virus o cualquier otro peligro potencial pero que no es real, y tiene por objetivo incitar a los receptores a reenviarlo masivamente para colapsar la red.

Periodismo ciudadano. Con un móvil en el bolsillo, sin ser profesionales del periodismo, todos podemos tener un papel activo en la elaboración y la difusión de informaciones. Sea porque hemos sido testigos de hechos noticiables puntuales o porque opinamos o informamos mediante un blog personal. ¿Somos conscientes de la responsabilidad que tenemos? Para saber más, educación ofrece una unidad didáctica que trata este fenómeno.

Postverdad. Tiene el honor de ser la palabra del año 2016 según el diccionario Oxford, que la define como el tipo de información donde los hechos objetivos tienen menos influencia que las llamadas a la emoción y las creencias personales. Muy ligado también al concepto de "hechos alternativos".

Pluralismo. Una información veraz y objetiva debe dar voz a múltiples puntos de vista y ser respetuosa con el pluralismo político, social, y cultural. El Consejo del Audiovisual de Cataluña es responsable de velar por el cumplimiento de todos los tipos de pluralismo que prevé la normativa reguladora del audiovisual en Cataluña. Los usuarios de medios podemos presentar una queja si creemos que no se están cumpliendo estos criterios.

Responsabilidad editorial. Es exigible a las páginas web que sean la versión electrónica de publicaciones existentes en otros soportes o también aquellas que, nacidas en la red, tengan una cabecera y unos contenidos que las hagan ser percibidas como publicaciones informáticas.

Trol. Y troleo. Hay muchos controles en las redes sociales y no son exactamente los monstruos de la mitología escandinava. Este adjetivo se asocia a todos los perfiles que se dedican a comentar tóxicos con mala fe, o a mentir directamente, con la intención de provocar, de escarnecer o de incendiar los debates en foros o comunidades virtuales.