

The relevance of Fact Checking during Elections ES (Spanish)

[00:00:18] Me llamo Alphonse Shiundu soy el editor de Africa Check para el área de Kenia. He trabajado como periodista y editor durante los últimos 15 años, abordando distintos aspectos del ámbito de las políticas públicas, la política y la legislatura. Este curso masivo y abierto en línea es algo bueno porque llega en el momento en que acabamos de terminar las elecciones presidenciales de Kenia de 2022. Y hay otros países en el mundo que se están preparando para las elecciones, como Brasil a finales de septiembre o principios de octubre o Nigeria a principios del año que viene. Así que cuando se termine la temporada electoral, prepárense para otra ronda. Creo que es un buen espacio para hablar sobre información errónea, desinformación y todo lo relacionado con ello. En este curso, escucharán mucho sobre información errónea, desinformación e incluso el concepto de información maliciosa. También escucharán mucho sobre propaganda política. Y lo que puedo decir es que cuando la gente habla de estas cosas están refiriéndose a todo un espectro de información falsa, desde chismes o rumores hasta información falsa creada deliberadamente que se publica con la intención de engañar. Así que definiría rápidamente algunos de estos conceptos para que cuando aludamos a la información errónea, a la desinformación o a la información maliciosa todos sepamos de lo que estamos hablando. ¿Qué es la información errónea? Esta se da cuando alguien comparte una información sin saber que es falsa o engañosa. Por lo general, podría ser contenido de las redes sociales, como un vídeo o una imagen que muestre a un político diciendo algo gracioso o diciendo algo aterrador o incendiario. El instinto de la persona que lo comparte no suele ser el de verificar primero, sino el de transmitirlo. Por lo general las personas que lo comparten no saben si es verdad o no, por lo que no saben que no lo saben. Así que publican información errónea, de manera no intencional. Por otro lado tenemos la desinformación, que se da cuando alguien comparte deliberadamente una información falsa o engañosa con la intención de inducir a error. Por ejemplo, alguien puede afirmar falsamente que un candidato político ha sido arrestado o ha desertado a un partido rival para engañar a sus seguidores, sembrar la apatía o incluso sentar las bases para la supresión de los votantes. El último concepto que debo definir es la información maliciosa. Y aquí es cuando se comparte información genuina para causar daño porque, por ejemplo, la información correcta es exagerada de manera que induce a error o causa daño, probablemente porque la información se utiliza fuera de contexto. Piensen en cómo se filtra información cuando esa información está diseñada para permanecer de manera privada, secreta o confidencial y de repente acaba en la esfera pública. Se interpreta fuera de contexto y, en ese sentido, eso resulta ser falso o engañoso. Entonces, ¿cómo se manifiesta la información falsa durante las elecciones?. La experiencia de Africa Check y de los diferentes países en los que operamos en el continente africano –en Nigeria, en Senegal, en Sudáfrica y en Kenia– es que la información falsa se manifiesta de diferentes maneras. Una de esas formas es falsificar las portadas de los periódicos que se inventan con historias falsas sobre los partidos políticos, los candidatos, las políticas, y luego se publican y las ven en las redes sociales. La otra trata sobre vídeos inventados, que algunos podrían ralentizarse para mostrar a una figura pública, por ejemplo borracha, o se editan para hacer que diga cosas incendiarias, declaraciones tontas e incluso con contenidos ultra-falsos (deepfakes), cuando vemos a figuras públicas decir cosas que normalmente no dirían. Y, en cierto modo, esto está impulsado por el machine learning, el deep-learning y la inteligencia artificial. También hemos visto emisiones manipuladas, programas de noticias manipulados, ya sea porque los subtítulos estaban obsoletos o porque el tipo de contenido, vídeo o audio están "insertados" y esto lleva a crear un contenido muy, muy falso. Y luego tenemos las fotos manipuladas a través del photoshop. También nos encontramos con historias ficticias en las redes sociales, teoría de conspiración, capturas de pantalla de

publicaciones falsas en redes sociales, chats de texto inventados. También tenemos hashtags patrocinados –los cuales son denominados "comportamiento inauténtico coordinado" por las empresas de las redes sociales– donde hay una especie de astroturfing para manipular los algoritmos [de los trending topics] en las redes sociales de modo que cuando se convierten en "trending topic" en redes sociales la expectativa es que terminen en la palestra de las noticias de actualidad. Y, por supuesto, hay declaraciones públicas que no están verificadas, que están hechas por figuras públicas, de las personas políticas de la campaña o incluso sus portavoces. En gran parte esto consiste en exageración sobre los logros o se dirige a opositores. ¿Quiénes son los actores que difunden la información errónea?. Hemos intentado agrupar a estos actores en cuatro tipos de categorías. Así que pensamos en ellos como, por ejemplo, freelancers que son contratados para crear, enmarcar o sembrar narrativas en línea y que a veces los llamamos "keyboard militia" [milicias de teclado] o "keyboard warriors" [guerreros del teclado] ... Pero estos son freelancers autónomos que se alían con el gobierno, con la oposición o que están disponibles para ambos grupos en función de quién es el mejor postor. Y luego tenemos a los estafadores y defraudadores que dicen, por ejemplo, que un candidato está reclutando personas y luego piden dinero a la gente para reclutarles y las personas son estafadas. Algunos dicen que están regalando productos de campaña y piden pagar por la entrega. Y una vez que has pagado el dinero, nunca vuelve. Y luego están los que organizan falsos concursos de popularidad con premios, o incluso otros que se presentan como encuestadores de opinión y que estafan a los candidatos y a los partidos políticos para quitarles el dinero fingiendo que van a organizar sondeos de opinión. También tenemos entre las y los actores que difunden información falsa a figuras públicas y a los partidos políticos. Y esto, como hemos mencionado antes, buscar difamar o minar a los oponente, sobre sus fracasos, deficiencias de su historial público o exagerar los logros. Y, por último, tenemos a los principales medios de comunicación y a los medios comunitarios que, de forma inadvertida, a la velocidad de las noticias de última hora, terminan publicando información no verificada. Así que en términos de campañas políticas y en países polarizados, esto se vuelve muy peligroso para la estabilidad, erosiona la confianza del público en los medios de comunicación y convierte a los medios en el blanco de ataques (online y offline), de acusaciones de parcialidad y de haber tomado partido. A veces esto también ocurre cuando se incitan rumores durante programas radiofónicos de llamadas y estos no se pueden verificar, pero las personas que llaman posteriormente los repiten. Así que tenemos que preguntarnos, ¿por qué toda esta información se difunde durante las elecciones? ¿es porque el terreno es fértil para la información falsa? ¿es porque la gente no comprueba ni verifica?. Pero lo que puedo decir sobre la verificación de datos que hemos realizado durante algún tiempo es que el arte de la propaganda política es tan antiguo como la propia democracia. Por lo tanto, en una competencia de este tipo, a medida que las personas buscan ganar el poder, harán todo lo posible para vender la agenda a los votantes y hacer que sus oponentes pierdan votos. Así que esta búsqueda del poder es una de las razones por las que se difunde la desinformación, y hemos visto a políticos de diferentes países compartir estadísticas obviamente falsas, vídeos, contenidos de audio e información falsos que muestran a los opositores, por ejemplo, como belicistas, ladrones o mentirosos. Así que el arte de la propaganda política es una de las razones clave y es como si pensáramos en la propaganda como una de las herramientas que los políticos están tratando de incorporar en todo el mundo para impulsar su agenda. Desafortunadamente, gran parte de esto está "empaquetado" de una manera que a veces es incendiaria, de una manera que a veces es engañosa o de una manera que a veces es muy, muy inquietante y aterradora para las comunidades y las personas, los ciudadanos y los votantes. En África, durante las elecciones, solemos tener fuentes oficiales o figuras públicas con cargos públicos a las que se suele asignar credibilidad automática debido a la legitimidad de las oficinas. Mucha

gente tiende a creer que solo porque algo es oficial, debe ser verdad. Y los políticos a menudo han aprendido a utilizar el poder, especialmente los que están ocupando los puestos oficiales, para inducir a error, publicar estadísticas erróneas sobre los logros o sacar cifras erróneas sobre los logros. La siguiente motivación de por qué se difunde la información falsa es el dinero. Así, como ha demostrado un informe tras otro en el continente, en Kenia, las campañas políticas pagan a la gente, pagan a las empresas, contratan fondos para crear y difundir información falsa. Lo vimos en Kenia en 2013 y en 2017 con la ya desaparecida Cambridge Analytica. Y en 2022, vimos cómo se implementaba un modus operandi similar para crear o contaminar el entorno electoral. No es probable que esto se detenga, ya que hay toda una industria de la desinformación que está prosperando en Kenia, que se sustenta e impulsa por la desinformación política. Y, por último, tenemos la alfabetización digital. Por lo tanto, esta es una de las cosas que debemos abordar para que las personas entiendan cómo detectar información falsa, cómo verificar la información antes de que se envíe tal como se recibió o antes de retirarse, y cómo interrumpir y por qué necesitan interrumpir el flujo de información falsa. Por lo tanto, la gente debe entender que tener un smartphone también requiere que comprenda la naturaleza algorítmica de cómo funciona Internet. A través de los puntos relacionados con el punto de los números bajos se trata de las personas conectadas. Y en el continente africano, especialmente en las zonas rurales. En esos lugares muy pocas personas están conectadas a smartphone, así que encuentras que una persona que está conectada a su teléfono inteligente se convierte en la última fuente de noticias por WhatsApp. Y esto crea el fenómeno del teléfono estropeado. Las comunidades rurales pobres y termina engañando a mucha gente. Y, por último, está el elemento de la religión. La religión en el continente desempeña un papel en la contaminación del ecosistema de la información debido a lo que yo llamaría la religiosidad tóxica e incuestionable, en la que hay líderes religiosos que son capaces de unir al rebaño en favor de un candidato en particular o una persona en particular con la falsa promesa de que votar por esa persona garantizan las bendiciones de tal manera que los votantes, los ciudadanos se vean amenazados, que si no votan por esa persona, entonces los. Con la seguridad de la condenación eterna. Así que todas esas cosas, los cuatro elementos que hacen que esta lucha sea muy importante, lo lamentaron y facilitaron que esta información difundiera a lo largo y ancho el arte de la propaganda política. Las figuras públicas que han creado la noción de que, dado que algo es oficial, debe ser cierto. Dinero, analfabetismo digital y religión. Y, por último, a medida que lleguen al final de mi charla, me gustaría hablar de las intervenciones que funcionan en los diferentes contextos en los que operamos. Así que la primera intervención es respecto de lo que hacemos en Africa Check, que es el fact-checking o la verificación de datos. La verificación consiste esencialmente en analizar una afirmación que se ha hecho en público y comprobar si la afirmación es cierta, si está respaldada por pruebas, si esas pruebas están disponibles públicamente y si la afirmación se hace dentro del contexto. Y hay que, por decirlo de manera simple, separar los hechos de la ficción. La otra cosa que podemos hacer para interrumpir el flujo de información falsa o el ciclo de la desinformación y la información errónea durante las elecciones es aquellos a lo que llamamos clínicas de alfabetización mediática. Por lo tanto, esto implica capacitar, hacer presentaciones, sesiones públicas con personas, votantes, periodistas, sociedad civil y funcionarios públicos para que entiendan por qué tienen que hacer afirmaciones que estén respaldadas por pruebas. También es necesario involucrar a los medios de comunicación por parte de personas que intentan combatir la información falsa o la difusión de información falsa de tal manera que se amplifique la información correcta. Y siempre que verifiquen hechos y descubran que la figura pública está haciendo afirmaciones engañosas, luego alerta a la figura pública para pedirle que corrija ese tipo de información errónea. Este tipo de aliados, construir aliados dentro del ecosistema de la información, construir comunidades que trabajen juntas para combatir la información falsa,

han sido útiles en el espacio keniano. Y la otra cosa en la que tenemos que pensar es en cómo comunicar información precisa. Así que la información errónea suele ser jugosa. Está empaquetada de una forma que se presta a las emociones, de una manera que simplemente vuela a través de los medios digitales, en las redes sociales. Aquello sobre lo que tenemos que pensar –como personas dispuestas a hacer esto, a combatir la información falsa durante las elecciones– es en una forma de crear información precisa. Tenemos que pensar en una forma de generar información precisa, atractiva y fácil de digerir. Por lo tanto, la verificación de datos suele ser cerebral. Y lo que hemos hecho en Kenia, por ejemplo, es que nos asociamos en el marco de una iniciativa llamada Fumbua, que significa desacreditar o revelar en swahili. Lo que significó es que reunió a numerosos periodistas, a jueces, podcasters, creadores de contenido y dibujantes. Además, organizamos la verificación de hechos de una manera muy fácil "de digerir" con vídeo, con los gráficos que teníamos, de forma que fuera fácil de entender, compartir y consumir. Así que esto es todo lo que me gustaría compartir con ustedes sobre la experiencia de cómo cubrir las elecciones en Kenia, y espero algunas de las ideas que he compartido te resulten útiles. Muchísimas gracias.