

Fake news y redes sociodigitales: cuando la libertad de expresión amenaza la democracia

Kevin Zapata Celestino
THE UNIVERSITY OF EDINBURGH

Resumen: El presente ensayo discute los alcances de la desinformación en las redes sociodigitales y su efecto en los procesos democráticos modernos. Fenómenos como la tiranía de la mayoría o la espiral del silencio se reproducen en la era del Big Data y obligan a repensar los límites de la libertad de expresión en pleno siglo XXI.

Abstract: This essay put into discussion the scope of misinformation on social networks and its effect on modern democratic processes. Phenomena such as the tyranny of the majority and the spiral of silence are still reproduced in the era of the Big Data, forcing to rethink the boundaries of speech freedom in the twenty-first century.

En octubre de 2019, durante la comparecencia en el Congreso norteamericano, el CEO de Facebook, Mark Zuckerberg, fue severamente interpelado por la representante demócrata, Alexandria Ocasio-Cortez, por la decisión de retirar su política de prohibir anuncios falsos en la plataforma bajo el pretexto de la libertad de expresión. La respuesta que dio Zuckerberg al Congreso fue que la red social no debía ser un referente político, y que la responsabilidad recaía directamente en los ciudadanos: “En democracia, yo creo que las personas deberían ser capaces de ver por sí mismas lo que los políticos tienen que decir para que sean ellos mismos quienes juzguen su carácter” (*The Huffington Post*, octubre 23, 2019). La confrontación entre ambas figuras públicas abrió aún más el debate sobre la responsabilidad de los gigantes tecnológicos ante la propagación de la desinformación, y los límites de la libertad de expresión.

Hasta hace poco se llegó a pensar que con el auge de las redes sociodigitales se daría un efecto democratizador de los medios de comunicación porque brindaría voz a sectores tradicionalmente marginados del debate político. Inclusive se llegó a expresar que se trataba de la evolución del Homo Videns¹ al Homo Twitter (Cansino et. al., 2016). Desafortunadamente, escándalos como el de Cambridge Analytica, en el que la manipulación de los usuarios fue crucial en los resultados tanto de la elección de 2016 en los Estados

¹ Giovanni Sartori (1997) describe al Homo Videns como un ser humano altamente influenciado por la televisión, que otorga mayor valor a las imágenes que a la palabra hablada o escrita.

Unidos como en el referéndum del Brexit en Reino Unido del mismo año, manifestaron los riesgos latentes de no falta de límites claros a la libertad de expresión en la era del Big Data.

Fake news y comunicación política

La reproducción de noticias falsas con fines políticos a través de las redes sociodigitales se ha propagado a escala global. En 2016, se utilizaron en España para desprestigiar a un partido de oposición acusándolo de recibir financiamiento ilegal de Irán. En 2017, la polarización ocasionada por estas noticias falsas llevó a una violencia post electoral en Kenia que ocasionó la muerte de más de mil personas. En 2018, se utilizaron para esparcir el rumor acerca de la escritora e investigadora Beatriz Gutiérrez Müller, esposa del ahora presidente de México, de que ella era nieta de un genocida nazi. En 2019, durante las elecciones en India, “viralizaron” falsas encuestas supuestamente realizadas por la BBC. Muchos auguran que, en el 2020, las *fake news* de nuevo serán protagonistas en las elecciones en los Estados Unidos, Bolivia y Etiopía.

Es necesario recordar que la política moderna, como señala Dominique Wolton (1998), está organizada en torno de la comunicación política a través de los medios. Por lo tanto, resulta imposible visualizar la acción política sin la comunicación como herramienta de poder. Sin embargo, tal y como señala Russell Neuman (1991), las audiencias son activas y pasivas al mismo tiempo, por lo que la interpretación de dicha acción política dependerá del desarrollo cognitivo propio de la audiencia. En este sentido, la auto comunicación de masas a través de medios digitales, en la que la audiencia es emisora y receptora al mismo tiempo, como bien argumenta Manuel Castells (2010), creará mensajes y significados acordes con su interpretación de la realidad.

Por lo tanto, si se considera que las personas se exponen y retienen selectivamente el contenido que mejor se adapta a sus propias opiniones y actitudes (Kappler, 1977), las redes sociodigitales se vuelven grandes difusoras de mensajes con incidencia política y con gran recepción en las audiencias, sin importar que la información que se reproduce sea o no verdad. Las *fake news* pasan a formar parte de la comunicación política moderna, amparadas bajo la libertad de expresión, pero con un efecto altamente antidemocrático (Comisión Europea, 2018).

Es así como las *fake news* se vuelven parte del engranaje principal de la “política de la *pos verdad*”, y dan lugar a la aceptación de narrativas alternativas que no necesariamente se demuestran en el campo de los hechos, muchas veces motivadas por intereses políticos y

económicos (Farkas y Schou, 2020). Desafortunadamente, los efectos adversos que pueden lograr este tipo de contenidos van desde la desconfianza en las autoridades, el detrimento de la calidad periodística, hasta la generación de caos y conflicto dentro de las sociedades (Waisbord, 2018). Es por esta razón, que es necesario cuestionar las implicaciones de naturalizar las noticias falsas y la propaganda en medios digitales y redes sociodigitales, así como las potenciales rutas para confrontarlas.

Manipulación de la opinión pública

Se podría pensar que las personas en uso de su racionalidad tienen la capacidad de descifrar lo real de lo falso, como sugirió Zuckerberg ante el Congreso norteamericano. Desafortunadamente, lo anterior queda en entredicho ya que la difusión de noticias falsas suele alcanzar niveles superiores al de las noticias verificadas. De acuerdo con Vosoughi (et al., 2018), mientras que las *fake news* alcanzan una difusión de entre mil y cien mil personas, las noticias reales raramente alcanzan una difusión mayor a mil personas. La encuesta realizada por Ipsos Global Advisor (2018), reveló que al menos el 67 por ciento de los brasileños, 58 por ciento de los sauditas, 57 por ciento de los peruanos, 55 por ciento de los suecos, y 43 por ciento de los alemanes, habían admitido creer alguna vez como verdadera la información de un *buló informativo*. Esto resulta contraproducente para la salud democrática, ya que según Dahl (1992), para que la sociedad pueda alcanzar una poliarquía² debe existir una verdadera comprensión esclarecida. Lo anterior implica que el ciudadano tiene pleno conocimiento de los intereses y consecuencias de las políticas en cuestión, y que con base en ello toma la mejor decisión posible. Al no dar por sentado este elemento, la participación de los ciudadanos es vulnerable ante la manipulación tal y como sucedió con la votación del Brexit³.

Otra cuestión importante es la falsa premisa de que las redes sociodigitales y las nuevas plataformas virtuales acabarían con el monopolio de la creación del contenido por parte de los medios de comunicación tradicionales. Si bien todo individuo con internet tiene la capacidad de crear contenido, no significa necesariamente que tenga posibilidades reales de trascender (Herrera, 2010). Por ejemplo, para el caso mexicano, si bien no se descarta que existan importantes líderes de opinión surgidos desde las redes sociodigitales, según la

² Para Robert Dahl, la democracia resulta un ideal utópico, por lo que poliarquía (o gobiernos de muchos) era un concepto mucho más apropiado.

³ De acuerdo con Google Trends, las consultas más realizadas en Reino Unido después de la votación del referéndum del Brexit fueron estas dos: 1) what does it mean to leave the EU?, 2) What is the EU? En opinión de muchos analistas, lo anterior demostró que los británicos no sabían realmente qué estaban votando.

revista *Forbes*, los 15 líderes más influyentes (con más seguidores) en Twitter en 2013 eran periodistas, académicos y personalidades que ya tenían anteriormente un espacio relevante en los medios tradicionales⁴. Lo mismo sucede respecto a los sitios o usuarios con mayor trascendencia para generar audiencias, los cuales, según Twitter, en 2018 fueron Aristegui Noticias, Brozoxmiswebs, Javier Risco, Joaquín López Doriga y Denisse Dresser.

En el mismo sentido, Fenton (2010) argumenta que la gran mayoría de la información que se reproduce en el espacio virtual sigue siendo fundamentalmente creada por los grandes medios tradicionales, con muy poca pluralidad en los discursos. Si se considera la perspectiva de Hallin y Mancini (2004) sobre paralelismo político⁵, lo anterior representa un riesgo real para la democracia, ya que en la medida en que el contenido en el espacio virtual siga siendo construido por medios dominantes con una clara afinidad política y con intereses que van más allá de la labor periodística, la información difundida en el espacio virtual corre el riesgo de presentarse de manera sesgada y poco objetiva. Cabe recordar que, de acuerdo con la perspectiva de Wright Mills (1956), los medios de comunicación muchas veces fungen como extensiones de las “elites de poder” para reproducir sus ideas y valores, y de esta forma controlar a la sociedad. Por lo tanto, la idea de que las redes sociodigitales por sí mismas lograrían la democratización resulta ingenua, una vez que el contenido y sus principales generadores de audiencia siguen siendo en su mayoría parte de los medios tradicionales.

La libertad de expresión que supuestamente gozan los ciudadanos en redes sociodigitales no solamente corre el riesgo de ser manipulada, sino que, irónicamente, puede ser utilizada para su propia censura. De acuerdo con Habermas (1992), la opinión pública tiene gran valor para la democracia porque pone a discusión en la agenda política los problemas de la sociedad, lo que posteriormente deriva en la acción (o inacción) del gobierno. Sin embargo, cuando la opinión pública es irreflexiva y se utiliza como instrumento de presión para acallar a las voces disidentes, entonces se genera el fenómeno que Mill (2014) llamó “la tiranía de la mayoría”⁶. El impacto polarizador que pueden llegar a tener los *trending topics* es tan fuerte que puede llegar a generar dicotomías en el sentido de “amigo-enemigo” descrito por Carl Schmitt⁷ (1996).

⁴ Entre ellos se encontraban Roy Campos, Enrique Krauze, Jorge Castañeda, Leo Zuckermann, John Ackerman, Eduardo Ruiz-Healy, Genaro Lozano, Erick Guerrero Rosas, Macario Schettino, entre otros.

⁵ Paralelismo político significa el grado en que un sistema de medios está alineado a un régimen.

⁶ Es una forma de tiranía social en donde una mayoría impone su voluntad vulnerando las libertades de las minorías.

⁷ El concepto de “amigo-enemigo” se entiende como la necesidad de diferenciación que conlleva a un sentido de afirmación de sí mismo (nosotros), frente al otro (ellos). La posibilidad de reconocer al enemigo (ellos) implica la identificación de un proyecto que genera sentimiento de pertenencia.

Lo anterior se puede explicar considerando la teoría de la psicología de masas de Le Bon (2016): el individuo, al verse diluido en la colectividad de la masa, adquiere las características del grupo que le rodea. La masa no sólo diluye las peculiaridades del individuo, sino que también busca someter a quienes manifiesten valores o conductas diferentes. En el caso de las redes sociodigitales al ser el espacio moderno donde se aglomera la masa, resulta natural que ejerzan presión para alienar a los individuos y traten de acallar a las minorías que discrepan. Lo anterior ha dado lugar al fenómeno conocido como “patriotic trolling”, en donde los seguidores de diferentes líderes políticos se unen y coordinan para posicionar *trendings topics* de manera artificial, o para atacar y acosar a periodistas, activistas y otros opositores críticos en países como Estados Unidos, Filipinas, Azerbaiyán o Turquía (Nyst y Monaco, 2018).

México tampoco escapa a dicho fenómeno, ya que hay redes cuyo propósito es atacar a figuras públicas en favor o en contra del gobierno. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), a través del Signa Lab (2019), ha exhibido la existencia de la red #AMLOVE, cuya misión es atacar a los críticos del presidente y refrendar su agenda. En contraste, el gobierno federal ha denunciado a la red #Tumbaburros, la cual estaría ligada a ex funcionarios y políticos cercanos al PAN y al ex presidente Felipe Calderón.

Como ya se ha señalado, la opinión pública es proclive a caer en la desinformación y la manipulación mediática, con el riesgo de que esto degenera en algún tipo de alienación. Pero también, existe el riesgo de que aquellos individuos que no tienen una opinión claramente definida adapten su comportamiento a la actitud de la mayoría dominante para evitar cualquier tipo de repercusión social, fenómeno conocido también como “espiral del silencio” (Noelle-Neumann, 1974). Si bien se pensaba que internet pondría fin a la espiral del silencio al dar la oportunidad de conectar a las personas cuya opinión difería de la mayoría, y por ende a que fueran menos propensas a la autocensura (Alstynne y Brynjolfsson, 1996), la realidad es que las redes sociodigitales tampoco son inmunes a este fenómeno. De acuerdo con Kushin (et al. 2019), debido a que plataformas como Facebook conectan a amigos, conocidos, familiares y compañeros del trabajo, muchas veces mantener una imagen congruente con la del resto es necesario para conservar las relaciones.

Por ejemplo, de acuerdo con Moreno y Sierra (2016), en México ciertos temas y situaciones tienen un efecto muy visible en los usuarios de Facebook: “Los usuarios conscientes de su reputación propia prefieren callar ante temas que tienen que ver con política, partidos y candidatos, pero principalmente con gobierno” (p. 69). En casos más dramáticos, la inhibición de los individuos a expresarse puede contribuir no solo a la propagación de la desinformación, sino que puede llegar a facilitar actitudes más controversiales que deriven

en violencia, como recientemente ha ocurrido en contra de las minorías musulmanas en Sri Lanka (Taub y Fisher, 2018).

¿Qué hacer para acabar con las fake news en redes sociodigitales?

Por todo lo anterior, es necesario preguntarse cómo detener la desinformación en las redes sociodigitales. La respuesta de la comunidad internacional ha sido variada. En Singapur y Malasia se promulgaron leyes que sancionan severamente la difusión de *fake news*; en Indonesia el gobierno realiza sesiones informativas para educar a su población y evitar la desinformación; otros países se han adherido al Pacto Internacional para la Información y la Democracia, por el que se comprometen a promover el acceso en línea a noticias e información de manera libre e independiente, diversa y confiable (Reporters without Borders, 2019).

Think Tanks como el Instituto Brookings coinciden en la necesidad de fortalecer el trabajo periodístico, y hacer énfasis en mejorar la “alfabetización periodística” de la población (West, 2017). Sin embargo, a lo anterior debe sumarse la responsabilidad que tienen los gigantes tecnológicos. Mientras algunas compañías han decidido tomar acciones firmes para combatir este mal, otras han decidido lavarse las manos en este asunto⁸. Resulta preocupante que la revisión de la veracidad del contenido en redes sociodigitales quede en manos de la buena voluntad de estas empresas por lo que resulta urgente la creación de nuevas regulaciones que las hagan responsables.

Internet, tal y como sugiere Tarnoff (2016), debería considerarse un bien público. Por ende, es necesario regular la forma de distribución de los contenidos en estas plataformas. Ya sea que operen como completos responsables del contenido de sus redes, o como proveedores que otorgan licencias a “canales” que son responsables de su propio contenido (Penn, 2016). En cualquier caso, sería necesaria la creación de un cuerpo colegiado de expertos, libre de intereses corporativos o políticos, que monitoreen a las plataformas para asegurarse que los contenidos cumplen con los estándares requeridos⁹ (Deloیره, 2019). De lo contrario, podría

⁸ Mientras que Twitter ha decidido prohibir toda la publicidad política, Google ha tomado una posición intermedia en la limitación de los anuncios dirigidos. Facebook, por su parte, solamente prohíbe los anuncios y contenidos que reproduzcan mensajes de odio.

⁹ Evitar la intromisión política en este órgano de supervisión es fundamental para evitar su desacreditación, tal y como ocurrió con el controversial programa de comprobación de hechos (fact checking) implementado por Facebook el cual tenía una alianza con el medio de noticias *Daily Caller*, conocido por la constante difusión de noticias falsas, su afinidad en favor de Donald Trump y lazos con grupos blancos supremacistas.

repetirse un escándalo similar al de la alianza entre Facebook y Daily Caller, sitio que fue incluido en su programa de comprobación de hechos (*fact checking*), el cual tenía nexos con grupos supremacistas y con el sitio conservador de noticias Fox News (*The Guardian*, abril 18, 2019). Si bien al final son los ciudadanos quienes tienen la última palabra respecto a la información que consumen y cómo la interpretan, es esencial que las plataformas faciliten el acceso a datos fidedignos y, en la medida de lo posible, que depuren el contenido que genere desinformación y que pudiera promover el odio y la violencia.

La creación de nuevas leyes es hoy más que nunca una necesidad e, irónicamente, fue Mark Zuckerberg quien había pedido regulaciones más estrictas (Press Association, 2019). La libertad de expresión debe ser recalibrada a los estándares del siglo XXI de forma que no dañe las bases que sostienen a la democracia; de lo contrario, puede convertirse en una amenaza para sí misma. La libertad de expresión también tiene límites y debe ser objetada cuando los límites se traspasan. Tolerar las *fake news* alegando libertad de expresión es una contradicción, ya que no existe tal cosa como el derecho a estar mal informado.

La aceptación del “antiintelectualismo”¹⁰, y su constante difusión por medio de noticias falsas a través de redes sociodigitales, derruyen las bases de la confianza que sostienen tanto a las instituciones democráticas, como a aquellas que sustentan la civilidad social en general. Si bien deben buscarse nuevas formas de confrontar los bulos informativos en las nuevas plataformas digitales, tampoco se puede caer en imposiciones que degeneren en severas censuras. Lograr el balance adecuado para conciliar los derechos en pugna puede ser difícil, pero es indispensable para la supervivencia democrática.

Durante su comparecencia en el Congreso norteamericano, Mark Zuckerberg fue esquivo para responder si detendría las noticias falsas en su plataforma; sin embargo, quizás es tiempo de que los usuarios sean quienes demanden mayores medidas a todos los actores involucrados para detener la desinformación en las redes sociodigitales.

Fuentes

- Alstynne, M. & Brynjolfsson, E. (1996). *Electronic communities: Global village or cyberbalkans. Proceedings of the International Conference on Information Systems.*

¹⁰ Término utilizado por Isaac Asimov para denunciar el “culto a la ignorancia”.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.72.3676&rep=rep1&type=pdf>.

- *The Huffington Post*. (23/10/2019). "Alexandria Ocasio-Cortez stumps Mark Zuckerberg on lying in political Facebook ads". <https://www.huffingtonpost.co.uk>.
- Calhoun, C. (1992). *Habermas and the public sphere*. London: The MIT Press.
- Cansino, C. (2016). "Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter". En Cansino, C., Calles, J., & Echeverría, M. (Eds). *Del Homo Videns al Homo Twitter, democracia y redes sociales*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Castells, M. (2010). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cooney, S. (24/6/2016). "UK voters are Googling 'What is the EU?' — right after voting to leave the EU. Business Insider". <https://www.businessinsider.com/what-is-the-eu-is-top-google-search-in-uk-after-brexit-2016-6?r=US&IR=T>.
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven: Yale University Press.
- Deloire, C. (6/11/2019). *To stop Fake news, Online journalism needs a Global Watchdog*. *Foreign Policy*. <https://foreignpolicy.com/2019/11/06/to-stop-fake-news-online-journalism-needs-a-global-watchdog/>.
- European Commission (2018). "'Fake news' and disinformation". https://ec.europa.eu/knowledge4policy/foresight/topic/increasing-influence-new-governing-systems/fake-news-disinformation-threatens-democracy_en.
- Farkas, J., & Schou, J. (2020). *Post-truth, fake news and democracy. Mapping the politics of falsehood*. New York: Routledge.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media system- Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Herrera, A. (2013). "¿Redes sociodigitales: El inicio de una revolución democratizadora?" *Revista IIDH*, Vol. 58 (21-34). <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r32364.pdf>.
- Ipsos Global Advisor (2018). "Fake news, filter bubbles, post-truth and trust". Ipsos. <https://cdn.20m.es/adi/2018/09/12/3972.pdf>.
- Kappler, J. (1977). *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid: Aguilar.
- Kushin, M., Yamamoto, M., & Dalisay, F. (2019). "Social majority, Facebook, and the spiral of silence in the 2016 US Presidential election". *Social Media + Society*, Vol. 5, Issue 2. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119855139>.
- Le Bon, G. (2018). *Psicología de las masas*. Madrid: Editorial Verbum.
- Moreno, A., & Sierra, E. (2016). "Capturando el silencio 2.0: el fenómeno spiral of silence en Facebook". *Em Debate*, Belo Horizonte, Vol. 8, No. 7 (48-72).
- Noelle-Neumann, E. (1974). "The Spiral of Silence. A theory of public opinion". *Journal of Communication*, Volume 24, Issue 2 (43-51). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>.

- Nyst, C., & Monaco, N. (2018). "State-sponsored trolling. How governments are deploying disinformation as part of a broader digital harassment campaigns". Institute for the Future. http://www.iftf.org/fileadmin/user_upload/images/DigIntel/IFTF_State_sponsored_trolling_report.pdf.
 - Penn, M. (10/4/2018). "How to make Facebook more accountable". *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/04/10/opinion/facebook-zuckerberg-privacy.html>.
 - Press Association (30/3/2019). "Mark Zuckerberg calls for stronger regulation of internet". *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/30/mark-zuckerberg-calls-for-stronger-regulation-of-internet>.
 - Redden, J., & Witschge, T. (2010). "A new news order? Online news content examined". In Fenton (ed.) *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age*. London: SAGE.
 - Reporters without Border (21/10/2019). "30 countries sign up to 'information and democracy' partnership started by RSF". <https://rsf.org/en/news/30-countries-sign-information-and-democracy-partnership-started-rsf>.
 - Sartori, G. (1998). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
 - Schmitt, C. (1996). *The Concept of the Political*. Chicago: The University of Chicago Press.
 - Signa Lab ITESO (2019). "Democracia, libertad de expresión y esfera digital. Análisis de tendencias y topologías en Twitter, el caso de la red #AMLOVE". https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html.
 - Tarnoff, B. (31/8/2016). "The internet should be a public good". *Jacobin*. <https://www.jacobinmag.com/2016/08/internet-public-dns-privatization-icann-netflix/>.
 - Taub, A. & Fisher, M. (21/4/2018). "Where countries are tinderboxes and Facebook is a match". *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/04/21/world/asia/facebook-sri-lanka-riots.html>.
 - *The Guardian* (18/04/2019). Facebook teams with rightwing Daily Caller in factchecking program. <https://www.theguardian.com/technology/2019/apr/17/facebook-teams-with-rightwing-daily-caller-in-factchecking-program>.
 - Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online". *Science*, Vol. 359, Issue 6380 (1146-1151). <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>.
-

- Waisbord, S. (2018). "Truth is What Happens to News". *Journalism Studies*, Vol. 19, Issue 13 (1866-1878). <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1461670X.2018.1492881>.
- Wolton, D. (1998). "La comunicación política: construcción de un modelo". En Ferry, J. (comp.). *El nuevo espacio público*. Madrid: Gedisa.
- Wright, C. (1956). *The Power Elite*. New York: Oxford University Press.