INFOVERITAS

BALANCE 2022 DESINFORMACIÓN

índice

1. Resumen de tendencias por **INFOVERITAS**
2. Actualidad y fake news
3. La brecha del smartphone y las redes sociales
4. Tecnología
5. Panorama general
6. Lucha contra la desinformación

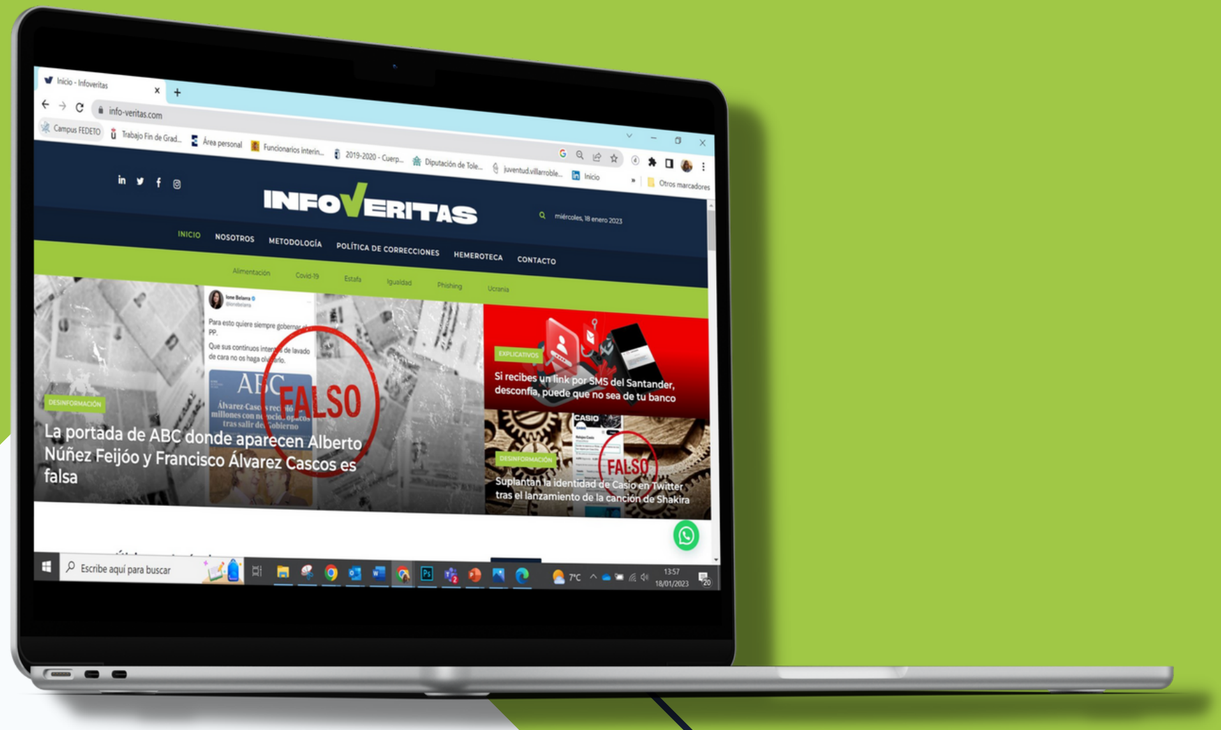
Resumen de tendencias

- La **guerra de Ucrania** ha provocado una **cascada de desinformación en 2022**. De hecho, de acuerdo a los datos extraídos del European Tech Insights 2022, elaborado por el Centro para la Gobernanza del Cambio de IE University, el 42,2% de los europeos creen haber sido víctimas de noticias falsas relacionadas con el conflicto (1).

- Los bulos sobre el conflicto no han sido los únicos que han proliferado en el último año. Abundaron las **noticias falsas relativas a la pandemia de COVID** u otros temas científicos; por ejemplo, los relacionados con transmisión de enfermedades o con la nutrición y el bienestar. Es más, 1 de cada 4 españoles asegura haber recibido información falsa sobre asuntos científicos en la última semana (2).

- Otro asunto destacado: la ciberseguridad. La guerra de Ucrania ha reformulado el panorama de las **amenazas cibernéticas** (3). De hecho, un 62% de los europeos temen que, a raíz del conflicto, se produzcan ciberataques en su país (4). Y, ojo, porque el phishing es la principal puerta de entrada (5).

- El 83,3% población considera que **la difusión de desinformación ha crecido** a raíz de la pandemia del COVID-19 y la invasión de Rusia en Ucrania (6).



Guerra de Ucrania

Coronavirus

Phishing y ciberseguridad

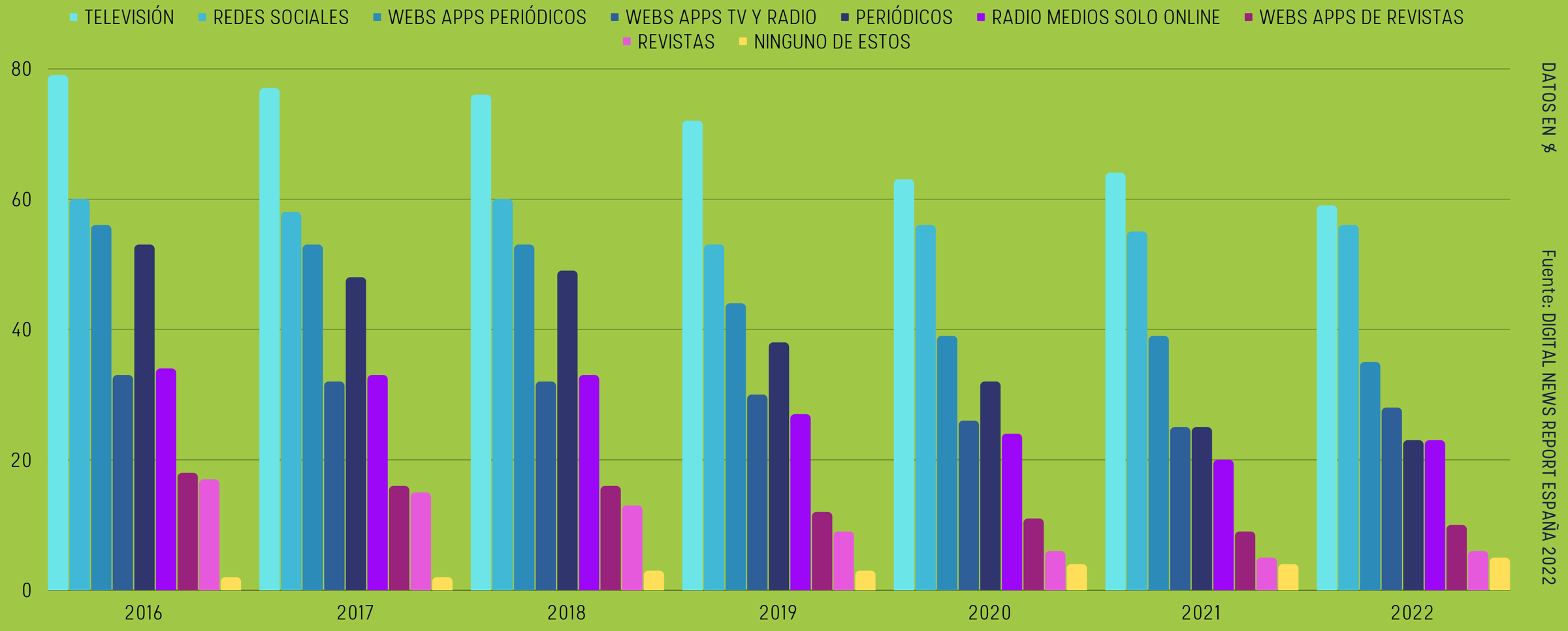
Actualidad y fake news

¿CÓMO NOS INFORMAMOS?

- La prensa en papel está pasada de moda. **Sólo el 23% de los ciudadanos se informa a través de la prensa escrita**, y ese porcentaje desciende cada día. De acuerdo con los datos del Digital News Report 2022 (7), para ponerse al día, los ciudadanos prefieren los medios online (79%) –incluidas las redes sociales– antes que los medios tradicionales offline, como radio, prensa y televisión (70%) (8).

- Según los datos del estudio, la televisión (59%) sigue siendo el canal más utilizado para informarse, seguido de las redes sociales (56%). No obstante, en las audiencias más jóvenes, **las redes sociales ya han sobrepasado a otros canales.**

Evolución del tipo de medio empleado para informarse durante la semana:



Desinterés informativo y salud mental: ¿Por qué evitamos las noticias?

Entre las causas del desinterés informativo destacan las siguientes:

La brecha del smartphone y las redes sociales

- Los españoles dedicamos mucho tiempo a navegar por las redes sociales. Por tanto, no sorprende que sean la fuente de noticias más utilizada por seis de cada diez internautas hasta 44 años (60%).

- A pesar del abuso de las RRSS para mantenerse informado, el 42,3% de los europeos es desconfiado y considera que **estas aplicaciones contribuyen a la difusión de desinformación** y de noticias falsas (9).

- Eso sí, este dato varía en función de la edad. Por ejemplo, los jóvenes eligen **nuevos canales como Tik-Tok** y el problema es que esta red social es un escenario perfecto para que prolifere la desinformación. La plataforma NewsGuard (10), que vigila la desinformación en internet, detectó que uno de cada cinco vídeos contiene información errónea.

- En España **el teléfono móvil sigue siendo el rey**. Desde 2013 prácticamente se ha duplicado el consumo de noticias por esta vía, pasando de un 39% al 75% (11).

- Peligros derivados de informarse a través del smartphone:

- Difusión inmediata y sin contrastar
- Lectura diagonal
- Disminuye el pensamiento crítico de los ciudadanos

Los algoritmos eligen por ti.

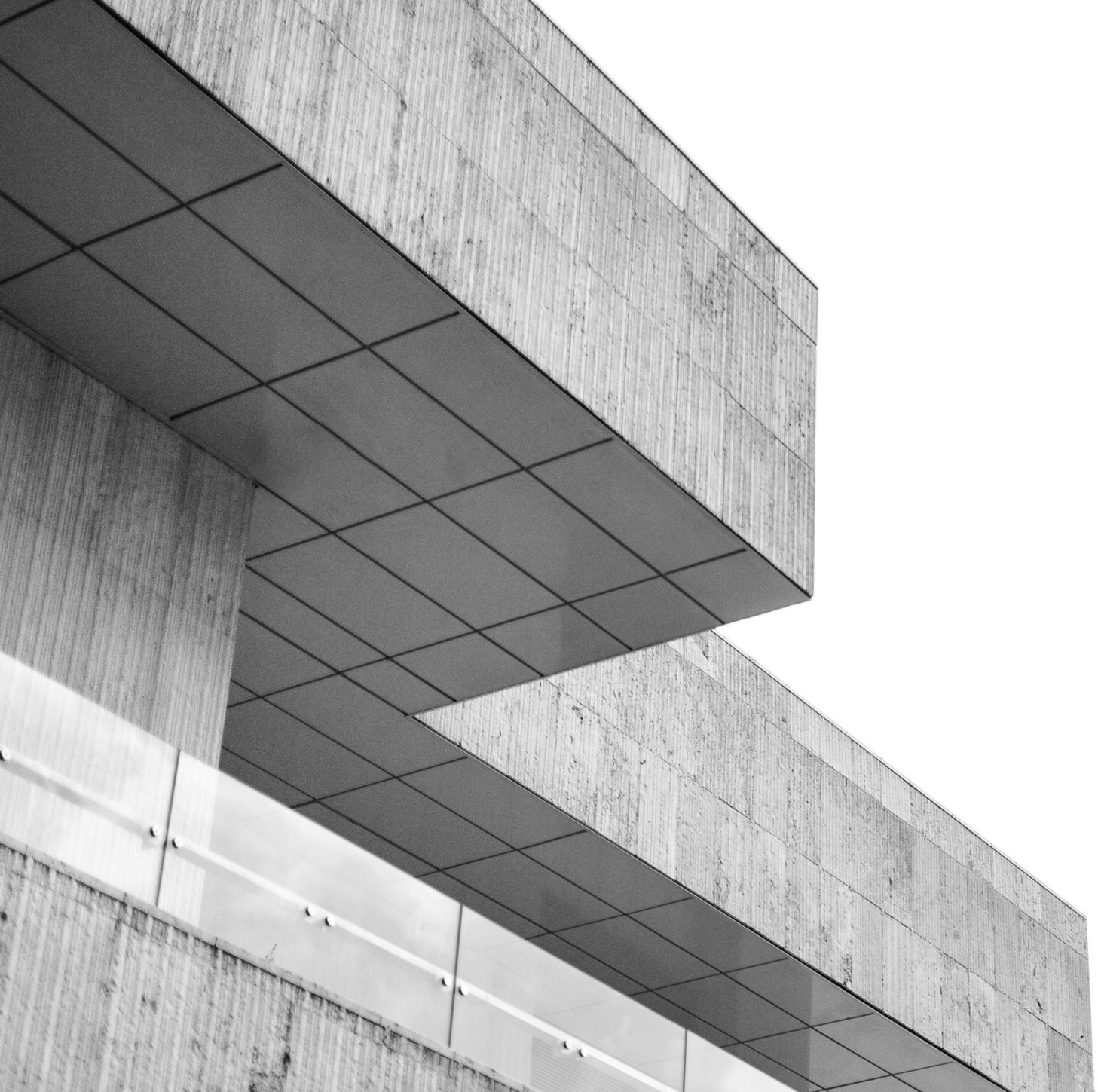
Seleccionan y jerarquizan las noticias en función de tus intereses e interacciones previas. Ocultan información relevante para los ciudadanos.

Tecnología

La Inteligencia Artificial (IA) y el Procesamiento Natural del Lenguaje (NPL) se han sumado a la lucha contra la desinformación. Pero, estas herramientas también tienen su cara B. Por ejemplo, la IA permite diseñar técnicas sofisticados para generar desinformación (deepfakes, vídeos manipulados en los que se altera la realidad).

- APPS y programas informáticos: no hace falta ser un experto para generar un vídeo manipulado. Hay **programas fáciles de usar** como Reface y DeepFaceLab. Y se teme que TikTok, una red que crece exponencialmente sea especialmente susceptible.
- Chat GPT: ¿Es una máquina de desinformación? Se trata de un sistema de IA basada en un software GPT-3 de la empresa OpenAI para realizar diferentes tareas, entre ellas mantener conversaciones y ofrecer respuestas a los usuarios. ¿El problema? Que **puede generar respuestas falsas**, lo que le convierte en una nueva amenaza.
- Telegram y otros sistemas de comunicación privados como promotores de bulos. Por estos canales circula un gran volumen de desinformación, ya que al no ser públicos se desconocen por completo los contenidos que se difunden.
- **Fact-checking como herramienta contra la desinformación**. El auge de las fake news ha dado como origen esta nueva rama del periodismo, que consiste en detectar las noticias falsas que se difunden cada día con el fin de manipular y engañar a los ciudadanos.

Ante el creciente número de campañas desinformativas en la red, compañías como Google y Meta han creado equipos para detectarlas lo antes posible y minimizar sus efectos.



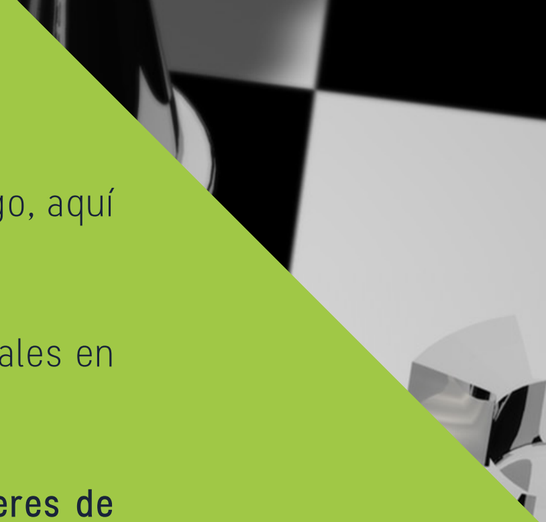
Panorama general

- **Las noticias falsas preocupan al 62% de los españoles**, frente al 12% que dice no inquietarse por saber qué es cierto y qué es falso (12). Solo un 11% de los españoles se ve capaz de detectar con seguridad una información falsa (13).
- Ante la duda, **uno de cada cuatro españoles acude a medios especializados en verificar información.**

No contribuye a mejorar la situación el hecho de que los ciudadanos de todo el mundo consideren que el periodismo no es ajeno a las influencias, porque esto genera desconfianza en las noticias. En España, sólo un 13% (14) cree que el periodismo es libre, un pensamiento que ya es una tendencia global.

- Los ciudadanos consideran que **la pandemia y la guerra de Ucrania han aumentado la difusión de desinformación.**
- El exceso de información desinforma, provoca que los ciudadanos sientan un hastío informativo que puede derivar en problemas de salud mental y aleja a la audiencia de la información.
- **Falta de confianza en medios tradicionales**. Una gran parte de los ciudadanos considera que los medios están sujetos a intereses.
- Los españoles **se informan cada vez más a través de las redes sociales** y los canales de mensajería instantánea. Eso sí, el dato varía en función de la edad. Los más jóvenes utilizan mucho más las redes sociales que los mayores.
- **La tecnología se convierte en un arma de doble filo** como problema y solución en la lucha contra la desinformación. La IA y el NPL ayudan a los periodistas a detectar la desinformación y agilizan el proceso de verificación de noticias, diluyendo así su impacto en la sociedad. Sin embargo, los algoritmos cada vez más sofisticados también permiten crear imágenes, vídeos y textos completamente ficticios.
- **La alfabetización mediática y el desarrollo de pensamiento crítico** son dos herramientas de combate efectivas contra la desinformación.

Lucha contra la desinformación



La solución a esta problemática es compleja y requiere la colaboración de todos los actores implicados. Sin embargo, aquí van algunas propuestas que pueden ayudar a reducir la difusión de la desinformación:

- Fomentar que los medios de comunicación y organismos públicos atraigan al público juvenil inaugurando canales en Tik Tok e Instagram, **permitiendo el acceso a fuentes fiables de información.**
- Potenciar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática desde la infancia. Por ejemplo, mediante **talleres de alfabetización mediática.**
- Enseñar a los ciudadanos **herramientas que les capaciten para detectar la desinformación.** Las verificadoras deberían liderar proyectos para enseñar a los ciudadanos herramientas sencillas con este fin.
- Colaboración **verificadoras-empresas tecnológicas** para detectar la desinformación y evitar así la propagación de desinformación.
- Potenciar que los ciudadanos acudan a las verificadoras para comprobar el contenido que circula en los canales cerrados o privados (WhatsApp/Telegram).
- Las empresas de comunicación deben **comprometerse con el periodismo de calidad**, fortalecer la veracidad de las noticias y velar por la neutralidad informativa.

fuentes

1. IE University, Center for Governance of Change (2022): European Tech Insights 2022.
2. FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología) (2022): Desinformación Científica en España, Informe de Resultados.
3. ENISA (European Union Agency for Cibersecurity) (2022): Informe de Panorama de Amenazas de Ciberseguridad 2022.
4. IE University, Center for Governance of Change (2022) European Tech Insights 2022.
5. ENISA (European Union Agency for Cibersecurity) (2022): Informe de Panorama de Amenazas de Ciberseguridad 2022.
6. UTECA y Universidad de Navarra (junio 2022): I Estudio sobre la Desinformación en España.
7. Reuters Institute, Oxford University (2022): Digital News Report 2022.
8. Íbid.
9. IE University, Center for Governance of Change (2022) European Tech Insights 2022.
10. NewsGuard (septiembre 2022): Misinformation Monitor September.
11. Reuters Institute, Oxford University (2022): Digital News Report 2022.
12. Íbid.
13. FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología) (2022): Desinformación Científica en España, Informe de Resultados.
14. Reuters Institute, Oxford University (2022): Digital News Report 2022.

‘ LA SUCESIÓN RÁPIDA DE NOTICIAS BREVES Y FRAGMENTADAS PRODUCE UN DOBLE EFECTO NEGATIVO DE SOBREINFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN’

IGNACIO RAMONET

ENCUÉNTRANOS EN ...

Contacta con nosotros

Calle Lagasca, 106 · Madrid

carla.pina@info-veritas.com

91 056 89 95 / 621 08 68 04

INFOVERITAS