
¿Nos importa la verdad?

Apuntes sobre la Postverdad y las “Fake News”
desde la perspectiva de la libertad de expresión

Por: Sandra Miranda De Paz
Ex Directora de la Comisión de Investigación- Ius Inter Gentes

“Consider how far Donald Trump is estranged from fact. He inhabits a fantastical realm where Barack Obama’s birth certificate was faked, the president founded Islamic State (IS), the Clintons are killers and the father of a rival was with Lee Harvey Oswald before he shot John F. Kennedy”

“Art of the lie” – The Economist

En 2016, el Diccionario Oxford escogió el término “post-verdad” (*post-truth*) como su palabra del año y la definió como aquel acontecimiento en donde las emociones o las creencias personales influyen en la opinión pública mucho más que los hechos objetivos. Si bien este término ya era utilizado con anterioridad, el año pasado tuvo una particular repercusión a nivel global. Y no es para menos. De un tiempo a esta parte, han estado ocurriendo una serie de sucesos que requieren enunciarlo.

Pero hay quienes van más allá, como el semanario *The Economist*, el cual advierte que la post-verdad no es solo una maraña de verdades alternativas en donde cada uno escoge a cuál darle crédito (lo cual ya es bastante decir), sino que es, principalmente, “el arte de la mentira”. Así entonces, podríamos definirla desde dos perspectivas:

- Como la inclinación por informarse y/o reproducir relatos que emocionalmente son más afines, lo que en lenguaje coloquial sería: “*lo que me conviene creer*”.
- Como aquellos hechos o datos que tienen la apariencia de ser oficiales, incontrovertibles y objetivos.

Sin duda, el segundo ítem es mucho más peligroso, porque induce a error a quienes sí desean recibir información veraz e –incluso– están dispuestos a asumirla a pesar de no ser afín a sus intereses o creencias. Cabe señalar, que ello se agrava cuando estamos en época de elecciones o se vinculan con temas de interés público.

El año pasado, por ejemplo, los ingleses acudieron a las urnas para un referéndum que les consultaba si deseaban seguir perteneciendo a la Unión Europea (UE) o salir de ella. La



mayoría votó por abandonar a la UE, hecho que se conoce como “*Brexit*”¹. Pero, ¿cuál fue la motivación principal para que las y los ingleses voten por su salida de la UE?

Durante meses, los líderes de la campaña del “*Brexit*” recorrieron las calles en un bus, el mismo que contenía dos potentes mensajes de campaña:

- “*Cada semana, el Reino Unido manda más de 350 millones de libras esterlinas a la UE*”.
- “*Si los británicos abandonan la UE, todo ese dinero se invertiría en el NHS*”, (siglas del Servicio Nacional de Salud).



En la imagen: Boris Johnson, uno de los líderes del *Brexit*.
Fuente: *The Independent UK*

Dicha información también fue replicada en medios y redes sociales. Sin embargo, días después de haber ganado el referéndum, Nigel Farage, uno de los líderes de la campaña a favor del *Brexit*, se presentó en el programa “*Good Morning Britain*” y desmintió esa información.

Al ser consultado sobre si podía garantizar que el dinero que se enviaba a la UE se derivaría al Servicio Nacional de Salud, respondió: “*No, no puedo (garantizarlo)*”. Y no solo no pudo, sino que añadió: “*nunca hubiese dicho eso, fue uno de los errores de la campaña*”². Poco importaron entonces, los estudios que advertían del riesgo del *Brexit* y los fines subalternos de separarse de la UE.

¹ Viene del término “*Britain*” por Gran Bretaña y “*exit*”, que significa salida. A los que deseaban permanecer en la UE, se los denominaba **Bremain** (Britain y Remain: permanecer).

² Cuenta Oficial de YouTube de “*Good Morning Britain*”: “*Nigel Farage Admits NHS Claims Were A Mistake | Good Morning Britain*” <https://www.youtube.com/watch?v=cA3XTYfzdII>



Ese es solo un ejemplo específico de información dirigida a captar la atención de la población y obtener respaldo popular. Y la gente cree, o al menos cree hasta que la realidad le desborda. De hecho, al día siguiente del referéndum, *Google Trends* arrojó “¿Qué significa la UE?” como la segunda búsqueda más consultada en Reino Unido.



Fuente: Cuenta Oficial de Twitter de *Google Trends* (24.06.16)

La batalla en las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* son mucho más complejas de reportar y diferenciar. Los conocidos “*bots*” y “*trolls*” trabajan de manera conjunta para difundir propaganda y manipular opiniones, especialmente en la política y en el marketing. De acuerdo a la Universidad de Oxford, éstos tuvieron un rol protagónico en el referéndum inglés³.

El caso de Estados Unidos es de proporciones mayores. El actual presidente Trump sabe que existe desconfianza en las autoridades y las instituciones, problema ha sabido capitalizar bastante bien, pues su desinformación va desde el lugar de nacimiento del ex presidente Obama, el incremento de la delincuencia en su país, hasta la cantidad de personas que asistieron a su toma de mando⁴. Todo lo anterior, antes que opiniones o pensamientos propios, son hechos fácticos fáciles de contrastar, pero ¿qué sucede cuando incluso el dato objetivo no es suficiente?

Por ejemplo, en uno de sus mítines de campaña, Donald Trump señaló: “*el año pasado, los homicidios incrementaron en un 17% en las 50 ciudades más grandes de Estados Unidos, el aumento más alto en 25 años*”⁵. Lo que evita mencionar es que desde 1990, las tasas de

³ Sulleyman, Aatif. “*Brexit: pro-leave twitter bots played ‘strategic role’ in EU Referendum result, say Oxford University*”. (En línea) <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/brexit-twitter-bots-pro-leave-eu-referendum-result-oxford-university-study-a7800786.html>

⁴ De hecho, según la Universidad de Stanford, en las últimas elecciones de Estados Unidos, se registraron 156 noticias falsas, las cuales favorecieron a uno u otro candidato y fueron compartidas en una famosa red social un total de 37,9 millones de veces. En: Allcott, Hunt y Matthew Gentzkow. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. Pág. 13.

⁵ CNN. “*Falso o verdadero: qué es verdad y qué no de lo que dijo Trump*” (En línea)



criminalidad han caído casi 50% y solo algunas vieron un incremento poco significativo un año antes de la campaña. A pesar que el crimen ha disminuido, un alto porcentaje de estadounidenses siente que ha aumentado, y a lo que juega Trump es, justamente, a sincronizar con esa percepción.

Pero más relevante que la distracción, es esta nueva ola de desinformación que afecta gravemente al pluralismo democrático y que puede terminar por destruir a medios de comunicación que informan con diligencia.

¿Cómo conciliar la desinformación a la luz del derecho a la libertad de expresión? Hace algunas semanas, la ex Relatora para la Libertad de Expresión de la CIDH, Catalina Botero, se refirió a esta problemática desde el ámbito jurídico. Botero señala que para identificar una noticia falsa (*“fake news”*), deben concurrir –necesariamente– estos tres elementos⁶:

- i) Un elemento objetivo: es decir, que la información que se difunde sea falsa.
- ii) Un elemento cognitivo: la persona que difunde la información sepa que es falsa.
- iii) Un elemento volitivo: la persona quiere inducir al error, quiere transmitir esa información a sabiendas que es falsa.

Encontrarnos ante un escenario como el descrito da cuenta de un discurso falso. En la actualidad, empresas como *Facebook*, han realizado intentos para poder reportar las noticias falsas dentro de su red social. Pero en la era digital no solo son los medios o los periodistas los que difunden información, por lo que el riesgo de desinformación aumenta.

No obstante, el problema es más complejo de lo que parece. Volvamos a Trump. Fácticamente, Trump personifica por antonomasia las *“fake news”*, pero, él mismo acusa a CNN de ser un medio que reproduce *“fake news”*. Tildar constantemente a un medio de ser un productor y difusor de noticias falsas, y que eso no sea cierto, lleva consigo un interés por estigmatizarlo. Acusación que es muy rentable si es que el medio es opositor al régimen: si logran predisponer a la población de que el contenido va a ser falso ¿quién les va a creer?

<http://cnnespanol.cnn.com/2017/03/01/detector-de-mentiras-que-es-verdad-y-que-no-de-lo-que-dijo-trump/>

⁶ Eco Tv Panamá. Conversatorio: *“Las Fake News en la era de la desinformación”* (En línea) https://www.facebook.com/Ecotvpanama/?ref=hf&hc_ref=ART7Xd5o6OSv_ou9iqpHPpbnO6uUcMpx6leKz0h-HPpQELasxDxEGR0nynOpBLA8pwE



Donald J. Trump 
@realDonaldTrump

Seguir 

So they caught Fake News CNN cold, but what about NBC, CBS & ABC? What about the failing @nytimes & @washingtonpost? They are all Fake News!

5:47 - 27 jun. 2017

Fuente: Cuenta de Twitter Oficial del Presidente Donald Trump.

Y justamente sobre este punto, radica la preocupación de la ONU, la OEA, la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa, entre otros. En efecto, la “*Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Noticias Falsas, Desinformación y Propaganda*”, es el único documento que se tiene a nivel regional sobre la materia.

Curiosamente, uno de sus primeros postulados apunta a evitar clasificar como “*fake news*” toda sospecha de noticia falsa, sobre todo cuando nos encontramos ante contenido ambiguo. Es imposible no coincidir con esa mirada. Desde la Opinión Consultiva N° 5/85, sobre *Colegiación Obligatoria de Periodistas*, la Corte Interamericana ha enfatizado en la importancia de la libertad de expresión para la consolidación del sistema democrático. Con esa finalidad, es un derecho preferente desde el momento que se prohíbe todo tipo de censura previa o indirecta.

Pero a pesar de los intentos por proteger a quienes ejercen el derecho a la libertad de expresión de una incorrecta o arbitraria imputación como “productores de noticias falsas”, es importante que se examine también la otra cara de la moneda. El *libre mercado de ideas* postula que la solución sea contar *con más información y no menos*. Esta propuesta es interesante, pero olvida que en la actualidad internet ha desbordado las fuentes de producción de información. Olvida también, que hay espacios en donde internet es accesible y otros en donde no.

En aquellos espacios en donde internet ha sabido consolidarse, es un imperativo que se puedan contar con veedurías ciudadanas (posteriores y no gubernamentales) que sean capaces de cuestionar el contenido falso de una noticia y reportarlo. Sin embargo, aquellos espacios en donde internet no es la fuente principal de información o no existe alfabetización digital⁷, los medios comunitarios y locales, tienen la gran responsabilidad de dar cuenta de aquello que desinforma, sobre todo, teniendo en cuenta que este fenómeno es mucho más peligroso en época electoral, pues además de la libertad de expresión, están en juego los derechos de participación política.

⁷ Poniéndonos en el caso de Perú, las zonas geográficas alejadas y sin acceso a luz o internet en condiciones adecuadas.



Queda claro que lo señalado en el párrafo anterior no aplica para las plataformas de comunicación de las y los funcionarios públicos o las personas de relevancia pública. Ellos, a diferencia de los consumidores promedio de noticias, sí cuentan con la posibilidad de ir a las fuentes primarias de información. Además, están obligados a brindarla ajustándose a la veracidad. Algo similar, aunque en menor grado, deberá suceder con los usuarios regulares de redes sociales, cuyas opiniones sean de interés público.

En aras de fortalecer la democracia, el respeto a la libertad de expresión debe pasar por garantizar su libre ejercicio inclusive cuando éste se realice en sus márgenes o zonas límite. Pero una defensa cerrada puede distraernos de ese objetivo valioso. La velocidad y la inmediatez son importantes, pero no me atrevería a decir que lo sean más que la verdad.
