



Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales

Revista mexicana de ciencias políticas y sociales

ISSN: 0185-1918

ISSN: 2448-492X

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Gutiérrez Vidrio, Silvia

Fakecracia: la desinfodemia de las noticias falsas en América Latina

Revista mexicana de ciencias políticas y sociales,
vol. LXVII, núm. 244, 2022, Enero-Abril, pp. 573-578

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

DOI: <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.244.80378>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42175254022>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

RESEÑAS/NOTAS DE INVESTIGACIÓN

Fakecracia: la desinfodemia de las noticias falsas en América Latina

Fakeocracy: The Misinfodemic of Fake News in Latin America

■ Ponce, Matías y Omar Rincón (coords.) (2020) *Fakecracia*.
Buenos Aires: Editorial Biblos. ■

Silvia Gutiérrez Vidrio*

Recibido: 24 de agosto de 2021

Aceptado: 20 de septiembre de 2021

En la actualidad, el tema de las *fake news*, o noticias falsas, ha adquirido una gran importancia, dada la gran cantidad de información malintencionada o poco confiable que se propaga de forma viral principalmente en las redes sociodigitales. Por tanto, es necesario analizar este fenómeno como elemento de un sistema más amplio en el que la disputa no es sólo por la “verdad” o la “falsedad” de la información, sino por el poder político y el sentido común. Al respecto, el libro que aquí se reseña representa un aporte fundamental para los interesados tanto en los fenómenos de la *posverdad*, la desinformación y las noticias falsas, como en el estudio de la comunicación política y los nuevos matices que ha ido adquiriendo en esta sociedad hiperconectada.

La originalidad de *Fakecracia* es que acepta el desafío de explicar el fenómeno de las no-

ticias falsas en América Latina en el contexto de la posverdad. Los autores que colaboran en este libro se centran en el análisis de las noticias falsas en la comunicación política en América Latina durante los años 2017 a 2019 y analizan la manera en que han contribuido a una *desinfodemia* generalizada. Frente a la constatación de prácticas políticas y mediáticas contemporáneas que amenazan la estabilidad política y social de la región, la fakecracia puede ser comprendida como un sistema político en el que la construcción de noticias falsas y la autonomización maliciosa en redes se ha convertido “en los principales recursos de comunicación política para sellar la era de la posverdad” (Ponce y Rincón, 2020: 15).

Es en extremo complicado sintetizar en pocas páginas los diferentes aportes de esta

* UAM-Xochimilco, México. Correo electrónico: <sgvidrio@gmail.com>.

obra colectiva, dada la cantidad de textos que la componen —13 en total más la introducción— y que dan cuenta del estado de la fake-cracia en América Latina, por lo menos hasta 2019. Sin embargo, trataré de resaltar las que, a mi parecer, son las contribuciones más relevantes de este libro.

En la introducción, titulada *Las consecuencias sociales de las noticias falsas* y escrita por Luciana Panke, Débora Mila, Erivelto Arante, Raquel Tarullo, Adriana Amada, Liliana Kanashiro y Matías Ponce, se presenta, en los cuatro apartados que la conforman, una exhaustiva revisión de la literatura académica especializada en la temática y se delinear las consecuencias de la difusión de contenido falso para los sistemas democráticos de la región. La información incluida en esta introducción constituye en sí un sólido aporte al estudio de la problemática, ya que permite entender cómo han sido abordados los conceptos de posverdad, desinformación y falsas noticias y cómo se relacionan entre sí. Al respecto me parece relevante señalar que, si bien estos están relacionados y pertenecen al mismo campo semántico, no funcionan como sinónimos porque cada uno tiene sus particularidades, cuestión que queda claramente explicada en este texto.

Para los autores de la introducción, las noticias falsas suponen “la construcción de un producto pseudoperiodístico difundido a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes con el fin de engañar a la población respecto de un tema” (Ponce y Rincón, 2020: 18); dos elementos clave para distinguirlas son: que reproducen la lógica de las “preguntas W” —*what, who, when, where,*

why— y “la H” —*how*— propias del periodismo tradicional y que no presentan datos corroborados. Otra de sus características es que: “carecen de normas y los procesos editoriales de los medios de comunicación para garantizar la exactitud y la credibilidad de la información” (Ponce y Rincón, 2020: 30). Asimismo, puntualizan que su finalidad no es otra que causar un efecto pragmático, sea económico o político-ideológico, a través de la manipulación y el engaño. Al respecto habría que señalar, como lo hace Olmo (2019), que éstas tienen que ver con la difusión intencionada de información no rigurosa que busca “minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar” (Ponce y Rincón, 2020: 4). Como se explica en la introducción, las prácticas del engaño, la mentira y la manipulación no son un asunto nuevo en la comunicación política. Ciertos grupos de poder los han utilizado para atacar y desprestigiar a sus oponentes, así como para construir sus propias agendas.

Tal como señalan los autores, una noción clave para explicar la proliferación de las noticias falsas en la actualidad es la “conectividad” que hace que su propagación se dé fundamentalmente en las redes sociodigitales, las cuales luego son retomadas y legitimadas por figuras públicas de relevancia, desde políticos hasta *influencers*, así como por los medios de comunicación masiva en su afán por posicionar a determinados actores funcionales a sus propios intereses y crear ciertos “climas de opinión”. Para explicar el consumo de noticias en estas redes, que refuerzan nuestra identidad

como actores políticos y nuestras posiciones iniciales, proponen el concepto de “burbujas de contenido” o “de afinidad” que alimentan el imaginario de una “comunicación personalizada” al hacernos llegar solamente aquellos discursos que han sido preseleccionados de acuerdo con nuestro consumo y preferencias (Pariser, 2017). En esto también entra en juego la puesta en marcha de “mecanismos de automatización maliciosa” que se ocupan de replicar verdades y mentiras políticas, coadyuvando a la creación de dudas y confusiones en una ciudadanía cuya voluntad es reemplazada por *bots* y *net centers*.

Respecto a la obra en su conjunto, los autores de los trece capítulos compilados en este libro responden a la interrogante “¿cuál es el estado de la fakecracia en América Latina?” y presentan trabajos empíricos que dan cuenta de la manera en que la proliferación de noticias falsas activa o contribuye a la construcción de distorsiones, verdades a medias o falsedades que obstaculizan el funcionamiento de los sistemas democráticos de la región. La particularidad de este libro es que en cada una de las cinco secciones que lo conforman se abordan diferentes casos en los que la circulación de noticias falsas, con diferentes intenciones y con resultados diversos, son retomados por diferentes especialistas para mostrar cómo en algunos de ellos dicha circulación inhabilitó candidatos, desestabilizó gobiernos y causó conmociones populares en once países de Latinoamérica. Otra peculiaridad de los textos es que la vasta evidencia empírica que proporcionan está sustentada en las especificidades de cada contexto.

La propia organización de los contenidos del libro da cuenta de la particularidad de los diferentes casos de estudio. Por ejemplo, en la primera sección del libro, que inicia con la interrogante “¿cómo se realizó la transición de gobiernos bajo el reinado de noticias falsas?”, se aborda la transición de los gobiernos de Argentina y Ecuador. La segunda se enfoca en periodos electorales y muestra cómo se posicionan candidatos presidenciales, por medio del análisis de lo ocurrido en Brasil y El Salvador. En la tercera se analizan las medias verdades como medias mentiras en liderazgos políticos de centroderecha: los casos de Chile y Colombia. En la cuarta, titulada *La posverdad con óptica de izquierda*, se estudian los casos de Bolivia, México y Uruguay. Finalmente, en la quinta sección se analiza la manera en que las noticias falsas operan en países “que arden” como Perú y Venezuela. A continuación, expongo brevemente las temáticas e ideas centrales de los textos.

En la primera parte, Martín Sachella analiza noticias falsas sobre líderes políticos argentinos en el marco de la llamada “grieta”: la división entre adherentes al proyecto de Cristina Fernández de Kirchner, por un lado, y de Mauricio Macri, por otro. Además de evidenciar cómo éstas son reproducidas por medios tradicionales, dirigentes políticos y otras figuras públicas, la autora destaca la labor realizada por organizaciones de la sociedad civil, como la empresa *Chequeado.com*, conformada por un equipo interdisciplinario de periodistas, investigadores, sociólogos, políticos y educadores dedicados a la identificación de noticias falsas, su verificación y, en todo caso, su puesta al descubierto.

Caroline Ávila, Ximena Guerrero y Carlos Joaquín Correa abordan el caso de Ecuador. Se centran en la estrategia comunicacional digital de la “revolución ciudadana” durante la presidencia de Rafael Correa (2007-2017), específicamente en sus enfrentamientos con periodistas y medios de comunicación, así como con la cuenta *Crudo Ecuador*. Muestran cómo la creación de un enemigo, la confrontación y la polarización fueron los ejes en torno a los cuales giró su estrategia. Concluyen que lo que estaba en juego en dicha confrontación era un debate entre la moralidad y la libertad de expresión.

La segunda parte del libro inicia con el texto de Luciana Panke, Débora Mila y Erivelto Arante, quienes analizan la difusión de noticias falsas por el entonces candidato presidencial Jair Bolsonaro y sus seguidores durante la campaña electoral de 2018 en Brasil con la finalidad de desprestigiar la fórmula del Partido de los Trabajadores (PT). Advierten que, aunque los internautas adherentes al PT diseñaron campañas de respuesta a las noticias falsas por medio de memes para denunciar sus declaraciones discriminatorias y violentas, no pudieron lograr desmontar la narrativa antiPT.

Raquel Tarullo y Adriana Amado, en el texto *Bolsonaro. Sus verdades y mentiras en la elección presidencial brasileña de 2018*, se enfocan en las narrativas transmediáticas y el funcionamiento de la “comunicación pop” durante la campaña, es decir, en el personalismo que usa la demagogia y el espectáculo para encantar a multitudes (Ponce y Rincón, 2020: 218). Las autoras abordan las diferencias del manejo de la campaña del PT y la del

Partido Social Liberal (PST) para concluir que las derechas contemporáneas saben aprovechar el escenario actual a raíz de su pragmatismo y su deslinde de los marcos conceptuales tradicionales.

El caso de Nayib Bukele y su ascenso a la presidencia de El Salvador, que en 2019 puso fin a tres décadas de bipartidismo en el país, es analizado por Amparo Marroquín. La autora examina la manera en que la figura del mesías fue utilizada por Bukele en su estrategia comunicativa en sus publicaciones de Facebook desde 2014, cuando ejercía como alcalde, hasta 2019. A partir de un análisis crítico del discurso, muestra cómo la construcción de una “imagen mesiánica” del político se sustentó, en gran parte, mediante el uso del “lenguaje religioso directo e indirecto”, permitiéndole, en primer lugar, crear empatía y, en segundo, diferenciarse del resto de los candidatos.

La tercera parte, titulada *Las medias verdades como medias mentiras en liderazgos políticos de centroderecha*, inicia con el texto de Matías Ponce. El autor reflexiona en torno a las relaciones entre el estallido social de 2019 en Chile y el fenómeno de la posverdad. Estudia los modos en que las noticias falsas operaron como aliadas de la reproducción de discursos de odio durante el periodo 2017-2018. Al mismo tiempo, refiere a los monitoreos anuales sobre noticias falsas que realiza el periódico *El Mercurio* para resaltar la necesidad de contar con instancias e iniciativas que permitan verificar la gran cantidad de este tipo de pseudonoticias.

En lo que concierne a Colombia, Valeria Parra y Omar Rincón, en su texto *Uribe el ge-*

nio de la fakecracia, retoman la campaña de descrédito emprendida por el expresidente Álvaro Uribe en el marco del plebiscito por los Acuerdos de Paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Afirman que dicho plebiscito fue la gran victoria de las noticias falsas de Uribe, cuya estrategia se basó en la publicación de tres noticias falsas —la supuesta emergencia del castrochavismo en el país, la imposición de una ideología de género y la impunidad que representaba el acuerdo—, acompañadas por otras en las que se atacaba a periodistas independientes.

La cuarta sección, *La posverdad con óptica de izquierda*, inicia con el texto de Karina Herrera, quien analiza el caso de Evo Morales (2006-2019) en Bolivia. La presentación aborda algunos de los episodios representativos de contenido falso, desinformación y *posverdades* durante la gestión de Morales difundidos por medios tradicionales, pero también alimentados por los intereses, tanto del oficialismo como de la oposición. El análisis se centra en tres casos emblemáticos, dos de los cuales tienen que ver con la guerra política entre oficialistas y opositores, y uno, sin alusión a lo político, representa un clásico de noticias falsas en la región: el caso Zapata-Morales-CAMC.

En el caso de México, Hugo Sánchez sostiene que las noticias falsas marcaron las elecciones presidenciales del año 2018, caracterizadas por un complot mediático, una nueva modalidad de guerra sucia encubierta contra Andrés Manuel López Obrador (AMLO) por ejemplo, a través del portal *PejeLeaks*, creado por un grupo empresarial antiAMLO. También aborda el tema del huachicol, que

se convirtió en parte de la agenda política nacional al iniciar el nuevo gobierno, y muestra cómo los huachicoleros se tornaron los principales enemigos públicos del país. Por su parte, Patricia Martínez y Daniela Lemus se centran en el estudio de la labor de #Verificado2018 y México Unido Contra la Delincuencia, dos proyectos que surgen ante la falta de respuesta estatal y regulación institucional con el objeto de verificar la veracidad o falsedad de la información que circula y servir de contrapeso al fenómeno de las noticias falsas.

En lo que concierne a Uruguay, Matías Ponce analiza la construcción de noticias falsas en el periodo que abarca desde marzo de 2018 hasta marzo de 2019 en el ámbito de los debates políticos que enfrentaron al gobierno del Frente Amplio y la oposición. Aborda ocho casos de noticias falsas que se convirtieron en tendencia en las redes sociales y fueron retomadas por la prensa para reproducirlas o para denunciarlas. Asimismo, destaca los esfuerzos de chequeo periodístico llevados a cabo para combatir la desinformación en el país, a los que suma el pacto ético contra las noticias falsas firmado por los partidos políticos uruguayos en 2019 a partir de una propuesta de la Asociación de Prensa del Uruguay.

Finalmente, en la quinta parte, titulada *Las noticias falsas, más leña al fuego en países que arden*, se abordan los casos de Perú y de Venezuela. Lilian Kanashiro estudia la reciente vida política en Perú, partiendo del supuesto de que se trata de un país que atraviesa sucesivas y constantes “microcrisis”. Selecciona tres *fast checks* que realizó la periodista Laura Grados sobre temas políticos. La autora da cuenta de las principales características de

estos *fact checks* y la visibilidad de los *trolls* o los fujitroles, ya sea como un usuario individual o grupal. Asimismo, resalta la narrativa de memes que adoptan tanto las noticias falsas como las iniciativas que sancionan el contenido falso, procedentes del periodismo y del Estado, con lógicas narrativas diferentes pero estéticamente parecidas.

El libro cierra con el texto de León Hernández, quien investiga cómo operan los laboratorios de noticias falsas alineadas al gobierno de Nicolás Maduro en Venezuela. Afirmar que su proliferación está sustentada en una fuerte estructura de censura de las voces opositoras, que funciona por medio estrategias tales como mentir de entrada, acusar al otro del pecado propio, descontextualizar, desfigurar, banalizar, repetir y simplificar.

Un aspecto que es importante resaltar es que el libro muestra cómo la difusión de noticias falsas no sólo incide en la opinión pública, sino que trastoca la información manejada por la prensa, sea nacional o internacional, y otras instituciones de gran relevancia social, además de colaborar en la reproducción de discursos de odio sobre entidades, personas o grupos que, en el peor de los casos, terminan en la violencia física. Para finalizar, quiero destacar que los aportes de *Fakecracia* van más allá de la conceptualización de la problemática de las noticias falsas en América Latina, ya que ofrece propuestas para pensar los nuevos desafíos que se instauran en esta región en la que existe una apremiante necesidad de establecer regulaciones sobre la difusión de contenidos en las redes sociodigitales.

Sobre la autora

SILVIA GUTIÉRREZ VIDRIO es doctora en Sociología por la Universidad Nacional Autónoma de México y profesora-investigadora del Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Unidad Xochimilco. Sus líneas de investigación son: el análisis del discurso político y el digital, el estudio de las representaciones sociales, así como el tema de las emociones. Entre sus publicaciones más recientes se encuentra: “El discurso político en la era digital. Donald Trump y su uso de Twitter” (2020) *Estudios del Discurso*, 6(1).

Referencias bibliográficas

- Olmo, Julia Alicia (2019) “Desinformación: concepto y perspectivas” *CIBERelcano* (43).
Pariser, Eli (2017) *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.
Ponce, Matías y Omar Rincón (coords.) (2020) *Fakecracia*. Buenos Aires: Editorial Biblos.