

El reto de los 'fakemedia' acreditados

¿Qué es un medio de comunicación? Esta pregunta estaba bastante clara hace tan solo unos años. Los medios eran empresas públicas o privadas que ejercían la labor de informar a través de plantillas de profesionales que respondían a un código deontológico que se interiorizaba en las facultades de Periodismo. En general, los medios gozaban de la confianza mayoritaria de los ciudadanos; quien no ha escuchado eso de “lo han dicho en la TV” o “lo he escuchado en la radio” como fuente de autoridad. Sin embargo, la **irrupción de la tecnología** desbarató el sistema mediático tradicional para, sobre todo, fragmentarlo; pero, además, para **desvirtuar el objetivo fundamental de la profesión: informar**.

VERÓNICA FUMANAL

El fenómeno de las *fake news* es tan antiguo como la comunicación humana. El chisme malintencionado con vocación de difamar al prójimo no data de 2017; sin embargo, fue entonces cuando el Diccionario Oxford eligió *fake news* como palabra del año¹. No es casualidad que justo el 20 de enero de aquel año comenzara la legislatura de Donald Trump, el presidente que hizo de la mentira una forma de comunicación institucional. Al albur de Trump se creó un universo paralelo de “canales de con-

tenidos políticos”, me niego a llamarles medios de comunicación. De hecho, Naomi Klein, en su libro *Doppelganger* (2024), narra cómo Steve Bannon ha construido un MAGA (en inglés, “hacer América grande otra vez”) Plus, con un sistema propio de creadores de opinión que hacen de la mentira su forma de manipulación política, como, por ejemplo, retroalimentar la falacia del pucherazo electoral que Trump puso en marcha ya desde la Casa Blanca.

Por lo tanto, observamos cómo hay

¹ Rodríguez, C. (3 de noviembre de 2017). “Fake news, palabra del año del Diccionario Oxford”. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/11/03/59fc80f4468aebd1508b46a0.html>

una parte del poder político e institucional que no solo no condena las *fake news* o los *fake media*, sino que, además, los dotan de recursos económicos y de legitimidad, citándolos como fuente de autoridad y desautorizando al resto de los medios de comunicación independientes. En España, la cuestión no ha sido diferente a otras democracias occidentales. La proliferación de medios digitales también ha traído aparejadas plataformas de contenidos políticos y de actualidad que no son medios de comunicación en absoluto. No obstante, es tremendamente difícil diferenciarlos, porque los *fake media* se encargan de mimetizar la gráfica de los medios para que los ciudadanos los confundan.

Para los profesionales de la información, como los suscriptores de esta revista, es muy fácil discernir qué es un medio de comunicación de algo que no lo es. Pero debemos considerar varios aspectos. En primer lugar, que las audiencias/ciudadanos/consumidores de información no han tenido una alfabetización mediática que les permita distinguir una noticia firmada de un contenido patrocinado de una *fake news*. En segundo lugar, al no haber un tribunal que decida qué es un medio de lo que no lo es, instituciones públicas como el Congreso de los Diputados acreditan a los periodistas o medios que lo solicitan, sin hacerles pasar un cribado previo. Esto da lugar a que trabajadores de *fake media* se hayan colado con sus micró-

fonos, con apariencia de medios, en las ruedas de prensa y comparencias, dinamitando las formas y procederes de los periodistas.

Hay una parte del poder que no solo no condena las 'fake news' o los 'fake media', sino que, además, los dotan de recursos económicos y de legitimidad

Los periodistas se dedican a realizar preguntas, no acusaciones que deban ser refutadas por los políticos. Sin embargo, los trabajadores de los *fake media* no se rigen bajo las lógicas del periodismo, sino por intereses políticos que marcan sus líneas editoriales como los parámetros de lo que interesa a sus lectores. Si una información afecta negativamente a los intereses de quienes sufragan el medio, sin más, deciden obviarla o desmentirla, aunque existan datos que la abalen. Esta filosofía de trabajo ha hecho que las personas acreditadas que trabajan para *fake media* explomen las formas de trabajo habituales de los periodistas, que, por ejemplo, cubren la información política en el Congreso de los Diputados.

La consecuencia de la acreditación de estos perfiles generadores de *fake news* es tremendamente distorsionador para el día a día de los periodistas políticos y muy confuso para la población/au-

diencia. La primera consecuencia es que los políticos se vuelven más reacios al contacto informal con los periodistas; básicamente, porque dejan de fiarse de los llamados “corrillos”, al temer que lo que puedan decir se utilice en su contra. La segunda consecuencia es el endurecimiento de las condiciones de trabajo de los profesionales de la información, que sienten cómo su labor se torna más difícil, porque el entorno es más hostil para todos y se rompen reglas no escritas entre políticos y periodistas. La tercera consecuencia es el mensaje distorsionado que se envía a la población, en la que los portavoces se niegan a contestar a acusaciones falaces o preguntas inapropiadas, los periodistas reales se levantan de las ruedas de prensa o se emiten vídeos persiguiendo a políticos que evitan a determinados perfiles. Todos esos contenidos pueden llevar a una conclusión errónea: que los trabajadores de los *fake media* son los únicos que se enfrentan con el poder, legitimándolos todavía más ante sus fieles y potenciales seguidores.

Llegados a este punto, los *fake media* están acreditados en las instituciones y generan distorsiones evidentes, ¿qué se puede hacer? Existen dos alternativas: ambas, con sus más y sus menos. La primera opción, no hacer nada; es decir, que aquellos que ya están acreditados puedan seguir operando dentro de la institución. Esto llevaría a que cada vez más *fake media* quisieran acreditarse para simular ser un medio de comunica-

ción real. Es evidente que la ciudadanía no conoce personalmente a los periodistas para saber diferenciar quién hace información y quién hace desinformación. Esto alimentaría la falta de confianza en los medios de comunicación, puesto que diferenciarlos para el gran público es casi imposible. Además, el clima de desconfianza entre periodistas, *fake media* y políticos continuaría acrecentándose. No habría incentivos para generar espacios informales, tan necesarios para los profesionales de la información. Incluso, ofreceríamos a toda la clase política la posibilidad de desacreditar a todos los medios cuando les interesara, incurriendo en un desmerecimiento cada vez mayor del periodismo.

Los periodistas se dedican a realizar preguntas, no acusaciones que deban ser refutadas por los políticos

La otra opción es quitar la acreditación de aquellas personas que no sean periodistas reputados ni estén amparados por un medio de comunicación real. Sin embargo, esta solución tampoco es la panacea. En primer lugar, quién sería el organismo que decidiría quién es un periodista reputado y quién un manipulador o, lo que es lo mismo, quién puede vigilar al vigilante. Este asunto es bien peliagudo, pues afecta a un derecho básico, la libertad de prensa, y podría lle-

vase ante los tribunales ordinarios, que tampoco me parecen los más oportunos para decidir sobre una profesión que no conocen. Además, si los tribunales les dieran la razón por motivos de prevalencia de la libertad, los *fake media* tendrían un argumento más para autoafirmarse como medios de comunicación, cuando no lo son. Asimismo, al ser expulsados de las instituciones, estos pseudomedios urdirían campañas de victimismo entre sus seguidores, acusando a las instituciones públicas de censura, algo que les daría todavía más protagonismo y lealtad entre su público.

Considero que este debate debería intentar abordarse desde el ámbito del periodismo, con sus profesionales y referentes. Así lo han hecho colegios profesionales como el de Periodistas de Andalucía, que ha hecho un listado de medios digitales conforme a criterios periodísticos y éticos². Una fórmula similar ha empleado el Colegio de Periodistas de Murcia, presentando un registro de medios³ para distinguirlos de los que no lo son. Dejar en manos de la política la definición de qué es un medio y un periodista riguroso siempre será un mal negocio, porque la política tiene muchos intereses en el ámbito en las empresas de comunicación y la tentación de legiti-

mar como fuentes de autoridad a medios cercanos es inevitable. El periodismo es el único ámbito acreditado que puede trabajar para protegerse del descrédito de la desinformación; de lo contrario, si la información no tiene valor, el periodismo tampoco lo tendrá y cualquiera con recursos y apariencia de credibilidad suplantarán una labor que es imprescindible en una democracia.

Desde las políticas públicas se debe invertir para luchar contra la desinformación desde la educación. Es necesario instruir a las nuevas generaciones con un programa de alfabetización mediática que les proteja frente a las manipulaciones presentes y futuras, en un mundo en el que la inteligencia artificial y todo su desarrollo hará prácticamente imposible diferenciar la realidad de la ficción. Si los ciudadanos no tienen herramientas para saber si están siendo engañados, aquellos poderes que estén dispuestos a todo no tendrán ningún reparo en utilizar cualquier contenido para perpetuarse o acceder al poder. Solo el criterio de unos ciudadanos que sepan distinguir entre la información y la manipulación, que puedan apoyarse en un periodismo fuerte que les ayude a conformar un criterio veraz, podrán proteger las democracias en la forma en la que fueron concebidas ■.

² Asociación de la Prensa de Andalucía. (s.f.). Registro de Medios Digitales de Andalucía (ROMDA). <https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-andalucia-romda/>

³ Asociación de la Prensa de la Región de Murcia. (s.f.). Registro de Medios Digitales de la Región de Murcia (REMIREMU). <https://periodistasrm.es/remiremu/>