

Claves para combatir las “fake news” o mentiras difundidas en las redes sociales

Date : septiembre 21, 2017

Las redes sociales como Twitter o Facebook se han convertido en una fuente inagotable de noticias inmediatas que tienen la capacidad de propagarse como la pólvora. Esta inmediatez hace que en algunas ocasiones tomemos como buenas noticias que, en ocasiones, son falsas. Esto es lo que le pasó a Beltrán Courbis, estudiante de 1º de la ESO en el colegio Jardín de África, en Santander, España. Apenas unos minutos después del atropello que acabó con la vida de quince personas en los atentados terroristas de Barcelona en el mes de agosto, recibió por WhatsApp los primeros vídeos sobre las víctimas que ya empezaban a circular por Internet y, unos minutos más tarde, le llegó un mensaje publicado en una red social sobre el atrincheramiento de dos terroristas en un bar de la zona atacada. Esta última noticia resultó ser un bulo. La policía no tardó en desmentirlo a través de las mismas redes sociales que fueron usadas para su difusión, pero Beltrán ya lo había compartido con sus amigos, sin pensar por un instante que la noticia fuera falsa. “Es la primera vez que soy consciente de que me pasa. Seguro que antes de esto he compartido vídeos o noticias de cosas increíbles o raras que veo por ahí sin saber si son ciertas o no”.

Estas noticias falsas que circulan durante un tiempo por la red antes de ser desmentidas son lo que se llaman “fake news” y pueden causar estragos en la reputación de las personas implicadas en las mismas e incluso de las empresas, que pueden ver incluso cómo sus acciones bajan ante la publicación de información errónea o malintencionada. Sin embargo, para Teresa Cardeñosa, Account Executive de la consultora de marketing online The Social Media Family, la mayor repercusión de las noticias falsas guarda relación con el propio lector, “quien habrá sido engañado y estafado (incluso económicamente). Pero la repercusión puede ser mayor si hablamos de comunidad”. Y es que las “fake news”, que han existido siempre, han adquirido un mayor protagonismo a partir de la especulación de que pudieron influir en el resultado electoral de EEUU que llevó a Donald Trump a la presidencia de este país.

Pero no solo se publican y viralizan vídeos y noticias falsas con fines políticos, también para conseguir llamar la atención de los usuarios y aumentar el número de visitas y seguidores, lo que en última instancia puede aumentar los ingresos del sitio web o individuo que genera la noticia. Independientemente de los fines con que se creen las “fake news”, lo cierto es que están perjudicando la reputación de compañías como Facebook o el buscador Google porque sirven de vehículos para su difusión, lo que les ha obligado a poner en práctica medidas de tipo económico, tecnológico y editorial para frenarlas. Por ejemplo, en un primer momento, FB decidió quitar ingresos por publicidad a los medios que publicaran contenido falaz; además, se contrató a más personal para verificar lo que se publica o emite en la red social; y, de forma más reciente, se ha creado un nuevo apartado de “artículos relacionados” que acompañarán a las noticias compartidas con el objetivo de mostrar otras noticias de contenido similar, pero veraces, cuyo objetivo es refutar las noticias falsas.

Sin embargo, estas medidas y otras no han conseguido acabar con la proliferación de las “fake news”. Los expertos señalan que la mejor manera de combatir las es enseñar a los usuarios a identificarlas. No es fácil, pero Cardeñosa te ofrece algunas pistas que te ayudarán a lograrlo:

- **Diferencia entre “fake news” y noticias satíricas.** En primer lugar, debemos fijarnos en la procedencia del contenido y comprobar que no estamos leyendo una noticia de algún portal satírico como *El Mundo Today* o *The Onion*. Las noticias de estas páginas no pretenden engañar, sino que están escritas en un tono humorístico, aunque en ocasiones pueden “pasar por reales”.
- **Sentido común en el propio contenido.** En ocasiones existen razones ideológicas para publicar un contenido falso. Debemos ser ‘objetivos’ y buscarle el sentido común, sobre todo si estamos ante noticias alarmistas, apocalípticas o demasiado oportunas.
- **Procedencia del portal.** Además del contenido, debemos fijarnos en la procedencia del propio portal que

publica la noticia. Herramientas como whois.icann.org o who.is nos permiten identificar quién anda detrás de la página o la fecha de creación del sitio. Si la web es de reciente creación o si procede de un país ajeno al contenido tratado, podemos estar ante una noticia falsa.

- **Ubicación del servidor.** Otras herramientas, como [mustat](http://mustat.com), nos ayudarán a saber dónde está alojado un dominio. Si está ubicado en [paraísos fiscales](#) [que ofrecen ventajas fiscales para los domiciliados en su territorio] u otros países de dudosa reputación, duda del contenido vertido.
- **Contrastar la información.** En los tiempos de inmediatez que corren, resulta fundamental comprobar, por nosotros mismos, si la información ha sido contrastada correctamente.
- **Sitios con publicidad excesiva.** Otro de los motivos que nos pueden hacer dudar del propio contenido, es la cantidad de publicidad que tenga alrededor: banners y, sobre todo, formatos intrusivos como los popups.

Ahora que ya cuentas con más información para lograr identificar una noticia falsa, ¿qué acciones puedes tomar como usuario? Gracias a las últimas decisiones tomadas por Google y Facebook para identificar las “fake news”, añade Cardeñosa, “ahora es mucho más sencillo denunciarlas”. Fíjate y busca las nuevas herramientas que están incorporado estas compañías. Pero, sobre todo, no contribuyas a que la bola se haga más grande y no compartas contenido que te parezca sospechoso.