

DESINFORMACIÓN no es sinónimo de *fake news*

LEÓN HERNÁNDEZ

El presente trabajo trata, intenta sería el término más apropiado, de desentrañar la significación y diferencia de algunos términos que en esta etapa de la comunicación y la información mediada por las nuevas tecnologías se han puesto de moda. Nos estamos refiriendo a los *fake news* y la *desinformación*. El artículo va diseccionando conceptualmente el sentido de esos términos en los campos de aplicación en donde se mueve hoy la comunicación y la información.

INTRODUCCIÓN

Desinformación, *fake news*... los términos se entrecruzan, se yuxtaponen. Se realizan generalizaciones o se pretende describir una parte con el nombre del todo, haciéndose sinécdoque para decir que “*fake news* es desinformación” o señalar que “no se dice *fake news*, sino desinformación”, haciéndose metonimia para crear la sensación de que como el *fake news* puede causar desinformación, son sinónimos, y en esa trasnominación se pierden aspectos integrales de ambos términos, que no son necesariamente coincidentes.

El objetivo es adentrarse en el desplazamiento de los “tropos”, que se mueven en estas palabras, traídas a colación de ciertos fenómenos comunicacionales aún en la mesa de disección, y que surgen como padecimientos propios del mundo contemporáneo, preocupado por la verdad —¿alcanzable de manera absoluta?— y afectado por potenciaciones de la capacidad de comunicar que ahora tiene todo ciudadano que accede a la red de redes.

Se dejan de lado recientes posturas que han definido ciertas certezas y choques terminológicos, para dar paso a nuevas preguntas, revisiones del efecto en los receptores más que de la intención de los emisores, en aras de abstraer lo suficiente para ir abonando el terreno hacia nuevos desplazamientos conceptuales, mientras todo el entramado va consiguiendo las mejores palabras para hacer frente a ciertos hallazgos, a nuevos cortes del bisturí lingüístico vinculado con lo comunicativo relacionado a lo falso, a lo falseado, a lo hecho con intención de desinformar, engañar, pero también, en suma, a todo cuanto implica interferencia que irrealidades mediadas puedan causar en la percepción de terceros, accidental e intencionalmente, en los complejos artes de decir y escuchar actuales.

¿USAR “DESINFORMACIÓN” PARA NO COMPLACER A LAS MALAS LENGUAS?

En algunos sectores gremiales del ámbito global y local, preocupados por mecanismos de censura, habría la intención de evadir el hablar de

DOSSIER

(...) ¿todo *fake news* está hecho con la intención clara de desinformar, como corresponde a la motivación intrínseca consecuente de la acción desinformar, así definida? La palabra *fake news*, anglicismo, no está en el diccionario de la Real Academia Española. Se recurre al término “bulo”, que sí está en la lengua hispana, comúnmente empleado como sinónimo.

fake news, a fin de restar fuerza a la narrativa con la cual presidentes de diversos gobiernos han acompañado a estas palabras para estigmatizar la crítica periodística. La investigadora, reportera y docente italiana, Simona Levi, experta en el área de democracia digital, comunicación y acción colectiva contra la corrupción, cae en cuenta de esta angustia terminológica y

hace mención a la tendencia de omitir con pinzas los vocablos *fake news*, con el uso del desempolvado y vuelto al ruedo –‘desinformación’–, al cual le otorga no solo validez, sino también más amplitud.

Algunas voces consideran que el de *fake news* no es un término útil para ello, principalmente por dos motivos: en primer lugar, porque lo consideran un concepto inadecuado o insuficiente, ya que no captura toda la complejidad de las formas de manipulación informativa, que incluye información no propiamente ‘falsa’; en segundo lugar, porque, actualmente, el término puede inducir a confusión, ya que poderosos

actores se han apropiado de él para deslegitimar informaciones veraces pero incómodas y atacar a medios rigurosos solo por el hecho de ser críticos. Por esta razón, en ciertos ámbitos se rechaza usar el término *fake news* y se prefiere utilizar el término desinformación. Como veremos, ciertamente se trata de un problema de desinformación. La desinformación no comprende solo la información falsa, sino que también incluye la elaboración de información manipulada que se combina con hechos o prácticas que van mucho más allá de cualquier cosa que se parezca a noticias, como cuentas automáticas (bots), vídeos modificados o publicidad encubierta y dirigida.¹ (Levi, 2019, p. 21)

En cuanto a la insuficiencia o inadecuación del constructo *fake news*, no pocos analistas de organizaciones que tienen por objeto la detección de bulos han constatado una exacerbación de los métodos de falseo más allá de las meras estrategias que se nutren de la morfología de noticias. En un artículo previo propongo que la expresión “contenido falseado” se considere como candidata, por poseer mayor amplitud y

aludir a partículas o especies de contenido con distorsiones de lo real, influidos por estrategias de propaganda, tratamiento parcial de los hechos, uso de pseudociencia, descontextualización, usurpación de identidad, o manejo errático de información sensible², recursos o elementos no necesariamente presentes en todos los casos de desinformación.

En la cita a Levi se aprecia además que no toda desinformación es *fake news*. Si un término no tiene la misma dimensión constitutiva de elementos que otro, no son sinónimos; en este caso, la desinformación podría contener al otro y esto posiblemente no siempre, de acuerdo con el manejo que sobre la intencionalidad haga cada investigador.

LO NO MAL INTENCIONADO, PERO ERRÁTICO, ¿ES DESINFORMACIÓN?, ¿ES *FAKE NEWS*?

Se comenzará aludiendo a lo literal, para luego ir tocándose otras aristas. El concepto de la Real Academia Española sobre desinformar se aprecia en esta captura de pantalla, correspondiente al 15 de enero de 2020.³

En cuanto a acción, entonces, se aprecia que

desinformar Conjugar

1. tr. Dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines.
2. tr. Dar información insuficiente u omitirla.

no solo se alude al “dar información intencionalmente manipulada al servicio de ciertos fines”; sino que también tiene que ver con “dar información insuficiente u omitirla”.

Es decir, no solo se apela al término para referir formas de emitir falsedades en el discurso público, a la creación de *fake news* en redes o a la propagación de contenidos falseados cualquiera estos fuesen; también se refiere el vocablo, en cuanto a verbo, a “omitir” o “dar información insuficiente”, es decir, se ajusta a ocultar o convenientemente dejar de informar al público, por tanto, hace alusión a evitar el acceso a la información pública.

Pero incluso, el “dar información intencionalmente manipulada” no remite exclusivamente al uso de *fake news*, también hay mecanismos de mentiras asociados a la propaganda, a la defensa comunicacional de posturas ideológicas de ciertos gobiernos, a vocería oficial cargada de distorsiones de la realidad en función de ocultar información privilegiada, entre otras argucias. Desinformar, entonces, abarca más actos que crear *fake news*, aunque podría incluirlos.

Veamos el otro lado del silogismo: ¿todo *fake news* está hecho con la intención clara de desinformar, como corresponde a la motivación intrínseca consecuente de la acción desinformar, así definida? La palabra *fake news*, anglicismo, no está en el diccionario de la Real Academia Española. Se recurre al término “bulo”, que sí está en la lengua hispana, comúnmente empleado como sinónimo.

bulo

Quizá del caló *bul* 'porquería'.

1. m. Noticia falsa propalada con algún fin.

Propalar, tiene connotación negativa, a diferencia de propagar, que podría ser para difundir lo bueno y lo malo. Es probable, entonces, que, como bulo, un *fake news* siempre tenga la intención de desinformar o cumplir algún propósito moralmente incorrecto.

No obstante, ¿qué ocurre cuando, por manejo errático de información sensible, se falsea el contenido de manera orgánica, aparentemente sin intencionalidad o de manera no atribuible a un laboratorio de desinformación? En la narrativa, teóricos han intentado desvincular estos errores con la idea de un “contenido falseado”, es decir, han puesto una barrera entre lo que se falsea adrede y lo que se debe a carencia de información o errático uso de la misma.

Los investigadores estadounidenses y franceses han separado la desinformación culposa o por error (missinformation, mésinformation) de la que se presenta con premeditación y dolo (disinformation, désinformation), con lo que han delimitado dos

campos de estudio distintos cuya diferencia se basa en la preterintencionalidad del agente desinformante. (Romero, 2014)⁴

Romero (2014) reconoce que en la no inclusión de lo errático y no intencional en el término se deja por fuera elementos desinformativos apelando a su voluntariedad y no a sus efectos. A fin de cuentas, para el emisor implica una revisión deontológica en los fines legítimos de su comunicación, pero, ¿qué pasa por la mente del receptor que desconoce el engaño? ¿Un contenido falseado, consumido como veraz, deja de ser desinformativo en función a los intereses del emisor? ¿La intención del emisor es legible en el contenido, como para proteger al receptor de los efectos del mensaje en su percepción?

Levy (2019) encuentra que la separación de lo no intencional de lo premeditado podría ser acomodaticia en función de escudar a quienes, sin querer, tales como los propios ciudadanos o incluso medios y periodistas, generan un contenido falseado sin premeditación. Con un concepto que los excluye por su falta de intención en manipular, señala la autora, se les aparta de un problema del cual forman parte importante. Contradiendo a muchos autores que estiman que la desinformación solo existe cuando es intencionada, Levi señala que la misma incluye información engañosa, inexacta, como resultado de algo premeditado, pero también de la inercia y la mala praxis.

DESINFORMACIÓN (UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICA DEL TÉRMINO)

El término desinformación fue empleado a principios del siglo XX por el régimen soviético (*disinformatija* o *disinformacija*), para referirse a la actividad vinculada a la difusión de noticias parcial o completamente falsas, en el intento de influenciar a la opinión pública, desorientándola⁵. Cuando los rusos emigraron a Francia, al acabar la Primera Guerra Mundial, relataron

Pero incluso, el “dar información intencionalmente manipulada” no remite exclusivamente al uso de *fake news*, también hay mecanismos de mentiras asociados a la propaganda, a la defensa comunicacional de posturas ideológicas de ciertos gobiernos, a vocería oficial cargada de distorsiones de la realidad en función de ocultar información privilegiada, entre otras argucias.

DOSSIER

que la policía bolchevique utilizaba dicha expresión, refiriéndose a las acciones destinadas a impedir la consolidación del régimen comunista en Moscú⁶. De allí, su acepción posterior, en 1944, en el Diccionario de la Lengua Rusa, editado en 1949, que definía la desinformación como “la acción de inducir al error por medio de informaciones mentirosas”, nótese que desde

entonces se hablaba de provocar cierto comportamiento en los receptores, pero además, se admitía que había “informaciones mentirosas”⁷.

No podía faltar en el Diccionario de la Lengua Rusa el aspecto ideológico, pues también incluía la acepción “la desinformación de la opinión pública llevada a cabo en los países capitalistas” y en 1952, en la Gran Enciclopedia Soviética, se le consideró “la distorsión que los Estados Unidos

ejercían sobre la opinión pública mundial, a través de su enorme potencial informativo” (Rodríguez Andrés, citando a Jaquard, 1958). A fines de la década de los 50, refiere Rodríguez Andrés, serían los propios rusos los que, a través del servicio secreto de su KGB, establecerían oficinas de desinformación, aspectos que emularon en los 60 otras naciones, como Alemania oriental, Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Bulgaria, para ese entonces, de corriente socialista. Se le consideró un instrumento para condicionar a los individuos.

EN CUANTO A EFECTOS, SÍ PUEDE HABER NOTICIAS FALSAS

Hagamos un paréntesis. El anglicismo *fake news* ha gozado de un ángulo crítico por quienes lo traducen de manera literal como “noticias falsas”, y señalan que tal apreciación sería un contrasentido, un “oxímoron”, alegando que si es noticia, no puede ser falsa. El problema de esta postura es que atribuye un axioma según el cual una noticia tiene que ser verdadera de manera ontológica, es decir, verdadera por definición. La frase “si es noticia es verdadera”, supone varias objeciones.

¿Quién decide que es verdadera?, ¿solo el emisor? Y si el receptor la ve como noticia y la viraliza, ¿qué la devuelve a la ficción? ¿Qué la define como tal, su uso, sus intenciones, su real apego a lo real? ¿Qué sucede con la experiencia de las noticias falsas que han acompañado al hombre en la historia de la humanidad?

Posiblemente, al decir que una noticia es verdadera por serlo se incurre en una falacia por generalización apresurada, que, en terrenos de la lógica, se trata de basamento fallido producto de inferir una visión general a partir de una evidencia insuficiente.

En efecto, en la historia, ha habido noticias sobre declaraciones falsas, con mentiras que involucran a factores de poder, con consecuencias en el sistema de creencias de la sociedad y con impacto en la toma de decisiones. Las revelaciones del FBI a pocos días de culminar el proceso electoral estadounidense en 2016 sobre Hillary Clinton, por citar un caso. Ha habido manejo informativo polémico de naciones involucradas en conflictos armados, con omisiones de bando y bando, que ha llevado a popularizar la idea de que la primera víctima de la guerra es la verdad.

A diario, lectores de prensa apelan a los medios que refuercen sus posturas, adaptando sus percepciones de la realidad a lo que quiere ver y escuchar. Por supuesto, aún en la peor de las coyunturas, hay profesionales del periodismo que luchan a diario con las presiones de todas las direcciones en defensa del apego a la verdad, traducido, en la praxis, como la producción de contenidos veraces. Apelemos al texto de Bernard Williams (2002) *Truth & truthfulness* –en español *Verdad y veracidad*–, para aproximarnos a una visión crítica sobre lo que los científicos sociales llaman “la verdad”. Ante el desapego a posturas dogmáticas, Williams refiere que existe, a lo sumo, un compromiso en los pensadores modernos hacia la veracidad y desconfianza frente a la idea de verdad.

El anhelo de veracidad pone en marcha un proceso de crítica que debilita la convicción de que haya alguna verdad segura o expresable en su totalidad. [...] Algunas explicaciones propuestas que pretendían dar con la verdad sobre el pasado se han revelado tendenciosas, ideológicas o interesadas. (Williams, 2006: P. 13)

Posiblemente, al decir que una noticia es verdadera por serlo se incurre en una falacia por generalización apresurada, que, en terrenos de la lógica, se trata de basamento fallido producto de inferir una visión general a partir de una evidencia insuficiente.

Williams tiene en sus influencias a Nietzsche, a quien atribuye el ser uno de los primeros negadores de la existencia de una verdad. El alemán estima que “la verdad” es “una hueste en movimiento de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realzadas, extrapoladas y adornadas poética y retóricamente, y que, después de un prolongado uso, un pueblo considera firmes, canónicas y vinculantes”. (Nietzsche citado por Williams, 2006, p: 15).

La ciencia de Williams es la Historia, pero bien su aproximación brinda al comunicador, de manera fehaciente, un camino conceptual para descomponer el término veracidad en dos grandes virtudes: la precisión y la honestidad, la primera reflejada en el correcto arqueo y uso de la data en procura de la exactitud; la segunda, referida a la supresión de los deseos, miedos y ambiciones en el abordaje narrativo, que permite reflejar sinceridad en la presentación de los sucesos.

OPINIÓN PÚBLICA... EL SISTEMA DE CREENCIAS, ¿PUEDE SER “FALSEADO”? (A MODO DE CONCLUSIÓN)

Entonces, en primer lugar, la consistencia interna de una noticia vendría dada por su apego a la verdad, expresado, de manera visible, en si cumple con las virtudes que le permitan ser veraz –ser exactos con la data y honestos en su tratamiento–. Pero, ¿quién decide si una noticia, por ser tal, no puede ser falsa? ¿Es la intención del mensaje un antídoto contra el engaño en el receptor?

Surgen además otras preguntas deontológicas para el debate. ¿Acaso, todo lo considerado noticia, es, por definición, verdadero? ¿Podría ser considerado el periodista –todo profesional en la comunicación de informaciones– un hacedor de verdades cotidianas incorrupto, en un mundo tan complejo, lleno de intereses, ambiciones, miedos y deseos que pudiesen limitar su consideración de sinceridad en la narrativa?

La desinformación, estratégica u orgánica, tiene en los contenidos falseados, en los *fake news*, evidencias de la disminución de la calidad informativa de una sociedad.

El comunicador puede estar deontológicamente apegado a la verdad y sin embargo, por error el tratamiento informativo al cubrir una declaración de un vocero que sigue un guion de desinformación, puede publicar una noticia cargada de falsedad de origen, porque se convirtió su mensaje en la extensión de una mentira en el discurso público que no pudo filtrar con ojo crítico. Y en la aplicación de la lupa que gracias a una investigación profunda lo hace desmentir tal falsedad, puede ser acusado de crear *fake news*, en la manipuladora defensa de un régimen adverso a la libre circulación de información veraz. Tal uso político no debe ir en desmedro de la terminología, ni obligar a ser prudente en el uso de las palabras, con la excusa de no querer complacer la narrativa censuradora de algunos sectores.

Pero veamos más allá, al receptor. El receptor también define, en su individual percepción –inconsciente de las verdaderas ‘intenciones’ del emisor– qué es noticia. Su interés, su necesidad, su lectura supone la consumación de la existencia de la noticia per sé. En su derecho como destinatario de una comunicación, el lector, el oyente, el televidente, el usuario de un teléfono digital toma lo que le fue enviado o presentado como noticia y reacciona ante ella, compartiéndola, incorporándola o no a su creencia. Este contenido le causa efectos en su percepción de la realidad, si no tiene capacidad de distinguir lo veraz de lo falso o de lo falseado, o si no tiene dudas que le lleven a verificar lo que percibió antes de contribuir a su viralización.

De allí que su vulnerabilidad, sobre todo la de receptores con entornos informativos restringidos, marcados por otras estrategias desinformativas tales como inaccesso a la información pública, censura y una máquina de propaganda oficial, sea aprovechada por creadores de bulos de oficio. De allí la viralización, mal intencionada o no, de ciertos errores periodísticos por mal manejo de data sensible.

¿Entonces podemos afirmar que una noticia por ser noticia es verdadera? Idealmente, como apriorismo, sí; empíricamente, experiencias en el campo evidencian que tal vez no. Pudiese decirse que toda noticia procesada bajo estricto apego a valores deontológicos del periodismo, y

DOSSIER

en estricto compromiso con lo veraz, aportará al receptor un enfoque narrativo apegado a la realidad; pero no afirmar que todo lo que recibe un usuario de redes sociales, presentado como noticia o contenido legítimo, cumple estos parámetros, mucho menos que ese contenido falseado no capitalizará cambios en su comportamiento, al hacerle creer que algo irreal, fantasía orgánica o engaño dirigido, es cierto.

Se puede hacer uso de una metáfora para describir la opinión pública. Esta se conforma por el sistema de creencias. Si citamos a Hume, en su *Tratado de la naturaleza humana*, una creencia está conformada por impresiones (sentimientos) e ideas (pensamientos). Pero apelamos a este filósofo británico del siglo XVIII porque da a la palabra creencia una dimensión más profunda, pues en su naturalismo el término sustituye al conocimiento mismo. Es decir, la creencia, conformada por sensaciones e ideas, permite al hombre acceder al mundo y compartirlo, es lo que, en suma, da sentido a su vida.

En el ámbito político podríamos representar a la desinformación como una mesa de tres patas, conformada por un lado por una máquina gubernamental de propaganda ideológica, una mordaza estructurada (censura), por otro, y laboratorios de contenidos falseados, en el tercero. En algunos casos, puede que los *fake news* sean la hipotenusa del triángulo, pero como cateto, no sustituye a esta forma geométrica de tres puntos. La desinformación puede ser representada así, como un triángulo de opacidad, censura y manipulación.

LEÓN HERNÁNDEZ

Periodista, profesor universitario, investigador del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, coordinador del Observatorio Venezolano de Fake News, miembro de la cohorte 2016-2017 del programa Next Generation Leaders del McCain Institute de la Universidad de Arizona. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Referencias

- Diccionario de la Real Academia Española. Disponible en https://dle.rae.es/desinformar?m=30_2. Consulta realizada el 15 de enero de 2020.
- HERNÁNDEZ, León (2019): *Más allá de las fake news, los contenidos falseados como componentes de la desinformación en Venezuela*. Documento en Línea, disponible en <https://www.medianalisis.org/mas-alla-de-las-fake-news/>
- HUME, D. (1739): *Tratado de la naturaleza humana*. Volumen I. Edición en español de 1984. Madrid, España: Ediciones Orbis.
- LEVI, S. (2019): *#FakeYou, fake news y desinformación*. Rayo Verde Editorial.
- RODRÍGUEZ, A. (2017): *Fundamentos y concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones institucionales*. Editorial Complutense. Documento en Línea, disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/59843>
- ROMERO, L. (2014): *Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Universidad de Huelva. [Documento disponible en línea en file:///C:/Users/win10prueba/Downloads/332570539-Pragmatica-de-La-Desinformacion.pdf]
- WILLIAMS, B. (2002): *Verdad y veracidad*. Edición en español de 2006. Barcelona, España: Tusquets Editores.
- ZANACCHI, A. (2006): *Opinione pubblica, mass media, propaganda*. LAS (Libreria Ateneo Salesiano).

Notas:

- 1 LEVI, Simona (2019): *#FakeYou, fake news y desinformación*. Rayo Verde Editorial. Página 21.
- 2 HERNÁNDEZ, León. *Más allá de las fake news, los contenidos falseados como componentes de la desinformación en Venezuela*. Documento en Línea, disponible en <https://www.medianalisis.org/mas-alla-de-las-fake-news/>
- 3 Fuente: Diccionario de la Real Academia Española. Disponible en https://dle.rae.es/desinformar?m=30_2. Consulta realizada el 15 de enero de 2020.
- 4 ROMERO, Luis (2014): *Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Universidad de Huelva, [Documento disponible en línea en file:///C:/Users/win10prueba/Downloads/332570539-Pragmatica-de-La-Desinformacion.pdf] P. 23
- 5 ZANACCHI, Adriano (2006): *Opinione pubblica, mass media, propaganda*. LAS (Libreria Ateneo Salesiano). P. 280.
- 6 RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto (2017): *Fundamentos y concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones institucionales*. Editorial Complutense. Andrés brinda en el texto detalles históricos sobre el término “desinformación”, destacando que la movilidad del término se debió, en ocasiones, a funciones ideológicas.
- 7 *Ibidem*. Página 323.