

Módulo 1 - Entrevista con Natália Leal

[00:00:02] Hola a todos, bienvenidos de nuevo al curso. Es un placer estar aquí con ustedes y presentar a mi querida Natália Leal, directora de contenidos de la Agência Lupa. Y, por supuesto, súper compañera, sabe todo acerca de la desinformación. Bienvenidos aquí al MOOC, y hablemos un poco de las dificultades que los chequeadores están sintiendo en Brasil y América Latina. Quería empezar con esta pregunta, ¿cuál es el gran problema?

[00:00:30] Hola, Cris. Hola, a todas las personas que están tomando este curso. Es un placer estar aquí. Bueno, tenemos algunas dificultades aquí en Brasil y América Latina. Yo acostumbro a nombrar tres principales. Existe una falta de transparencia. Buena parte de los gobiernos están ocultando datos. Están tratando de alguna manera no dar acceso a los chequeadores ni a los datos que son necesarios para hacer nuestro trabajo y el trabajo de todos los periodistas. Hay una postura de estos gobiernos, aquí en Brasil esto es muy recurrente, una postura de crear sus propios hechos, de distorsionar la realidad para contar otra historia, para hacer una narrativa diferente. Aquí en Brasil tenemos, a raíz de este tipo de posicionamiento, también un fuerte acoso a periodistas y chequeadores en redes sociales. Aquí, particularmente, el equipo de Lupa está fuertemente acosado, el equipo de Aos Fatos es bastante acosado. Eso es bastante inquietante. Y tampoco podemos ignorar la incredulidad de la gente en el periodismo mismo y en los hechos en general. Creo que desde que vivimos con esa cuestión de la post-verdad, las personas están mucho más preocupadas por reafirmar sus creencias y sus valores que lidiar con los hechos y lo que está demostrado, ya sea por método periodístico o científico. Por lo tanto, esta es también una gran dificultad a la que nos hemos enfrentado en los últimos tiempos.

[00:01:58] Una situación pesada, Nat. Quería que me dieras una historia de éxito, que crees que funcionó, y me explicaras por qué. Y luego voy a pedir algún fracaso en el que participaste para compartirlo con las personas aquí del curso. Para entender lo que es un poco el día a día de los chequeadores, que es casi un plan B. Nunca sabes realmente lo que va a funcionar. Entonces, ¿qué funcionó?

[00:02:21] Exactamente. Además de tener este personaje, como decimos, de limpiar el hielo todo el tiempo, tratando de encontrar una manera de hacer las cosas, es muy incierto qué funcionará y qué no. Quería destacar una iniciativa que participé durante las elecciones de 2018, que fue una asociación que hicimos con la Universidad Federal de Minas Gerais para monitorear grupos de WhatsApp, con respecto a lo que se estaba compartiendo dentro de estos grupos. Eran grupos abiertos, grupos públicos. Y logramos, extrayendo datos de estos grupos, mostrar que de las 50 imágenes más compartidas dentro de estos grupos sólo cuatro eran verdaderas. Por lo tanto, es un nivel muy grande de desinformación que podemos identificar a partir de un monitoreo muy innovador para el momento. Ya sentíamos que WhatsApp era un gran problema, pero todavía no teníamos un monitoreo muy efectivo de esta plataforma, de esa herramienta. Así que hicimos esto, analizamos los datos. Y luego, una cosa que llamó nuestra atención, que hoy es muy común pero que en ese momento no intentamos hacerlo, es que la desinformación que involucra a la política - recordando que estábamos en el contexto de las elecciones de 2018 - no es necesariamente un ataque al oponente. Muchas de estas imágenes tenían que ver con sistemas de gobierno, con otras personas que estaban conectadas con pensamientos políticos. Así que había cosas relacionadas con Fidel Castro, Che Guevara, Dilma Rousseff. Fue un ataque a la cosmovisión de otro grupo. Lo que nos conecta directamente con el carácter más emocional de la desinformación. No fue algo tan

efectivo, fue algo más amplio. Por lo tanto, creo que este seguimiento es sin duda un caso exitoso, no sólo para Lupa, sino para todo lo que concierne a la verificación de datos en Brasil. Porque desde allí pudimos exigir algunas cosas a WhatsApp. Y parece que WhatsApp comenzó a tomar un poco de la dimensión de lo que estaba sucediendo en Brasil allí dentro.

[00:04:25] Nat, antes de pasar a un fracaso, quería cortarte un minuto y preguntarte esto. Hablando de Whatsapp, que creo que es un tema muy brasileño, y bien del universo de la lengua portuguesa. En primer lugar, la cuestión es si es censura o no censura. Vemos lo que está pasando para el público. Quería tu opinión sobre esto, bastante corta. Y, además, si todavía piensas que WhatsApp es la principal plataforma para la desinformación o si hemos visto, en 2020, pintar otro medio. YouTube, por ejemplo, vino a la mente.

[00:04:54] No creo que sea censura, Cris. Creo que tenemos que mirar algunas cosas que la propia aplicación nos permite. Creo que hay otras formas de censura que se hacen en las redes sociales y no voy a entrar en ella para no extender, creo que hablamos de eso en otro momento. Pero creo que en este caso específicamente no se puede considerar la censura. Creo que la gente está entrando en grupos y aceptando algunas normas allí, aunque a menudo no son conscientes de ello. Y creo que poder ver los grupos públicos nos da una cierta dimensión de lo que también circula en grupos privados. Por lo tanto, es como hacer una encuesta de muestreo. Así que esto es parte de lo que estamos haciendo y tiene que ser parte de ello. Sobre tu segunda pregunta, creo que WhatsApp sigue siendo un canal de desinformación muy grande. Pero ya estamos viendo que ahora en 2021, por ejemplo, los grupos que más desinforman están migrando a otras plataformas: Telegram, Signal. E incluso otras plataformas que son específicas, más orientadas a la derecha, que a pesar de que ya han salido un poco, ¿sí?, Parler y otros así, están tratando de organizarse de otras maneras. YouTube es, sí, un problema muy grande porque es mucho contenido y es imposible mirarlo todo. Pero creo que YouTube todavía tiene esta cosa de contenido público que podemos ver un poco más. WhatsApp siempre tendrá este problema que no es una red social, no es una plataforma de red social. Así que siempre va a tener este personaje que hay algo ahí, escondido, que no vamos a ver. Y ese es un problema muy grande.

[00:06:38] Bueno, habla ahora de un fracaso. Esa cosa que dices, «Ay, María».

[00:06:41] Este fracaso lo identifiqué durante mis salidas durante la pandemia. Creo que, para mí, un gran fracaso de este momento que vivimos, de la verificación, es la cuestión de los termómetros infrarrojos. Estoy muy sorprendida de que todo el mundo lo haya desmentido. El termómetro infrarrojo no afecta la glándula pineal, no tiene ningún problema con la temperatura que se mide en la frente. Pero cada vez que llego a un lugar, a un supermercado, a una farmacia, en fin, que tiene este dispositivo, el primer impulso de la persona que lo está usando es medir en el pulso. Siempre pido medirlo en mi frente y la gente me trata como una loca completa. Un extraterrestre. Y eso me parece muy curioso. Creo que la gente realmente parece estar asustada y eso está en su imaginario. Es algo que no hemos podido acabar. Y al menos en Lupa, fuimos muy claros sobre eso. Y no hemos podido deshacer esto. Y me parece muy curioso cuánto resuena eso en la gente. Para mí, es el gran fracaso de la pandemia. Esta es la noticia falsa más exitosa de la pandemia.

[00:07:51] Qué tristeza, gente. Ay, María. Nat, para cerrar: si tuvieras que hacer una petición al genio de la lámpara, ¿qué sería? ¿Más dinero, nuevos formatos? Algo que es fundamental para inspirar a quienes nos escuchan.

[00:08:11] Sí, me pegó, porque lo primero que me vino a la mente es, si y pudiera hacer una petición, cualquiera, sobre cualquier cosa, relacionada con la verificación de datos, y el periodismo en general, le pediría que haga clic en la cabeza de la gente, para que puedan volver a valorar los datos, ¿sabes? Volviendo a valorar los hechos. Porque no creo que sea útil tener todo el dinero del mundo. No tiene sentido tener miles de formatos diferentes. Esto nos ayudará. Pero tenemos que contar con la credibilidad y la voluntad de las personas para creer en lo que hacemos. Tener más dinero y tener más formatos, podemos llegar a eso. Pero va a ser un camino muy tortuoso. Por lo tanto, creo que si el genio de la lámpara pudiera hacer creer a todos de nuevo en lo que hacemos, acortaría nuestro camino y nos haría tener un poco más de tranquilidad y cordura mental con la que trabajar. Porque a nosotros nos afecta mucho, también. Entonces, supongo que eso sería un poco eso.

[00:09:12] Lo dice todo, lo dice todo. Firmaré en la parte inferior. Y deja que el genio nos escuche. Nat, deja el sitio de Lupa ahora, las redes sociales de Lupa, para que la gente lo siga. Y, por supuesto, muchas gracias.

[00:09:24] Gente, compartan nuestras publicaciones a través de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok. Lupa está en todos estos lugares. Busquen siempre por Agência Lupa. En algunos lugares, Agência_Lupa, en otros, Agência Lupa. Y el sitio es www.lupa.news. Todo lo que publicamos allí también va a las redes sociales. Síguenos. Si tienen alguna sugerencia, solicitudes de verificación, escríbanos a lupa@lupa.news. Y mi correo electrónico también está siempre abierto: natalia@lupa.news. Gracias, Cris, por el espacio y un gran beso para los que están tomando el curso.

[00:10:04] Gracias, Nat, un gran beso. Nos vemos luego.