



INFO  **VERITAS**

BALANCE 2023

DESINFORMACIÓN

Índice

1. Resumen de las tendencias
2. Actualidad y Fake News
3. Tecnología: Irrupción de la Inteligencia Artificial
4. Panorama general
5. Perspectivas futuras para combatir los bulos
6. Participación en foros, cumbres y congresos

Introducción

En 2023, la desconfianza en las noticias entre los españoles alcanza su punto más alto, con un 40%, mientras que la confianza se estanca en el 33%. Así se desprende del informe Digital News Report España de 2023, donde se concluye que, en los últimos cinco años, la confianza en las noticias ha experimentado un descenso, en parte debido a la influencia de términos como fake news y a la polarización social y política.

De este modo, España se posiciona como uno de los países con mayor preocupación acerca de los bulos en internet: ocupa la 11ª posición de los 46 mercados analizados, con un 64% de los encuestados que expresa dicha preocupación. Esto la sitúa como el tercer país europeo más preocupado por la desinformación, detrás de Portugal y el Reino Unido.



Introducción

Por otro lado, el mundo ha dado un paso más allá en el ámbito tecnológico con la implementación de la inteligencia artificial (IA) en las grandes compañías y, también, en la información. Uno de los retos más importantes para los próximos años es la generación de bulos con IA, de los que ya hemos visto algunos ejemplos, como imágenes generadas con esta herramienta o los deepfakes. De hecho, tan solo el 27% de los europeos cree que sería capaz de detectar contenidos falsos generados por IA, tal y como se desgrana del estudio del [European Tech Insights 2023](#), elaborado por el Centro para la Gobernanza del Cambio de IE University. Además, en dicho informe concluyen que el 81,7% de los españoles es favorable a limitar la IA y la automatización.



Introducción

Los principales temas que han copado las redes sociales a en el ámbito nacional durante 2023 han sido noticias relacionadas con las elecciones generales del 23J, la desinformación electoral y las acusaciones de fraude en el recuento de los votos. La temática se venía repitiendo desde las elecciones municipales y autonómicas del 28M. Además, también ha habido bulos en temas de medio ambiente, como la DANA registrada en Madrid y Castilla-La Mancha y el incendio en Tenerife.

En el ámbito internacional la desinformación ha estado protagonizada por la guerra entre Israel y Palestina, la guerra de Ucrania (aunque en un segundo plano) y el terremoto en Siria, Turquía y el de Marruecos.

En temas de ciberseguridad, las estafas y el phishing siguen siendo uno de los más consultados por nuestros lectores para contrastar en **INFOVERITAS**.



Resumen de las tendencias

- ELECCIONES DEL 28M: Coincidiendo con la cita electoral de las autonómicas y municipales del 28M en España, comenzaron a aumentar el número de bulos políticos, lo que supone una gran amenaza democrática.
- ELECCIONES DE 23J: Los bulos más frecuentes durante la campaña nacional de las elecciones del 23-J giraron en torno al empleo, la violencia de género, políticas sociales, pensiones, justicia y economía.
- DANA: Con la llegada del temporal a la península, las redes sociales fueron un escenario propicio para la difusión de bulos sobre el medio ambiente.
- INCENDIO DE TENERIFE: El 15 de agosto se declaró un gran incendio forestal en Tenerife. A raíz de este acontecimiento, circularon numerosos bulos e informaciones contradictorias relativas al fuego en la isla.
- GUERRA ISRAEL Y PALESTINA: Desde el 7 de octubre, con motivo del ataque inesperado de Hamás en la frontera de Gaza, los bulos sobre el conflicto palestino-israelí no han dejado de crecer. De hecho, según un reciente análisis de NewsGuard, los usuarios verificados de X (Twitter) propagaban el 74% de las noticias falsas sobre el conflicto entre Israel y Hamás.
- TERREMOTO EN SIRIA Y TURQUÍA: Un terremoto de magnitud 7,8 en la escala de Richter sacudió la madrugada del 6 de febrero a Turquía y Siria. A raíz de la catástrofe, circularon por redes sociales numerosos vídeos e imágenes antiguos sin ninguna relación con la tragedia.
- TERREMOTO EN MARRUECOS: El pasado 8 de septiembre de 2023 tuvo lugar un terremoto cerca de Marrakech, en Marruecos, que dejó cerca de 3.000 muertos. A raíz de este suceso, se viralizaron mensajes erróneos en redes sociales.





Elecciones del 28M y 23J



Desastres naturales



Guerra de Israel y Palestina



Actualidad y fake news

...tainneers and ...
s and UK. It was ...
together in Mussoorie.

truth

INFO**V**ERITAS

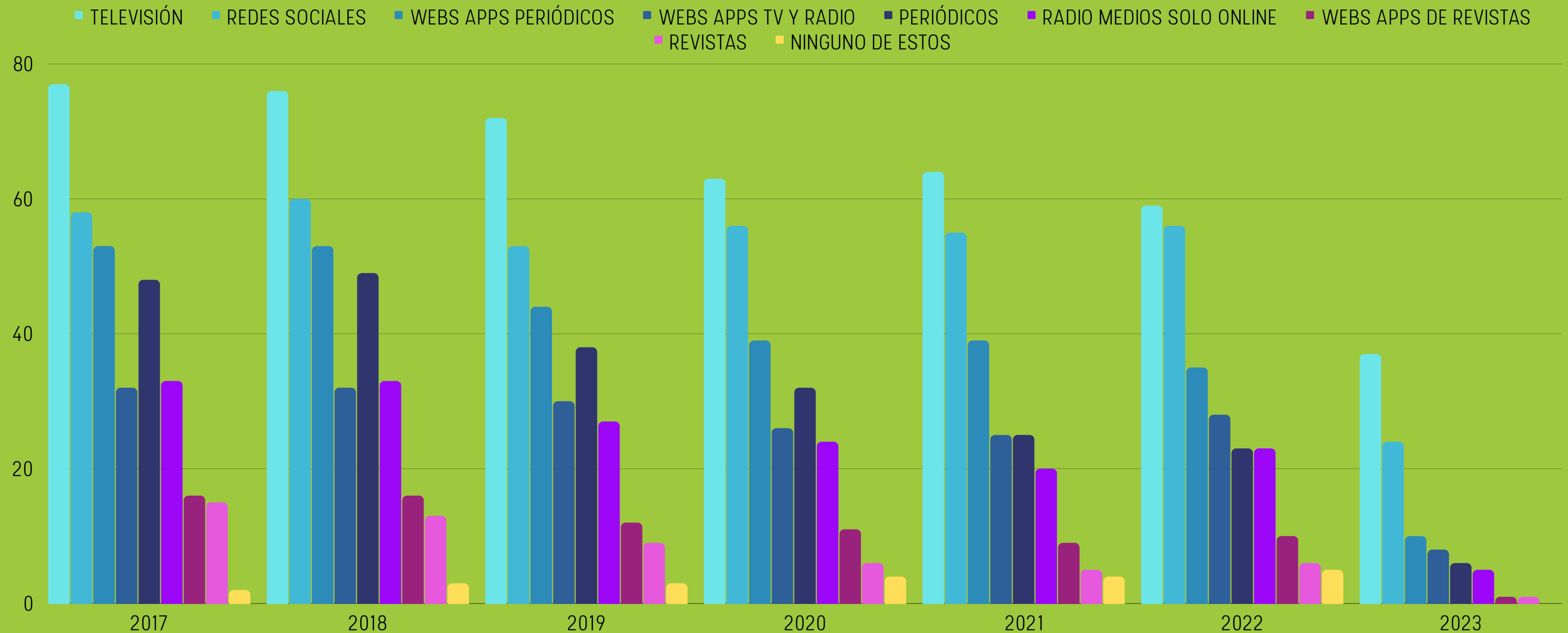
Cómo nos informamos: pódcast y altavoz inteligente como novedad

La caída en el consumo de medios online y la leve recuperación de los medios tradicionales no digitales se reflejó en las preferencias de los encuestados en el Digital News Report. En general, los medios tradicionales no digitales son preferidos para consultar noticias (53%) que los medios digitales (47%).

A pesar del descenso en el uso de medios online, la televisión sigue siendo el medio preferido para la mayoría de los encuestados (37%), con las redes sociales en segundo lugar (24%).



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



DATOS EN %

FUENTE: DIGITAL NEWS REPORT ESPAÑA 2023

Cómo nos informamos: pódcast y altavoz inteligente como novedad

El año pasado, en 2022, vimos cómo la prensa en papel estaba pasada de moda y en 2023 ha surgido una apatía generalizada hacia los medios de comunicación, de acuerdo con el informe Digital News Report España de 2023. A lo largo del año, un buen número de encuestados ha optado por evadirse de las noticias y evitarlas de manera deliberada reduciendo la frecuencia de consumo. Frente a este rechazo de la información, han surgido maneras alternativas para informarse, entre ellas destacan el podcast y el uso de las redes sociales.

El 39% de los encuestados usa las redes sociales como canal informativo, sobre todo entre los grupos más jóvenes: Facebook (30%) y Twitter (18%) siguen liderando el uso informativo de estas redes y TikTok ya es empleado para leer, ver, encontrar, compartir o comentar noticias por el 10% de los encuestados, lo que también provoca que el número de bulos pueda aumentar.

Cómo nos informamos: pódcast y altavoz inteligente como novedad

Entre las tendencias de los usuarios para informarse, el móvil es el dispositivo más utilizado para consultar noticias digitales (67%), muy por delante del ordenador (33%) y del televisor inteligente (30%). De hecho, solo la mitad de los adultos españoles va directamente a los medios en busca de noticias.

Asimismo, se ha detectado un notable aumento en la escucha de pódcast en España, que se sitúa en el 45%. Estas cifras lo convierten en uno de los países del mundo donde este formato juega un papel más importante. Además, cada vez más usuarios se informan a través del altavoz inteligente. El 8% de los encuestados lo usa para escuchar noticias; son tres de cada diez (33%) entre quienes lo utilizan habitualmente.



FAKE NEWS

Percepción del periodismo

FACTS

La percepción social del periodismo tiende a ser muy crítica. El 57% de los españoles escucha habitualmente críticas negativas de la profesión, tanto en su entorno social o familiar cercano (48%) como en boca de políticos (42%) o de otros periodistas o medios de comunicación (40%).

Nuevas tendencias: Twitch y Telegram

Una investigación realizada por la Universidad Miguel Hernández de Elche analizó otras aplicaciones como alternativas a los medios de comunicación tradicionales, como la televisión. En el estudio se concluyó que la plataforma de streaming de vídeo Twitch tenía la posibilidad en España de igualar a la televisión como medio de entretenimiento audiovisual favorito, e incluso de superar a esta y convertirse en la primera opción de entretenimiento a largo plazo (Barrea, 2022).

Del mismo modo, han surgido otras maneras de mantenerse informado, como los canales de Telegram. En términos generales, según datos del informe Digital New Report, Telegram ha ido adquiriendo mucha popularidad y lo utiliza el 27% de la población española. Además, su uso para noticias en el país ibérico se eleva al 8%, superior al 6% global.

Siguiendo las conclusiones del estudio Telegram como herramienta para periodistas: Percepción y uso. Revista De Comunicación, 19(2), 245-261, la red social ha logrado postularse como una de las plataformas preferidas por los medios. Sin embargo, este tipo de plataformas, a pesar de ser elementos útiles para el usuario, también provocan la circulación de bulos y la caída en el peligro de desinformar al usuario por la inmediatez.

“Ante el temor de que la falta de confianza de la audiencia pueda afectar la credibilidad de los medios, desde el ámbito profesional se reclama un cambio en algunas prácticas que descansan sobre la precipitación, las intromisiones y la desidia. La irrupción de Internet no altera la norma (Herrera-Damas, 2013) y, por ello, el periodista siempre ha de contrastar y verificar la información”, concluyen.

Dónde se difunden más los bulos

De acuerdo con un estudio realizado por el observatorio de medios digitales de España y Portugal IBERIFIER, las redes sociales donde se difunden más fake news son los siguientes: WhatsApp, que es percibida como la plataforma de mensajería móvil en la que se difunden más bulos (78,6%), seguida de Facebook Messenger (29,5%) y Telegram (28,7%).

AI

**Tecnología: Irrupción de
la Inteligencia Artificial**

La desinformación enfrenta un nuevo desafío. Se trata de los deepfakes, una nueva forma de crear fake news en la que se manipulan vídeos superponiendo la cara de una persona en el cuerpo de otra gracias a algoritmos gratuitos y fáciles de usar, que pueden llegar a cambiar incluso la voz.

En Estados Unidos, varios Estados ya han aprobado leyes que regulan los deepfakes, sin embargo, en Europa el uso de esta nueva tecnología no está legislada explícitamente, aunque la UE sí se ha creado una normativa específica para abordar el asunto de la inteligencia artificial. Ni España ni en Portugal hay legislación concreta, aunque en España recientemente ya ha habido avances al respecto con la Proposición de Ley Orgánica del 13 de octubre de 2023 para regular las simulaciones de imágenes y voces generadas por inteligencia artificial.



Panorama general



INFO **VERITAS**

Aumenta la suscripción a medios

Parece que poco a poco comienza a despertar el pago por noticias digitales en España tres años después de que los principales medios digitales del país modificaran su modelo de ingresos gratuito por otro basado en la suscripción o donación. Así, el 13,3% de los encuestados pagó por noticias digitales durante el 2022, frente al 11,7% que pagó el año anterior.

No obstante, España presenta una particularidad interesante: un 52% de sus suscriptores paga por dos o más medios, y un 26% está suscrito a tres o más fuentes informativas, cifras más altas que en el promedio de otros países.

Aumenta la suscripción a medios

La principal motivación para suscribirse a las noticias digitales es la preferencia por periodistas concretos (34%) seguido de las ofertas y promociones (31%).

Por tercer año consecutivo el porcentaje de españoles que no paga nunca se estanca en el 66%. Los que no pagan lo harían si se rebajase el precio de las suscripciones (20%) o se incrementase la calidad del contenido periodístico (17%).

Fake News

No obstante, existe una tendencia contraria en cuanto a la preocupación por los bulos. Los que no pagan por noticias digitales parecen más preocupados por la desinformación (66% frente a 55%), mientras que los que pagan muestran una mayor indiferencia hacia este problema (25% frente a 9%).

Perspectivas futuras para combatir los bulos

La desinformación sigue siendo una preocupación para el Estado y por ello la Agencia Estatal de Investigación ha destinado más de seis millones de euros a 57 proyectos de investigación que analizan mecanismos para combatir la desinformación. De hecho, según el último Eurobarómetro publicado por la Unión Europea (UE), correspondiente al invierno de 2022-2023, más del 80% de los españoles cree que la desinformación es un problema en el país, y la sociedad civil es indudablemente resistente a ella.

La irrupción de la inteligencia artificial ha impulsado la creación de la primera normativa sobre inteligencia artificial de la Unión Europea y en España ya se está empezando a hablar de crear una normativa para combatir los bulos. No obstante, siguiendo el enfoque del informe europeo Connecting The Disinformation Dots. Insights, lessons, and guidance from 20 EU Member States, es fundamental llevar a cabo una serie de recomendaciones tanto para periodistas y verificadores como para la sociedad en general con el fin de evitar una mayor propagación de bulos.

- Favorecer el intercambio de información: Los actores, comportamientos y contenidos de la desinformación se parecen entre sí en diferentes países. Continuar monitoreando el contexto nos permite identificar patrones específicos y generalizables.
- Cumplimiento de las políticas: En los próximos meses, los Estados miembros de la UE deberán cumplir con la Ley de Servicios Digitales y hacerla cumplir dentro de sus muy diversos marcos legales.
- Analizar la desinformación alrededor de las elecciones europeas de 2024: Además de las elecciones europeas, 2024 será el año electoral más importante de la historia tal y como apuntan desde la ONG EU DisinfoLab. Por tanto, es urgente abordar la desinformación electoral de forma rápida y coordinada.
- Estar atentos a la interferencia de información extranjera: A la luz del panorama global actual, caracterizado por la batalla de la información, es necesario identificar y contrarrestar la Foreign Information Manipulation Interference (FIMI), que en su traducción al castellano es Interferencia de Manipulación de Información Extranjera. Esto incluye mejorar la concienciación y la capacitación de diversas partes interesadas, incluidos los gobiernos nacionales.
- Mejorar la alfabetización mediática y digital: Invertir en alfabetización mediática y digital resulta imprescindible para construir una sociedad resiliente que sea inmune a engaños y manipulaciones, incluida la sátira mal entendida o nuevas estrategias como la suplantación de identidad. Hoy en día, las personas tienen las herramientas tecnológicas para acceder al contenido, pero necesitan adquirir las habilidades para comprenderlo e interactuar con él adecuadamente.

- Reconocer que la desinformación prospera con la desconfianza pública: La desinformación explota sentimientos negativos como la rabia y el miedo para polarizar y movilizar a la audiencia. Las autoridades nacionales e internacionales y los medios de comunicación suelen ser identificados como enemigos. Para acabar con el poder que la desinformación tiene sobre estos individuos es crucial reconocer y abordar la desconfianza pública para sanar las democracias.
- Proteger a las minorías y categorías vulnerables: La desinformación pesa mucho sobre quienes pertenecen a grupos marginados y vulnerables, como las mujeres y las personas LGBTQI+, pero también sobre las minorías étnicas o religiosas. Por ello, es importante arrojar luz sobre dichos colectivos y diseñar medidas específicas que aseguren la inclusión, evitando un efecto discriminatorio y silenciador.
- Fortalecer la protección de periodistas y verificadores: Los trabajadores del sector de la información son el alma de nuestras democracias y, por lo tanto, deben ser salvaguardados y apoyados.
- Proporcionar acceso a los datos a todos los investigadores: Los investigadores deberían recibir acceso a los datos de una manera permanente y fácilmente comprensible que contenga indicaciones para comprender la desinformación y encontrar soluciones.
- Garantizar la financiación para ampliar la investigación: Es crucial garantizar una financiación sostenible y permanente a las organizaciones de la sociedad civil que participan en la lucha contra la desinformación. La seguridad financiera significa garantizar que la investigación se mantenga, actualice y amplíe periódicamente. De esta forma se favorece la cooperación y se avanzan soluciones.

Participación en foros, cumbres y congresos



INFO **VERITAS**

Marzo 2023:

Los días 16 y 17 de marzo participamos como ponentes en la VII Media Ethics Conference de la Universidad de Sevilla bajo el lema "Percepciones y actitudes hacia el discurso de odio en redes sociales". Allí analizamos la labor de las agencias de verificación de noticias y explicando su funcionamiento.

Abril 2023:

Participamos como moderadores en el ciclo de debates ¿Están ganando la batalla de la credibilidad las redes sociales o los medios de comunicación?, el 25 de abril, organizado por la FAPE y Repsol.



CUMBRE GLOBAL SOBRE
DES INFORMACIÓN
2023

Septiembre 2023:

Durante los días 27 y 28 de septiembre, fuimos ponentes en la III Cumbre Global de Desinformación, que congrega a expertos, periodistas, investigadores y referentes tecnológicos de las iniciativas sobre desinformación más reconocidas del mundo para entender cómo dar batalla a la información falsa o engañosa.

Desinformación electoral: una amenaza para la democracia

Estrategias eficaces de distribución de contenidos verificados

Recuperar la confianza en la era de la desinformación

Verificación en la era de la IA: retos y soluciones

Alfabetizar a las audiencias en tiempos de Tik-Tok

CON EL APOYO DE:

Google
News Initiative

IFCN
@Poynter.

NACIONES
UNIDAS
ARGENTINA

SOCIEDAD
INTERAMERICANA
DE PRENSA

DESCONFÍ

FUNDACIÓN
PARA EL
PERIODISMO
Periodistas trabajando para periodistas

Octubre 2023:

Desde el 26 de octubre, INFOVERITAS es miembro verificado de la European Fact-Checking Standards Network (EFCSN), un organismo que reúne a diversas entidades verificadoras de Europa comprometidas con los principios de independencia, transparencia y calidad periodística que plasma el Código Europeo para Organizaciones de Fact-Checking Independientes.

Ser reconocida como miembro del EFCSN significa que INFOVERITAS es una verificadora que cumple, al igual que las casi 50 organizaciones que actualmente forman parte de la red, con todos los estándares de este organismo: independencia, ética y transparencia.



Noviembre 2023:

Desde el mes de noviembre INFOVERITAS es también miembro verificado de la International Fact-Checking Network y nos unimos al código de principios de la entidad. La organización es líder en la excelencia en fact-checking. Ser signatario del código de principios implica que cumplimos los compromisos para promover dicha excelencia en la verificación.

Tras obtener el sello internacional de verificadores, EFCSN nos invitó a participar en la cumbre Fact-checking and beyond – Building resilience for de 2024 European Elections donde, junto a fact-checkers y verificadores de toda Europa, pusimos en común proyectos para combatir la desinformación en el contexto en las elecciones europeas. El congreso tuvo lugar en Bruselas durante los días 13, 14 y 15 de noviembre.

Ese mismo mes participamos en un congreso organizado por la Universidad Carlos III y STOPFake con una ponencia sobre las teorías de la conspiración y el trabajo diario que realiza el equipo para desmentirlas. La exposición del equipo de INFOVERITAS, que se realizó el 21 de noviembre, queda también recogida en el libro *Disinformation and fact-checking in contemporary society* (Desinformación y fact-checking en la sociedad contemporánea). De esta forma, la ponencia "Debunking strategies for negationism and conspiracy" (Estrategias de desmentido del negacionismo y la conspiración), de INFOVERITAS, se integra, de forma ampliada, en esta obra recopilatoria con algunas de las otras charlas de la jornada.

fuentes

1. –Dasilva, J. P; Ayerdi, K. M. & Galdospin T. M. (2021). Deepfakes on Twitter: Which Actors Control Their Spread? Media and Communication
2. –Digital New Report en España 2023 (pág. 56)
3. –Estudio European Tech Insights 2023. Pág. 20–21
4. –Gomes–Gonçalves, S. (2022). Los deepfakes como una nueva forma de desinformación corporativa – una revisión de la literatura. IROCAMM – International Review Of Communication And Marketing Mix, 5(2), 22–38.
5. –Moreno–Castro, C., Paisana, M. et al. (2022). El impacto de la desinformación en la industria mediática en España y Portugal. Iberificador.
6. –Sánchez Gonzales, H. M., & Martos Moreno, J. (2020). Telegram como herramienta para periodistas: Percepción y uso. Revista De Comunicación, 19(2), 245–261.
7. –Sessa, Maria Giovanna (2023): Connecting The Disinformation Dots. Insights, lessons, and guidance from 20 EU Member States. December 2023. EU DisinfoLab
8. –NewsGuard (2023): Misinformation Monitor. October 2023.
9. –Standard Eurobarometer 98 – Winter 2022–2023

Encuéntranos en ...



@infoveritas_



@Infoveritas_



Infoveritas



@infoveritas_



<https://info-veritas.com/>

INFO  **VERITAS**

truth