REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Posverdad, pandemia y redes sociodigitales

El rol de prosumidor en la producción de fake news

Karina Alejandra Insaurralde
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Resumen: El presente texto pone en discusión el entramado de la distribución de *fake news* (noticias falsas) durante la pandemia de Covid-19 que comenzó en marzo del año 2020. Busca desentrañar el papel de las redes sociales digitales en la era de la posverdad y cómo éstas influyen en la toma de decisiones de la población a nivel general.

Abstract: This text discusses the distribution of fake news during the Covid-19 pandemic that began in March 2020. It seeks to unravel the role of social networks in the post-truth era and how they influence the population's decision-making.

Información falsa, motivaciones y posverdad

A principios de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró como *pandemia* al Covid-19, un virus que llegó para trastocar nuestra cotidianeidad. Diversos países impusieron medidas de control sanitario siguiendo los consejos de la ciencia (cuarentenas, testeos, aislamientos y fortalecimiento de los sistemas sanitarios) mientras se esperaba la llegada de una vacuna. En octubre del mismo año comenzaron a llegar buenas noticias: el laboratorio Pfizer-Biontech había patentado una vacuna. Luego llegarían otras.

Usuarios, desde redes sociodigitales (Facebook, Instagram, Twitter), comenzaron a diseminar noticias sin asidero científico desde sectores anti-ciencia (antivacunas y "conspiranoicos"). Las noticias, a pesar de su falsedad, se propagaron con una velocidad tal que hicieron eco de ellas hasta importantes referentes del periodismo y la política. Un ejemplo de esto en Argentina fue el momento en televisión en el que la periodista Viviana Canosa tomó dióxido de cloro (*El Clarín*, agosto 2020), conocido como MMS, en cámara y

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

que aseguró que este líquido de uso industrial (el cual resulta tóxico al consumo humano) protege del Covid más que el aislamiento y las vacunas.

Otro caso fue la denuncia de la ex diputada argentina Elisa Carrió quien, en diciembre de 2020, señaló al gobierno de Alberto Fernández por comprar una vacuna "envenenada", refiriéndose a la vacuna rusa Sputnik V, sin presentar ante la justicia ningún tipo de prueba (*Televisión Pública*, diciembre 2020).

Cabe preguntarnos, ¿qué motiva la dispersión de *fake news* (noticias falsas). Y, sobre todo, ¿qué papel juegan las redes sociales digitales en la dispersión de estas noticias? Vivimos en una época en la que la verdad ha perdido fuerzas. Cualquier persona con acceso a internet tiene la posibilidad de crear contenido y difundirlo sin que nadie exija que éste sea veraz. Habitamos la era de la *posverdad.*

Tal como enuncia Rodríguez-Ferrándiz (2019), el término *posverdad* halla sus orígenes en la Guerra del Golfo y el primero en acuñarlo fue el dramaturgo Steve Tesich en un artículo para *The Nation* de 1992. Esta posverdad es anterior a las redes sociodigitales y se caracteriza por una población que pareciera ser extremadamente tolerante frente a las mentiras de los gobiernos. Rodríguez-Ferrándiz cita a Ralph Keyes quien afirma que el ser humano utiliza su inteligencia para manipular la verdad sin ningún remordimiento. Esta era parece caracterizarse justamente por la ausencia de todo arrepentimiento y culpa frente la expansión de mentiras. Nótese que en el caso presentado al principio de este trabajo la periodista no ofreció disculpas en ningún momento por haber ingerido frente al público una sustancia prohibida por las autoridades sanitarias, sino que reafirmó su inocuidad en sus redes, y la diputada Carrió luego adujo haber sido "sacada de contexto".

Tal como sostiene el autor citado, antes de la era digital se comenzó a hablar sobre el concepto de posverdad, aún sin darle ese nombre, como en los casos de George Orwell y Alexandre Koyré, quienes hablaron sobre la mentira en el discurso político (en torno de la Guerra Civil Española, en el primer caso, y Segunda Guerra Mundial en el segundo). Otros autores también abordaron el tema: Hanna Arendt (1964) escribió sobre la verdad y la mentira en el ámbito político afirmó que no es que las mentiras sean aceptadas como verdad, sino más bien que se destruyó el sentido que nos orienta en la vida real. En 1973,

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Norman Mailer utilizó el término *factoide* en una biografía sobre la actriz Marylin Monroe para referirse a hechos que no existían antes de su aparición en un medio masivo.

Así como la *modernidad* se caracterizó por una afanosa búsqueda de la verdad, en la era de la posverdad ésta pierde su peso propio. Parecería que no resulta necesario corroborar la veracidad de una noticia; "compartirla si la creo" alcanza.

Y en este sentido, las *fake news* aparecen para dominar la escena. El diccionario de la Real Academia Española utiliza el término como sinónimo de *bulo*, o de su traducción literal *noticia falsa*, y aconseja el uso de la palabra en español como "noticia falsa que se difunde, generalmente, con el fin de perjudicar a alguien".

Mentir para alguien. De emirecs, prosumers y likes

Si hay algo que no poseen las *fake news* es inocencia. Suelen perseguir, entre otros, fines políticos (ascensión o caída de un candidato) o económicos (venta de un producto determinado). Como un juego del teléfono descompuesto de la vida adulta, alguien las inicia y muchos otros las difunden. "Las fake news se atribuyen a fenómenos filosóficos (relativismo rampante), culturales (declive de la confianza en las élites), económicos (monetización de la información), tecnológicos (proliferación de plataformas) y políticos (auge de nacionalismo y populismo)" (Rodríguez-Ferrándiz, 2019, p. 5).

Las nuevas tecnologías cumplen un papel de gran importancia en la distribución de noticias en nuestra era y, en el caso de las *fake news*, su presencia es vital. Alonso González (2019) sostiene la importancia del hecho de que internet ha colaborado en la democratización de la información, pero que éste se convirtió en un proceso de dos vías, en el que los ciudadanos pueden convertirse en productores de noticias, pero no hay un proceso de control de veracidad de esa información. Necesariamente hablar de *fake news* y nuevas tecnologías nos hace sostener la importancia de las redes sociales en este aspecto, y los nuevos roles que asume el ciudadano.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

En ese sentido, y como sostiene Winocur (2005), si hablamos de redes sociales digitales, se puede manifestar que éstas entran dentro de lo que Thompson llamó “cuasi interacción mediática” (citado en Winocur, 2005, p. 85), un tipo de relaciones establecidas a través de los medios sin interacción cara a cara. Winocur nos recuerda que este tipo de interacciones no dejan de ser reales ya que producen consecuencias en la intersubjetividad colectiva y en la formación de opinión pública. En las redes no hay censura previa y tampoco existen límites en el tratamiento de la información. Todo circula de manera más o menos libre porque, si bien las plataformas como Facebook o Twitter tienen mecanismos para que los usuarios reporten infracciones a las normas, no siempre funciona este control y los usuarios crean “trampas” para poder subir contenidos que, por algún motivo, no están permitidos.

Por ejemplo, en la figura 1 podemos observar cómo usuarios pertenecientes a grupos antivacunas, frente a la prohibición de la red Twitter de publicar contenido falso sobre vacunas y Covid-19, crearon artilugios como escribir la palabra “vacunas” con puntos o símbolos entre las letras.

Figura 1
Fuente: https://www.eldiarioar.com/tecnologia/facil-saltan-negacionistas-controles-anti-fake-news-redessociales_1_8548224.html

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Por otra parte, las redes sociodigitales "promueven formas de nucleamiento inéditas e independientes del entorno más cercano, lo cual facilita que sus miembros se muestren más abiertos a realizar nuevas experiencias (…)" (Winocur, 2005, p. 86). Tras una pantalla todos parecieran animarse, como en un antiguo baile de máscaras, a decir y mostrar aquello que en la vida diaria se reservan. Intervienen en conversaciones y discusiones con personas a quienes no conocen personalmente y, muy probablemente, nunca conocerán. Además, muchas veces buscan grupos de pertenencia con los que comparten cierta ideología o actividades. En concordancia con el caso antes mencionado, podemos encontrar en plataformas como Facebook numerosos grupos de antivacunas, conspiracionistas, etcétera.

Tal como Winocur (2005) nos recuerda, en las redes sociodigitales la realidad y falsedad no tienen la misma importancia que en el resto de la vida. Y el anonimato (o falsedad de identidad) parecería contribuir a la diseminación de *fakes news*. Algo así como *si nadie sabe quién soy, poco importa si lo que digo es cierto o no*.

Esta nueva manera de relacionarnos no parece haber venido a reemplazar los vínculos tradicionales, sino más bien a compensarlos. El usuario encuentra en las redes un lugar de valoración. En cierta manera, se convierte en creador de contenidos que luego serán compartidos por aquellos con los que comparte comunidades virtuales. La cantidad de "likes" y el número de veces que un *post* es compartido aparentemente han convertido en una nueva forma de autovaloración.

En la década de 1970, de la mano de Alvin Toffler y Jean Cloutier (en Aparici, 2005) surgen dos conceptos importantes en este sentido: prosumidor (*prosumer*) y *emirec*. El primero nos remite al mercado y a una mirada economicista. En 1980, Alvin Toffler escribió el libro *La tercera Ola* en el que diferenció tres momentos del devenir de la historia económica: el primero, marcado por la revolución agrícola de los siglos IX y XVIII en la que cada individuo producía lo que consumía (*prosumer* o prosumidor); un segundo que comienza en el siglo XVIII fue marcado por la revolución industrial y en él se separaron las funciones de producción y consumo; y, finalmente, a partir de 1940 se produce la tercera ola que, con los avances de la tecnología, permitió que se produjeran los bienes que el individuo consumía para sustentar el mercado.

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

La era digital vuelve evidente este proceso. La web 2.0 "abre nuevas oportunidades de comunicación y participación de las audiencias en el discurso público" (Aparici, 2005, p. 73). Los prosumidores aportan a la narrativa de los medios y producen contenido propio que le es útil al mercado o a grupos políticos.

Por otra parte, el término *emirec* nos remite a un usuario empoderado. Jean Cloutier nos acercó a este concepto y propuso "un modelo en el que todos los participantes tienen la posibilidad de ser emisores" (Aparici, 2005, p. 75). Varios autores, como Barbero, defienden la importancia de la comunicación como pilar de la educación. Palabras como empoderamiento, internautas o coautoría comienzan a aparecer en los estudios sobre la temática. Los medios sociales digitales hacen converger al profesional con el amateur y propician la libertad y la negociación; además, entre otras características, persiguen la horizontalidad. El usuario, para a convertirse en un sujeto de gran importancia en la comunicación, ya no es un consumidor pasivo. Se convierte en *emirec*. Tecnologías y usuarios entran en un proceso de influencia mutua. Sin embargo, Aparici propone repensar esta teoría en vista de la llegada de la web 2.0 que trastocó las comunicaciones.

Si pensamos en las *fake news*, es imposible analizarlas como un fenómeno neutral. Por sí mismo, el hecho de que estén producidas por seres humanos las convierte en un hecho subjetivo. Una noticia falsa no suele ser el producto de un "lobo solitario", sino que suele responder a intereses políticos o económicos. El usuario productor de *fake news* puede entrar claramente en la categoría de *prosumer.*

Este tipo de *prosumer* dirige su contenido a otro que se hace eco. Ese otro suele pertenecer a grupos con los que comparten ideologías, actividades, etcétera. Sin embargo, todo grupo necesita un vocero; alguien que lo haga visible. Se trata de personas que "trabajan constantemente, justificando la existencia del grupo, invocando reglas y precedentes (…)" (Latour, 2008, p. 53). Aquí es donde las redes sociodigitales no alcanzan y otros medios masivos cumplen un papel fundamental.

El día en que la periodista Vivian Canosa tomó CDC[1] se transformó, buscándolo o no, en vocera de los grupos anticiencia que abonan teorías relativas a ciertos intereses de los Estado

[1] CDC también es llamado MMS. Está compuesto por dióxido de cloro. Es una sustancia prohibida para el consumo humano a la que algunos grupos le atribuyen ciertas cualidades milagrosas en la cura de

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

y las compañías farmacéuticas en la supuesta creación de enfermedades para la posterior venta de fármacos y vacunas. Los grupos no son silenciosos ni estáticos, sino producto de una cantidad importante de voces que se expresan acerca de un tema.

Por otra parte, estos grupos suelen utilizar su capacidad de agencia para colocar en agenda ciertos temas. En este caso, fue la crítica a la compra de vacunas provenientes de China y Rusia por parte del gobierno argentino que afirmó supuestas razones geopolíticas, pero con basamento en *fake news* difundidas por actores relevantes de los *mass media* argentinos.

Apunte final. Analizar nuevas formas de relación

Las *fake news* se producen en la soledad e intimidad de una persona y su ordenador o teléfono celular inteligente; sin embargo, "En el mundo moderno, las dos esferas [pública y privada] fluyen de manera constante una sobre la otra, como olas de la nunca inactiva corriente del propio proceso de la vida" (Arendt, 2020, p. 45). Lo público y lo privado se entremezclan, y lo que yo creo y produzco puede ser leído y compartido por miles sin que importe su veracidad. Veracidad o falsedad que en realidad no sólo abona a mis propias creencias, sino que es útil a intereses económicos o políticos que van mucho más allá de mi hogar y mi computadora.

La proliferación de *fake news* nos alerta y obliga a tomar medidas: "Regulación gubernamental, autorregulación, supervisión de terceros independientes, control de los algoritmos de búsqueda y jerarquización de contenidos, *fact checking* e *information literacy* son algunas medidas propuestas para contrarrestar la posverdad" (Rodríguez-Ferrándiz, 2019, p. 9). Sin embargo, el análisis y el abordaje deben ser más amplios. Las causas no sólo tienen que ver, como ya se advirtió, con las nuevas tecnologías, sino con nuevas maneras de relacionarnos en sociedad y nuevas motivaciones psicológicas de la humanidad.

enfermedades como Covid y cáncer, o condiciones como el autismo. EL CDC causa serias consecuencias a la salud.

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Pasamos gran parte de nuestro día "conectados" a internet, mirando televisión, interactuando en las redes sociales digitales o leyendo portales digitales de noticias; sin embargo, cada vez pareciera más difícil discernir lo real de lo ficticio y encontrar, en lo que se difunde, un significado mucho más grande que la misma noticia. Por ello, es imprescindible que tanto la academia como los gobiernos analicen el fenómeno para contrarrestarlo y evitar que influya negativamente en la toma de decisiones personales y políticas.

Durante la pandemia de Covid-19, sobre todo en el período denominado ASPO (Aislamiento social preventivo y obligatorio) en Argentina, decretado el 20 de marzo de 2020, la constante aparición y difusión de informaciones falsas sobre la veracidad del virus y la inocuidad de las vacunas provocó que muchas personas se negaran a respetar las medidas o que tuvieran dudas sobre la inoculación. Esto resultó ser un problema para la salud pública que provocó incremento de contagios y desconfianza en las vacunas en un primer momento.

Entonces, hablar de *fake news* significa abordar de consecuencias graves para sus consumidores. Si el *prosumer* dirige su contenido de manera intencionada para un grupo que comparte ideología, es de vital importancia poner la mirada en ambos extremos: quien emite y quien recibe la información.

Cuando Twitter canceló la cuenta de Donald Trump por incitación a la violencia(*El País*, enero 2021), numerosas fueron las voces que se levantaron en contra de la medida por que atentó contra la democracia y la libertad de expresión. Sin embargo, cabe preguntarse en qué punto se debe intervenir en la participación en redes sociodigitales o en la difusión de noticias en los medios cuando se está realmente atentando contra la libertad y cuando las autoridades y las empresas, dueñas de grandes medios de comunicación, están poniendo en marcha mecanismos para proteger a la población de males mayores.

Estamos frente a un fenómeno multifactorial que no para de crecer y que pudimos observar con claridad en el transcurso de la pandemia de Covid-19 y que requiere de un análisis que aún está comenzando.

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Fuentes

- Alonso González, M (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la Información. En *Ámbitos*. *Revista Internacional de Comunicación*, No. 45. Universidad de Sevilla.
- Aparici, R.; García Marín, D (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos 4 teorías enfrentadas. *Comunicar*, 55, (XXVI), pp. 71-79.
- Arendt, H (2020 [1958]). *La condición humana*. Buenos Aires: Paidós.
- Barbero, M (2007). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Diccionario de la Real Academia Española https://dle.rae.es/bulo
- Mailer, N (1973). *Marilyn, a biography*. Estados Unidos: Virgin Publishing.
- Latour, B (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Rodríguez Ferrandiz, R. (2019) Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *El profesional de la información*, 28 (3). https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14
- Winocur, R (2005). Posibilidades y limitaciones de la participación en las comunidades y redes virtuales. *Versión*, 14, pp. 85-100. https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/216/215