

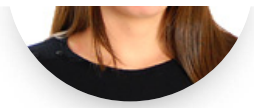


Fake news y WhatsApp: prevalece la idea de que solo afecta a otras personas



El dato surge de un estudio exploratorio realizado por un grupo de investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, junto con Mutual Conexión, en el que participaron más de 400 personas de Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe. Los datos, recabados a través de una encuesta distribuida aleatoriamente, señalan que el 18% de las personas reconocen haber compartido información dudando de su veracidad. Otro grupo admitió cierta dificultad para identificar si una noticia era verdadera o falsa por sus propios medios. Para el equipo de investigación, esto plantea la necesidad de generar espacios para avanzar en instancias pedagógicas que promuevan el diálogo, problematicen y desnaturalicen la información recibida. [14.10.2021]





Por **María José Villalba**

Redacción **UNCiencia**
Prosecretaría de Comunicación Institucional – UNC
maria.jose.villalba@unc.edu.ar

En Argentina, el consumo informativo digital asciende al 90%, y el 78% elige las redes sociales como fuente de información por sobre otras posibilidades, según un informe realizado por la Universidad de Oxford y el Instituto Reuters.

El informe [Digital News Report 2021](#) reveló, además, que la desinformación sobre COVID-19 se difunde principalmente a través de canales digitales. En este sentido, la principal desconfianza se orienta hacia Facebook (28%), seguido de sitios y aplicaciones de noticias (17%), WhatsApp y otras aplicaciones de mensajería (15%), motores de búsqueda (7%), Twitter (6%) y YouTube (6%).

Con el objetivo de indagar sobre los usos de WhatsApp como fuente de información y las herramientas utilizadas para analizar la veracidad de las noticias, el grupo de investigación “Experiencias de Comunicación Transmedia Social/Educativa”, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, junto a la Mutual Conexión que agrupa a personas que trabajan en la comunicación y la cultura, realizó un estudio exploratorio no estadístico.

Claudia Ardini, directora del equipo de investigación, explica que la proliferación exacerbada de noticias falsas en el contexto de la pandemia del COVID-19 superó todos los límites conocidos y, de un modo u otro, afectó a toda la ciudadanía. Por ese motivo, consideraron necesario analizar sus efectos en Córdoba y otras provincias.

La recolección de datos se concretó mediante una encuesta que se distribuyó y circuló de manera aleatoria desde el 16 de junio hasta el 8 de julio de 2021, entre usuarios y usuarias de la red WhatsApp, en diferentes provincias de Argentina. La respondieron 445 personas, de las cuales el mayor porcentaje corresponde a Córdoba, seguida por Buenos Aires y Santa Fe.

Entre los ejes abordados se encontraron la identificación de noticias verdaderas o falsas; el uso general y por actividades de WhatsApp; el acceso a la

información y el análisis de veracidad de las noticias e informaciones que se reciben y se comparten (herramientas utilizadas).

Los resultados del relevamiento fueron publicados recientemente en el informe **“Noticias falsas y el uso de WhatsApp como medio noticioso”**.

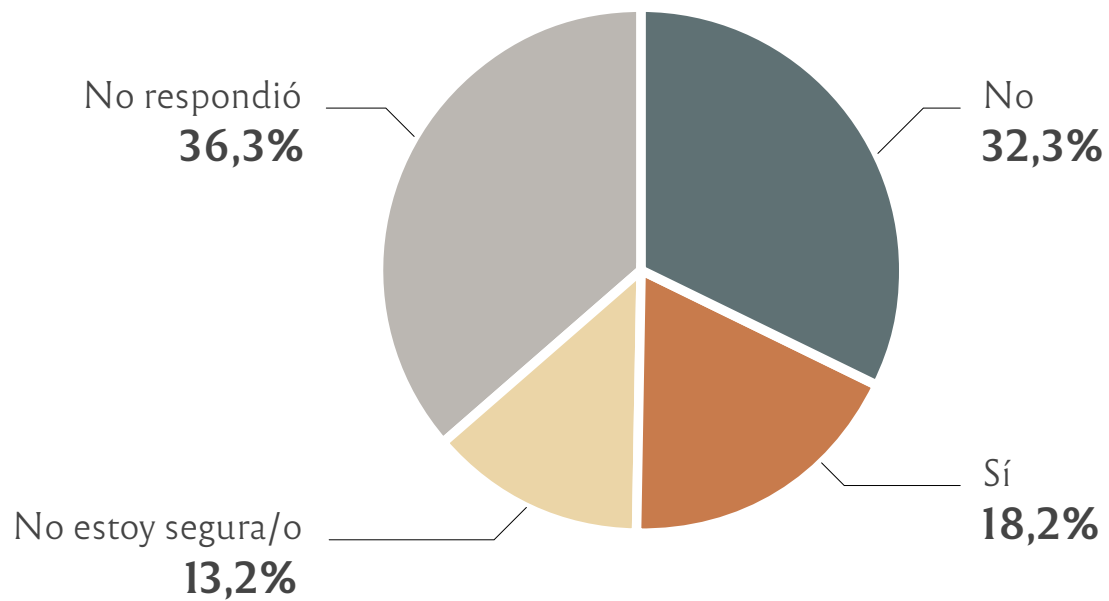
Uno de los datos más significativos del estudio surge de la pregunta “¿Alguna vez compartió información por WhatsApp dudando sobre su veracidad?”. En este sentido, mientras un 18,2% de las personas respondió afirmativamente, otro 13,2% manifestó no estar segura; un 32,3% contestó negativamente y un 36,3% de las personas consultadas no respondieron a la consulta.

De la población encuestada un 43,9% cuenta con estudios universitarios, un 23,5% con posgrado universitario, un 20,4% con estudios terciarios y el 11,9% restante con estudios secundarios. De acuerdo a los datos obtenidos, las personas con alto grado de formación también son segmentos susceptibles de las *fake news*, “lo que deconstruye prejuicios hacia sectores con menor acceso a la educación, considerados más permeables al engaño”, sostiene el texto.

“En este punto, notamos dificultad para asumir que también pueden ser víctimas de la desinformación –señala Ardini–, probablemente porque la formación académica está sobrevaluada en relación con otros saberes, pero tal como revela el estudio, no alcanza con que tengamos conocimiento sobre determinados temas para actuar de manera asertiva”.

Según apunta la especialista, entre tanta información circulando velozmente en los entornos digitales, a veces es difícil detectar los rastros que den cuenta de sus faltas a la verdad, del sesgo más o menos explícito o de sus incoherencias.

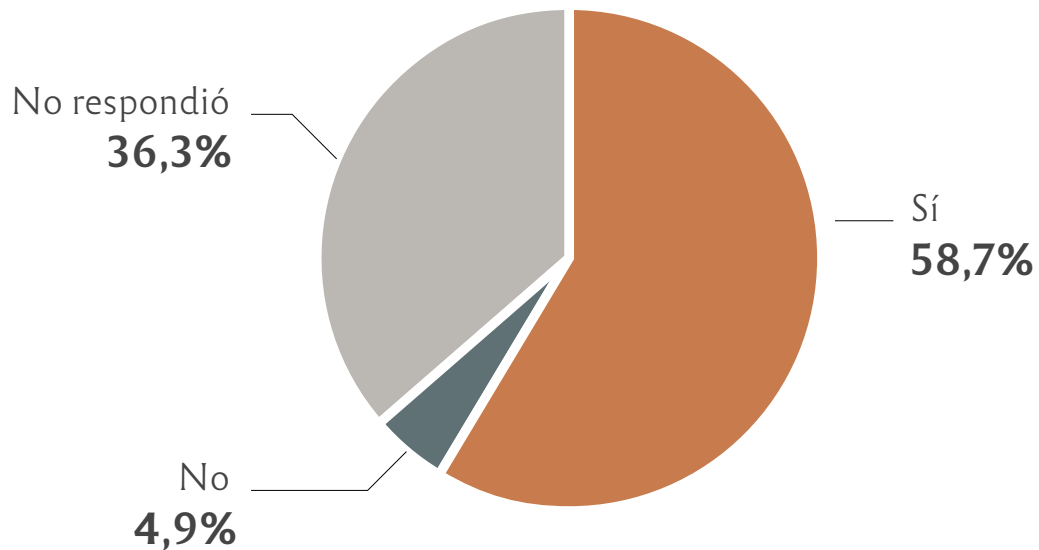
¿Alguna vez compartió información por WhatsApp dudando de su veracidad?



¿Qué hacer con las noticias falsas?

Ante la consulta ¿Alguna vez detectó falsedad en noticias o informaciones recibidas por WhatsApp?, más de la mitad de las personas encuestadas (58,7%) dijeron que sí, un 36,3% evitó responder y 4,9% contestó por la negativa.

¿Alguna vez detectó falsedad en noticias e informaciones recibidas por WhatsApp?



Frente a este escenario, el informe sostiene que, si bien la circulación de noticias falsas siempre estuvo presente, el actual contexto hipermediático y digitalizado ha potenciado su alcance y velocidad.

“La información en los ecosistemas digitales se mezcla con otros contenidos, lo hace en un mismo dispositivo, con diversidad de formatos y una configuración estética que difumina los límites. Si bajo el estricto régimen del click se justifica cualquier estrategia, quienes reciben y reproducen las noticias se encuentran en clara desventaja”, expresa el documento.

Para Ardini, los mecanismos para crear noticias falsas se han sofisticado notablemente, lo que implica mayor dificultad para desbaratarlas. “La lucidez resulta imprescindible en estos tiempos de algoritmos, *big data* y *fake news* si es que pretendemos un ejercicio de ciudadanía pleno”, propone la investigadora.

Ante los desafíos que plantea la búsqueda de información veraz, el estudio consultó sobre los métodos de verificación de noticias utilizados. La acción más realizada por las personas encuestadas fue “apelar a los propios conocimientos y experiencia sobre el tema para analizar la información” (69%).

“Se trata de un proceso de validación incorporado en la mayoría de la población que pone en juego sus propios mecanismos de reconocimiento antes de dar por cierta una noticia”, considera el grupo de investigación.

Sin embargo, el informe advierte que la contrastación con el propio conocimiento puede no ser suficiente. “Principalmente porque nadie es especialista en todos los temas y porque la pretensión de verdad de las noticias falsas no siempre es tan fácil de descubrir a simple vista. Es recomendable reforzar el análisis a través de otros procesos de verificación”, subraya el texto.

En cuanto a otras estrategias puestas en juego para evitar la trampa de las *fake news*, las 445 personas consultadas mencionaron realizar una o varias de las siguientes: chequear la información en Google o algún otro buscador (56%); analizar si las fotos y/o videos se corresponden con la información (49%); reconocer al contacto que envía la información y la confianza que genera (51%); leer el texto completo además del título y comprobar la coherencia de la información (50%); detectar el origen de la información y su pertinencia (52%) e identificar la fecha y la actualidad de la noticia (47%).



Instancias colectivas de diálogo, la salida posible

En el estudio, a las personas encuestadas se les presentaron 10 noticias, a fin de que, según su criterio, evaluaran si cada una de ellas era verdadera, falsa o si la ubicaba en otra categoría. El dato llamativo es que hubo un grupo que admitió la imposibilidad de llegar a una conclusión por sus propios medios y se mostró dispuesto a avanzar en otras opciones para dilucidar la veracidad de esos titulares.

“Ese gesto de dudar es un dato relevante –observa Ardini–, significa que hay espacio para instancias pedagógicas relacionadas con el tratamiento de la información y nos indica que todavía hay mucho por hacer”, sentencia.

En esta línea, el documento señala que los resultados conseguidos ofrecen una oportunidad para construir una relación más saludable con el apego a la verdad y a formas de comunicación más centradas en la mejora de la condición humana que puedan impulsar una mirada reflexiva de las noticias.

El equipo de especialistas entiende que el fenómeno de las noticias falsas y su efecto negativo, así como la defensa de la calidad de la información, son tareas que involucran a cada persona, pero también a toda la ciudadanía.

“Quizás es momento de desmitificar la idea de que la información falsa es algo que solo afecta a otras personas. Las *fake news* son un fenómeno social a la vez que individual, con lo que sus posibles soluciones deben abordarse también en sus diferentes dimensiones”, reflexionan.

Para Ardini, la salida está en “promover el diálogo colectivo y avanzar en instancias pedagógicas que problematicen y desnaturalicen la información recibida. Buscar un mayor apego a la diversidad de fuentes, pero advirtiendo que esa pluralidad no significa que todas las fuentes estén legitimadas y tengan la misma rigurosidad”.

“El trabajo sostenido que venimos desarrollando entre este equipo de investigación y la organización social Mutual Conexión, muestra un camino cierto de articulación territorial, de producción conjunta de conocimiento entre universidad y sociedad”, agrega la especialista.

“El ecosistema digital está aquí, entre nosotros y nosotras, y nos atraviesa. Se construye continuamente a partir de nuestras definiciones y aportes y requiere de herramientas colectivas para enfrentar el efecto de la información falsa en internet. En este sentido juegan un papel clave los Estados y las organizaciones del Estado ampliado. Escuelas, universidades, organizaciones civiles, sociales, cooperativas, mutuales, sindicatos, entre otras, como actores estratégicos en un espacio público en disputa”, concluye el documento.

“Noticias falsas y el uso de WhatsApp como medio noticioso”

Autoría | Claudia Ardini, Nadir Emanuel Secco, Leonardo Corzo, Lucas Contreras y Nahúm Mirad.

Grupo de investigación | “Experiencias de Comunicación Transmedia Social/Educativa. Un aporte para la participación efectiva de los actores sociales en procesos de comunicación/organización/educación”.

Dirección | Claudia Ardini.

Codirección | Alfredo Caminos.

Integrantes | Claudia Ardini, Yanina Arraya, María Belén Barroso, Alfredo Caminos, María Elena Ciolli, Lucas Contreras, Matías Colantti, Leonardo Corzo, Sandra Franco, Romina Fringes, Sofía Gual, María Montserrat Herrera, Valeria González Angeletti, Priscila Listello Molinero, Belén Manzanares, Diego Mina, Jorge Mina, Nahúm Mirad, Ramiro Moyano, Matías Pardo, Roberto Olmos, Sebastián Puechagut, Alejandra Restagno, Sandra Amarilla Ruíz, Nadir Secco, Pedro Servent, Lucas Valdés.

Institución | Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Con el apoyo de Mutual Conexión.

Web | transmediacordoba.org.ar

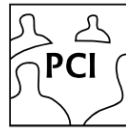


UNCiencia es la agencia de comunicación pública de la ciencia, el arte y la tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba. Es una iniciativa de la Prosecretaría de Comunicación Institucional.

✉ unciencia@pci.unc.edu.ar | ☎ (0351) 5353730.



Universidad
Nacional
de Córdoba



Prosecretaría
de Comunicación
Institucional