



Pr: Diaria  
Tirada: 3.303  
Dif: 2.632

Secc: LOCAL Valor: 3.424,38 € Area (cm2): 803,4 Ocupac: 92,85 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 20000

B. Blanco García

Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la USAL y miembro del Observatorio de Contenidos Audiovisuales, en cuyo grupo de investigación realiza varios proyectos, David Blanco Herrero analizó en una conferencia en el salón de actos del Campus Viriato el fenómeno de "Noticias falsas y desinformación".

**—¿Dónde está el germen de estas noticias que tanto se difunden en los últimos tiempos?**

—Las noticias falsas no son algo nuevo, es más bien un problema viejo con un desafío nuevo. La mentira, al fin y al cabo, es tan vieja como la comunicación y en concreto en el periodismo tampoco es algo novedoso, como el utilizar campañas de desinformación para lograr objetivos determinados. Lo que ocurre es que en el contexto actual, sobre todo con herramientas como las redes sociales o los medios de comunicación digitales, el alcance es inmenso y mucho más rápido. En segundos, algo que alguien publica sin ningún tipo de verificación se puede leer en el otro lado del mundo y nos llega a cualquiera. Esto también vale para los contenidos de calidad, pero el problema es que los contenidos dañinos, discurso de odio u otro tipo de mensaje, se sobredimensionan.

**—¿Cómo han ido adquiriendo esa fuerza?**

—Porque llega a mucha más gente. También estamos más informados y nos llega mayor información de calidad. La persona del siglo XXI, con acceso a medios de comunicación, está expuesta a una cantidad de estímulos mayor que a finales del XX. Luego están las redes sociales, que ofrecen una herramienta de mucho nivel, que permite sortear la censura de otras plataformas, pero donde no hay ningún tipo de filtro o de garantía de que los contenidos a los que accedemos tengan calidad y veracidad, lo que es un problema. Tenemos también un elemento muy determinante, relacionado precisamente con esto, que es el nuevo paradigma de la comunicación, a mi entender, como es la precariedad en muchos medios de comunicación y una gran pérdida de confianza tanto en ellos como en las instituciones en general.

**—¿Y esto cómo afecta?**

—Cuando no me creo nada y todo el mundo me miente y pierdo esa confianza en estos referentes, al final me quedo con lo que escucho en cualquier sitio y no con lo que me ofrece una voz con cierta autoridad. Además, nos quedamos con el que piensa de la misma forma que nosotros.

**—Pero buscar a quien piensa como uno no es algo nuevo.**

—Cierto, antes ya comprábamos los periódicos que pensaban como nosotros y veíamos los telediarios de nuestro interés, pero ahí, más o menos, éramos conscientes. En las redes sociales pensamos que seguimos a todo el mundo, pero el propio filtro, de manera imperceptible, nos impide darnos cuenta.

**—¿Una solución ante este problema sería educar mejor al receptor?**

—Hay varias formas de luchar contra este fenómeno, como el periodismo de calidad, las verificaciones o las acciones legislativas, que pueden ser muy útiles, pero también tienen el riesgo de cierta censura o de limitar la libertad de información, lo que sería contraproducente. Pueden ser muy efectivas, pero también pueden imponer cierta censura y estarán basadas principalmente en la búsqueda de beneficio, por lo que nos podemos fiar solo hasta cierto punto. En último término, y esta sí que no tiene ningún elemento negativo, está la educación. Es una medida efectiva, pero a largo plazo. Además, limitar los contenidos digitales dañinos es muy complejo, porque siempre vamos a ir por detrás del emisor. Se puede intentar eliminarlos, pero es muy difícil frenarlos por completo. Además, si lo logramos, lo más probable es que sea por colisión con la libertad de expresión y esa sería la barrera que no podríamos pasar.

**—¿Qué beneficio tiene la educación?**

—La educación no nos obliga a enfrentar estos problemas de tan difícil solución, sino que nos permite centrarnos no en el contenido, sino en el receptor, el ciudadano que va a recibirlos y que si no se los cree o no los comparte, porque es crítico al aproximarse a ellos, ya hay mucho ganado. El pro-

**DAVID BLANCO HERRERO** | Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales y miembro del Observatorio de Contenidos Audiovisuales de la USAL

## "Solo un periodismo de calidad garantiza la confianza del lector"

"Las redes sociales y medios de comunicación digitales tienen un alcance inmenso, pero también para los contenidos dañinos"



David Blanco Herrero, antes de la conferencia en Zamora. | Ana Burrieza

Si vemos que hay noticias falsas, todo el sistema mediático pierde credibilidad

Informarse por un único medio es contraproducente aunque tenga todas las garantías

blema no es que los contenidos existan, sino que tengan una difusión tan grande. Al final casi nadie va a compartir algo que es falso, a no ser que tenga malas intenciones, pero el problema es de falta de información. Si veo algo y es fácil sorprenderse, con una estrategia para que suene creíble, lo comparto inmediatamente. Pero si tengo la capacidad de parar un momento a reflexionar sobre la fuente de esa información, si no lo he visto en ningún medio de comunicación, hay que sospechar. Si la gente es suficientemente crítica a la hora de enfrentarse a contenidos y a los medios de comunicación y las redes sociales, tendremos un avance muy importante. Es muy a largo plazo, pero es probablemente la única medida con garantías en el tiempo.

**—En este sentido, ¿es peligroso informarse solo en Twitter o redes sociales, en vez de en medios de comunicación?**

—Es contraproducente informarse solo por un medio, aunque sea el telediario, aun habiendo más garantías de que la información que nos den sea buena. Twitter en concreto, por su funcionamiento, es una herramienta muy buena para estar informado, pero hay que saber a quién seguir y a quién creer. Las redes sociales son una herramienta muy útil que si las sabes aprovechar pueden ser buenas para conseguir información, pero son insuficientes si solo nos informamos por ellas.

**—Como principales afectados, ¿los medios de comunicación tienen en su mano la posibilidad de luchar contra las noticias falsas?**

—Hace pocos años hicimos una encuesta con periodistas de toda España para ver qué perspectivas tenían sobre la desinformación y cómo les afectaba. Evidentemente, cuando pierden credibilidad, lo pierden todos. Si vemos que hay noticias falsas, todo el sistema mediático pierde credibilidad a ojos del receptor y eso afecta a todos, siendo a la vez es causa y consecuencia. Los medios, más que los periodistas, tienen mucha capacidad para limitarlo a través de realizar un periodismo ético. Y digo los medios porque entiendo que la intención del periodista siempre es hacer un trabajo de calidad, buscando las fuentes, atendiendo a la ética y no publicando nada que sea mentira.

**—¿Dónde está entonces el problema?**

—El contexto actual es de una precariedad muy elevada y si tenemos que hacer veinte noticias en un día, por mucho que lo intentemos, lo de la verificación se queda a medias. Hay que trabajar muy rápido, hacerlo en texto, con un vídeo para las redes sociales, un titular llamativo para conseguir lectores... muchas cosas que complican el trabajo. Para hacerlo bien se necesita dinero, porque el periodismo de calidad es caro. Y también acceder a ello, ya que no todos los ciudadanos pueden permitir pagar un periódico o suscribirse a determinados medios de comunicación. Existen buenos medios gratuitos, pero entre ellos también está la morralla, los más partisanos, con el objetivo no de informar, sino conseguir la agenda de alguien. Los medios deberían dar unas garantías al periodista para poder trabajar una historia y revisarla bien, pero queremos todo muy rápido, muchas noticias y pocos periodistas. Si hay opciones, pero desde un periodismo de calidad, que garantizaría una mayor confianza. Si la logramos, ya no tenemos que ir a buscar información a sitios más peligrosos.

**—¿En épocas de crisis cobran más fuerzas las noticias falsas?**

—No es que aumente el número, pero sí su gravedad. Las noticias falsas están continuamente ahí. Por ejemplo, hace dos años con la pandemia lanzar noticias sobre que la tierra es plana, sobre inmigrantes o sobre un político, no interesaba a nadie, sino más bien si había que beber lejía o si el virus era chino. Cambia la materia, pero no la cantidad. Y también cambia la exposición. Es comprensible que la gente en un contexto de miedo se agarre a lo que sea, porque hay más vulnerabilidad, como ocurre ahora con la guerra, que es un contexto donde fluye mucha información que demandamos.