

La era de la información (y la desinformación)

En la década de 1990, el sociólogo español Manuel Castells Oliván acuñó el concepto de **era de la información** para referirse a la era digital, en la cual, debido al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), la circulación de noticias y datos se volvió mucho más rápida que el movimiento físico. Siguiendo esta línea, algunos teóricos —como el filósofo Byung-Chul Han— afirman que las sociedades actuales estarían atravesando lo que denominan un período de **infomanía**, es decir, de adicción a la información. Sin embargo, esta omnipresencia de la información ocurre junto con otro fenómeno: el de la **desinformación**, ligado en gran medida al auge de las redes sociales.

La desinformación¹

Las desinformaciones, llamadas generalmente *fake news* —“noticias falsas”, en inglés—, son contenidos que inventan hechos que no ocurrieron o tergiversan sucesos reales con el objetivo de cambiarles el sentido. Es importante aclarar que, si bien a estas desinformaciones se las denomina de manera genérica *fake news*, no siempre tienen el formato de una noticia, sino que también puede tratarse de fotografías o videos.



Las *fake news* buscan sorprendernos y captar nuestra atención.

Aunque muchas veces se aclara que una noticia no era verdadera, el alcance de desmentirla siempre es mucho menor que el de su difusión original.

1. Para saber más sobre las diferentes formas de desinformación, se puede consultar el material *No creas en todo lo que te dicen*, producido por Reverso y disponible en reversoar.com/recursos.

Las desinformaciones **suelen apelar a las emociones y a nuestro sesgo** o inclinación hacia ciertas ideas, por lo que en general tienen **fuerte impacto y se expanden a gran velocidad**, principalmente, en las redes sociales. **Los motivos que llevan a generar desinformación son principalmente políticos** (por ejemplo, desprestigiar a un candidato) **o económicos** (se busca conseguir una gran cantidad de clics para atraer publicidad y con ella rédito monetario).

En algunos casos, las consecuencias de la desinformación son muy graves, dado que afectan el funcionamiento de la democracia (por ejemplo, si se denuncia fraude electoral cuando no lo hubo) o pueden poner en riesgo la vida de las personas (como cuando se promociona un fármaco que perjudica la salud).

Los deepfakes

Los *deepfakes* son secuencias de video o imágenes falsas que fueron generadas con inteligencia artificial y que muestran a personas haciendo o diciendo cosas que no realizaron ni dijeron. Un ejemplo son los videos falsos que mostraban a la cantante Taylor Swift realizando un sorteo para publicitar utensilios de cocina.

Para generar estos contenidos, se utilizan programas de inteligencia artificial que, a partir de una gran cantidad de videos, imágenes y audios de una persona, pueden aprender su gestualidad y copiar su voz para generar contenido falso, pero de apariencia real.

Como se señala en el sitio chequeado.com, no hay que confundir los *deepfakes* con los videos manipulados en los que se edita el contenido cortando o agregando partes con el objetivo de alterar el sentido. Aunque el propósito de los videos manipulados y los *deepfakes* sea desinformar, la técnica utilizada para generar los materiales es diferente.



Esta imagen creada con inteligencia artificial muestra a una persona que no existe.



Un *deepfake* que se viralizó mostraba a Lionel Messi promocionando una aplicación fraudulenta que prometía ganar mucho dinero.

Si recibimos una imagen o un video dudoso, podemos utilizar el sitio www.tineye.com para buscar imágenes o videos similares y ver si se trata de contenido tergiversado. La página está en inglés, pero en el siguiente enlace, bit.ly/3XKFqbg, se puede ver un instructivo para su uso elaborado por el sitio chequeado.com.