

Verificado 2018: un caso afortunado de deontología periodística

José Bernardo Masini Aguilera*



Recepción: 25 de marzo de 2019
Aprobación: 10 de mayo de 2019

Resumen. Masini Aguilera, José Bernardo. *Verificado 2018: un caso afortunado de deontología periodística*. La proliferación de noticias falsas (*fake news*) en procesos electorales en otros países, y durante la emergencia suscitada por los sismos de septiembre de 2017 en México, dio lugar a un esfuerzo colegiado para evitar la desinformación ciudadana en el marco de las elecciones presidenciales de 2018. Un grupo de periodistas ofreció su tiempo, su creatividad y su profesionalismo para crear un sistema de validación de información que diluyera el impacto de rumores o de piezas noticiosas de dudoso rigor profesional. El resultado fue un caso afortunado en materia de deontología periodística, que logró desmentir más de 400 noticias falsas y elaborar materiales didácticos para fomentar el consumo crítico de medios de comunicación. En el texto se explica la fundamentación, la metodología y los resultados de esta iniciativa y se presenta una prospectiva en el mediano plazo en materia de alfabetización mediática y derecho a la información.

Palabras clave. *Fake news*, elecciones, periodismo, deontología periodística, redes sociales, ética, profesionalismo

Abstract. Masini Aguilera, José Bernardo. *Verifying 2018: A success story of journalistic deontology*. The proliferation of fake news in electoral processes in other countries, and during the emergency caused by the earthquakes of

* Doctor en Historia Moderna y Contemporánea por el Instituto Mora. Coordinador de Investigación y Posgrado del ITESO. Miembro del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi). masini@iteso.mx

September 2017 in Mexico, gave rise to a collegial effort to avoid public misinformation during the 2018 presidential election. A group of journalists offered their time, their creativity and their professionalism to create an information validation system that would dilute the impact of rumors or news items produced with questionable professional rigor. The result was a success story of journalistic deontology that managed to refute over 400 fake news items and produce educational materials to foster critical media consumption. The text explains the justification, methodology and results of this initiative and presents a medium-term prognosis of efforts to foster media literacy and defend the right to information.

Key words. *Fake news*, elections, journalism, journalistic deontology, social networks, ethics, professionalism.

Las *fake news*: rasgo de la crisis de la modernidad

La intención de este texto está lejos de participar en la discusión sobre si asistimos a un estadio tardío de la modernidad, o si se trata de posmodernidad o bien si cabe el adjetivo que le atribuyó Zygmunt Bauman y es pertinente llamarla “modernidad líquida”.¹ En todo caso, en lógica (post)estructuralista partiré del supuesto de que tanto la modernidad como la sociedad —cualquier sociedad— son estructuras cuyos componentes no son estáticos. Para efectos de plantear el piso de la siguiente reflexión me detendré en dos de esos componentes, los individuos y la información de que disponen para construirse referencias de la realidad. En este sentido me permitiré una extrapolación que parta de la idea de que la condición individual se enfrenta hoy a dilemas e indefiniciones que dificultan el delineamiento de la identidad propia. La así llamada “sociedad de la información” ha colocado a las generaciones actuales frente a más datos, hechos y referentes que ninguna otra generación en la historia de la humanidad. Sin embargo, los individuos no necesariamente se sienten más seguros sobre lo que saben y sobre cómo emplear lo que saben respecto de cómo se sintieron sus ancestros.

1. Zygmunt Bauman, *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

En función de lo anterior, y para efectos de explicar el caso que nos atañe, asumiremos que la Modernidad sí asiste a una crisis de sentido; que atraviesa un periodo de indefinición que probablemente se disipará —aunque no se eliminará— cuando un nuevo paradigma revele y legitime todos sus rasgos distintivos. Esta crisis de la Modernidad se materializa en las respectivas crisis de algunos de sus componentes. Es el caso del consumo de información, y también de los usos que hacen de ella los individuos una vez que la sometieron a un proceso de valoración que la mayoría de las veces es inconsciente. Norman Mailer afirmó alguna vez que “la sociedad no está en peligro por las ideas equivocadas, sino por la falta de interés en cualquier tipo de ideas”.² Él fue periodista y no suena insensato trasladar esta noción al ámbito del consumo de periodismo de calidad. Por tanto, lo peligroso para los individuos y los grupos no se limita al consumo de noticias elaboradas sin rigor, sino que estriba sobre todo en la falta de interés por cualquier tipo de información.

Si asumimos el periodismo como el ámbito socioprofesional relacionado con la concepción, la producción y la puesta en circulación de información, es sencillo entender las dimensiones de su función social. El acceso a la información está explícitamente reconocido como un derecho humano, consagrado en documentos de alcance internacional como el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, promulgada en París en 1948, o en la escala local en el artículo 6º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Esta última referencia tiene una historia particular que sirve para ilustrar el interés por el acceso ciudadano a la información, al menos en México. Los liberales del siglo XIX mexicano consagraron la libertad de expresión —identificada como uno de los derechos que catapultó la Ilustración— en la Constitución de 1857, epítome de las famosas Leyes de Reforma. Sus términos originales reconocían el derecho a manifestar ideas, pero no explicitaban el derecho a acercarse a ellas, a recibirlas

2. Citado por Gabriel Careaga, “Crisis de la modernidad: un asalto a la razón”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, Ciudad de México, 1990, vol. 36, núm. 140, pp. 11-20, p.14.

para construir con ellas nuestro criterio. La redacción de aquel entonces quedó plasmada como sigue: “La manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial ó administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque á algún crimen ó delito, ó perturbe el órden público”.³

La promulgación en 1917 de la Carta Magna que sigue vigente no implicó mayores ajustes al texto, por lo que pasaron 120 años para que la discusión conceptual en la materia tuviera una repercusión en los términos del artículo que se materializó en la frase “El derecho a la información será garantizado por el Estado” que se incorporó en diciembre de 1977, a principios del sexenio de José López Portillo (1976–1982). Esta garantía fundamental por fin se hacía explícita, pero en términos tan vagos que fomentaban un cumplimiento igualmente vago. Una nueva adición en noviembre de 2007 dio cuerpo a otra demanda añeja: el derecho de réplica, cuya legislación y aplicación también han sido bastante arbitrarias hasta la fecha. Entre 2007 y 2013 el artículo 6º constitucional versó así:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Viene a cuento referir este proceso en tanto el acceso a la información es el primer y elemental requisito para que los individuos y los grupos cuenten con los referentes suficientes y de la calidad necesaria para construir sus modelos de mundo. En esta tarea, junto a la escuela, la familia y otras instancias societales, los medios de comunicación en lo general, y los periodistas en particular, desempeñan un papel pre-

3. Daniel Cosío Villegas, *La Constitución de 1857 y sus críticos*, Fondo de Cultura Económica/Clfo/El Colegio Nacional, Ciudad de México, 2007, p. 190. La transcripción respeta la ortografía de la fuente original.

ponderante.⁴ Por ello la discusión sobre la calidad de ese acceso a la información en México ha sido materia de las escuelas de Comunicación, Derecho y Periodismo al menos desde los años sesenta del siglo pasado. El reclamo académico y de las organizaciones de la sociedad civil ha girado siempre en torno a la concreción, digamos positiva, de este derecho fundamental. Los términos del artículo 6º, y los del 7º que versa sobre la libertad de expresión, eran escuetos y no ofrecían lineamientos precisos para su aplicación. La presión social dio lugar a una reforma sustantiva en junio de 2013, durante el sexenio de Enrique Peña Nieto (2012–2018). La extensión del artículo 6º pasó de un párrafo a cuatro páginas, en las que se dieron orientaciones mucho más finas sobre la producción de la información; la manera de disponer de ella; el uso del espectro radioeléctrico; generalidades sobre el empleo de las telecomunicaciones a favor del derecho a la información y derechos de las audiencias, entre otros aspectos.

Los años inmediatos posteriores a la reforma han dado sustancia para ponerla a prueba. De cara al proceso electoral de 2018, 71.3 millones de mexicanos teníamos acceso a Internet según la *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2017*, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Ello equivale a 55% de la población del país. Casi la totalidad de este universo utilizamos Internet para procurarnos información: 96.9%. Ciertamente es que no es el único uso que le damos a la red de redes. 91.4% de sus usuarios la empleamos con fines de entretenimiento; 90% lo hacemos para comunicarnos y 76.6% nos valemos de Internet para frecuentar alguna red social.⁵ Como puede suponerse, este escenario da pie a un fecundo intercambio de datos que permite a quienes participan de esta ágora virtual profundizar en los temas de su interés

4. Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Ciudad de México, 1987 y Victoria Camps, *Creer en la educación. La asignatura pendiente*, Península, Barcelona, 2008.

5. *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2017*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Ciudad de México, 2018.

tanto como lo deseen. Pero de estas mismas dimensiones es el caldo de cultivo de las tristemente célebres noticias falsas: las *fake news* que alguien elabora con poco rigor en el mejor de los casos, o con dolo en el peor de ellos.

Asistimos a una enorme paradoja que ya tiene poco de novedosa: nunca como ahora habíamos tenido tanta información a nuestra disposición, pero nunca como ahora habíamos tenido tanta incertidumbre sobre la validez de nuestras certezas. Si asumimos como punto de partida la crisis de la Modernidad que referíamos arriba, esta paradoja es uno de sus rasgos distintivos.

Verificado 2018: un exorcismo colegiado

Trasladada a la coyuntura del proceso electoral mexicano de 2018, la referida crisis de legitimidad de la información tenía una consecuencia mucho más concreta: la fundamentación de la decisión que cada uno de los más de 89 millones de electores tomaríamos en la jornada comicial del 1 de julio. Si asumimos el sufragio como la manifestación de una valoración respecto del proyecto político materializado en cada candidato, la calidad de la información que respalde esa valoración puede tener repercusiones inmediatas y graves en el devenir de un Estado-nación. Ésta fue la inquietud de un grupo de periodistas provenientes de medios de comunicación de todo cuño. Se propusieron exorcizar en la medida de sus posibilidades los demonios de las noticias falsas que anticiparon que habrían de circular en los meses previos a la elección. La tarea sería agotadora, pero su función social podría ser encomiable si el esfuerzo era bien conducido.

En 2018 los mexicanos elegimos a quienes ocuparían más de 3,400 cargos públicos de entre más de diez mil candidatos. Como ejercicio comunicativo, se trató de un circuito de información del que prácticamente ninguno de los 131 millones de habitantes del país estuvimos

exentos, pues la información sobre las campañas estuvo a disposición incluso de quienes no forman parte del padrón electoral. En clave estructuralista, se trató de un sistema complejo y dinámico, a pesar de las voces que intentaron hacerlo ver como algo simple y estático.

Una diferencia significativa respecto de las ocasiones anteriores fue la cercanía de la experiencia de los sismos de septiembre de 2017 que afectaron a la Ciudad de México y a diversas comunidades de estados como Oaxaca, Chiapas y Morelos, entre otros. La emergencia en ese entonces también dio lugar a la propagación de información que a veces fue alarmista, a veces fue imprecisa y otras tantas de plano falsa. El sismo que afectó a la capital del país el 19 de septiembre hizo tristemente célebre el caso de la niña Frida Sofía, una supuesta estudiante de doce años de edad que habría quedado atrapada entre los escombros del Colegio Rébsamen de la Ciudad de México. Televisa, la cadena de televisión más grande del mundo de habla hispana, hizo una cobertura de 43 horas entre el 20 y el 21 de septiembre, “actualizando” a sus audiencias las novedades de los esfuerzos por rescatar a una persona que en realidad nunca existió.⁶ Cuando fue evidente la falsedad de la información que había puesto en vilo a todo un país, y que había dado lugar a cobertura de medios nacionales y extranjeros, la reportera Danielle Dithurbide trasladó la responsabilidad al almirante de la Marina José Luis Vergara, a quien consignó como su fuente. En cualquier escenario había quedado en evidencia un caso de mala práctica del oficio periodístico, que generó confusión y susceptibilidades entre millones de personas en el mundo que daban seguimiento a la tragedia.

La inexistente Frida Sofía fue un episodio paradigmático en materia de deontología periodística. Ante la situación de emergencia nacional los medios de comunicación tenían el compromiso ético de ser rigurosos con la información que ponían a circular, para no propagar

6. Julio González, “¿Cómo se construyó la historia de Frida Sofía?” en Graciela Bernal Loaiza (Coord.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2017*, ITESO, Tlaquepaque, Jal., 2019, pp. 107–145.

inquietudes innecesarias, y también para no ocultar las dimensiones reales del problema. Éste fue sin duda el ejemplo más grave en aquella coyuntura, pero no fue la única noticia falsa que circuló. Sobre todo en las redes sociales hubo información errónea que con ligereza y poca responsabilidad pusieron a circular algunos periodistas, pero también ciudadanos por iniciativa propia. Ante ello, algunas personas preocupadas por la situación se organizaron para crear el portal *#Verificado19S*: un sitio en internet en el que se vertían los rumores que circulaban en los medios convencionales y en los digitales.⁷ Cuando alguno de ellos se confirmaba se le etiquetaba en las redes sociales con el *hashtag* *#EstoSíPasó*. Los descuidos éticos —por usar una expresión amable— en que incurrieron no pocos periodistas y personas que propagaron información falsa fueron contrarrestados por un ejercicio ciudadano de responsabilidad y rigor.

Aunado a la experiencia alrededor de los sismos de septiembre de 2017 en México, por las mismas fechas se confirmó otro dato que hasta entonces había sido un secreto a voces: en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 hubo injerencia cibernética de parte del gobierno ruso. Esa intervención, además de implicar una intromisión en la soberanía de un país, también constituyó una transgresión al derecho a la información de los ciudadanos de Estados Unidos. Millones de ellos recibieron una copiosa cantidad de mensajes a través de las redes sociales que denostaron la imagen de Hillary Clinton, la candidata demócrata. Esa situación dio lugar a la iniciativa denominada *Electionland*, en la que periodistas de diversos medios de aquel país unieron esfuerzos para desmentir noticias falsas en contextos electorales. En Francia se dio una iniciativa similar bajo el nombre de *CrossCheck*, en la que además de periodistas también se convocó a participar a ciudadanos interesados en la calidad de la información de que disponían para decidir el sentido de su voto.

7. La liga a *#Verificado19S* fue www.verificado19s.org

Éstos fueron los antecedentes que motivaron a un grupo de profesionales de la información a desarrollar una iniciativa similar en el marco del proceso electoral que culminó el 1 de julio. Sabedores de que el contexto se prestaría a la propagación de noticias falsas, periodistas de todo tipo de medios unieron esfuerzos en torno al proyecto denominado *Verificado 2018*. En su página de internet explicaron que se propusieron “elevar el costo de la mentira”,⁸ pues al problema social que en sí entraña la información imprecisa o falsa se añade uno más: quien la divulga con dolo suele quedar impune, tanto en el plano legal como en el de su legitimidad. *Verificado 2018* podría ser una herramienta para delatar a los medios de comunicación cuyos intereses les hicieran tomar partido por uno u otro candidato. Sabemos que esto ha ocurrido históricamente; pero por primera vez podría haber alguna consecuencia, así fuera sólo en su prestigio.

El proyecto alcanzó la suficiente notoriedad pública para hacer que incluso algunos medios que siempre han sido tildados como oficialistas saludaran la iniciativa y pidieran aparecer como colaboradores. Fue el caso de medios electrónicos como Televisa y W Radio e impresos como *El Universal* o *El Informador*. Su colaboración podía materializarse de muchas maneras. Una de ellas era simplemente acceder a que algunos de sus periodistas emplearan algo de su tiempo de trabajo para validar o refutar información de dudosa procedencia. En total participaron profesionales de ochenta instituciones diferentes, entre medios de comunicación, universidades y organizaciones de la sociedad civil.

Las campañas políticas comenzaron oficialmente el 30 de marzo, pero el trabajo de los voluntarios que alimentaron la plataforma con confirmaciones y desmentidos arrancó desde antes del 12 de ese mes, fecha en que publicaron sus primeros hallazgos. Durante cuatro meses supervisaron el rigor y la validez de piezas periodísticas que ciudadanos

8. La plataforma permanece para su consulta en la liga <https://verificado.mx/>

interesados les hacían llegar a través de su página, pero también a través de redes sociales como Twitter, Facebook y WhatsApp. El 9 de julio, nueve días después de la jornada electoral, la plataforma publicó un editorial para dar por clausurados sus trabajos.

Algunas prendas de su trabajo

En el portal de *Verificado 2018* se explica que el equipo abocó sus esfuerzos a dos tipos de tareas: la verificación de noticias falsas potenciales (*fake news*) y lo que denominaron verificación del discurso (*fact-checking*). Esta segunda consistía en buscar al personaje-noticia que había hecho alguna afirmación para solicitarle que proporcionara las fuentes o los datos que respaldaban sus dichos. En todos los casos era posible que la indagación comenzara por curiosidad de un miembro del equipo o en atención a la solicitud de algún ciudadano con dudas.

Ni siquiera se habían iniciado las campañas cuando el equipo debió elaborar sus primeros desmentidos: a principios de marzo circuló en grupos de Facebook una nota que difundía supuestos dichos de Angélica Rivera, entonces esposa del presidente Enrique Peña Nieto. “AMLO no llegará a presidente [...] ¿Quién quiere un pobretón de líder?” (*sic*) fueron las palabras que circularon como si hubieran sido declaraciones textuales. Los colaboradores de la plataforma revisaron con cautela cuanto había documentado sobre las actividades y las declaraciones de Rivera y, como era de esperarse, no hubo registro serio de los dichos. El 12 de marzo publicaron el primer registro de noticia falsa de la carrera presidencial.

Igualmente falso fue el video que intentó hacer creer que Ricardo Anaya, el candidato del Partido Acción Nacional (PAN), había declarado que apoyaría la construcción del muro fronterizo entre México y Estados Unidos. Se trató de un mosaico de declaraciones editadas y sacadas de contexto, basado en una conferencia que Anaya ofreció en

Washington el 22 de febrero de 2017, cuando era presidente de su partido. Llamó la atención que uno de los divulgadores del video utilizó como nombre en Facebook el de la periodista Carmen Aristegui, sin que hubiera relación con ella. En ese mismo tenor, todavía durante marzo, *Verificado 2018* desmintió que un hijo de Andrés Manuel López Obrador, entonces candidato del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), fuera dueño de un auto de marca Lamborghini, o que su esposa, Beatriz Gutiérrez Müller, tuviera un Mercedes Benz.

Sacar de contexto y fragmentar declaraciones de personajes–noticia es quizá el recurso más socorrido en la elaboración de noticias falsas. Ello fue patente en este ejercicio, que registró casos como una inexistente diatriba del Papa Francisco hacia López Obrador, que en realidad consistió en la edición dolosa de declaraciones que hizo el líder religioso tres años antes en una visita que realizó a Asunción, Paraguay. El objeto de sus críticas fueron los regímenes totalitarios del siglo XX, como el que padeció aquel país bajo la figura de Alfredo Stroessner entre 1954 y 1989. Falso fue también lo que afirmaba un panfleto que supuestamente circulaba entre mexicanos avecindados en Estados Unidos titulado *Noticias Migratorias*, en el que se aseguraba que López Obrador pondría impuestos a las remesas en caso de llegar a la Presidencia. En esa y otras ocasiones los participantes del proyecto aprovechaban para hacer un poco de alfabetización dirigida a sus lectores. Por ejemplo, junto al desmentido explicaron qué son las remesas y el papel que cumplen en la economía nacional. Proporcionaron el ilustrativo dato de que en 2017 habían ascendido a 28 mil 771 millones de dólares, y representaron 20% del Producto Interno Bruto del país, según cifras del Banco de México.

Las leyendas negras de la historia nacional dieron pie a más noticias falsas. Uno de los mitos más propagados en los tiempos de extremo control del PRI sobre los procesos comiciales, cuando la ciudadanía les daba poca credibilidad pero poco hacía al respecto, era el del sufragio de los muertos. Durante décadas corrieron rumores de que el

PRI se valía de electores fallecidos para registrarlos como personas que habían emitido su voto, como puede suponerse, a favor del otrora “partido oficial”. El argumento tuvo mayor sustento hasta la década de los ochenta del siglo pasado, cuando la organización de los comicios corría por cuenta de la Secretaría de Gobernación. Dado que esta instancia es parte de la estructura del Poder Ejecutivo, y su titular solía ser también militante del PRI, la opinión pública juzgaba que el gobierno era juez y parte. Esa tesis comenzó a diluirse con la creación del Instituto Federal Electoral (IFE), hoy Instituto Nacional Electoral (INE), un ente descentralizado que, por esa razón, supone mayor imparcialidad.

Aun en tales condiciones, el 27 de junio *Verificado 2018* debió desmentir una nota publicada por el portal satírico *El Ruinaversal*. Ésta afirmaba que el INE permitiría a los familiares de personas fallecidas votar en su nombre, siempre y cuando hubieran muerto antes de diciembre de 2017 y contaran con una credencial de elector vigente al momento de morir. La nota —evidentemente falsa— fue compartida no menos de 23 mil veces a través de una página de Facebook denominada *Contacto Visión Noticias*. La aparente broma no podía tomarse a la ligera toda vez que la historia de suspicacias relacionadas con las elecciones es tristemente larga en nuestro país. El rumor de que el PRI se valía de electores ya fallecidos para inyectar votos para sus candidatos era rutinario durante buena parte del siglo XX, más allá de que haya certeza sobre si esto realmente ocurrió alguna vez. A ello se sumaba el nerviosismo que empezó a cundir entre muchas personas ante la posibilidad de un resultado atípico: la derrota sin precedentes de los partidos que se habían alternado la Presidencia de la República en la historia reciente de México. El escenario que se iba haciendo inminente era también novedoso para todos, incluyendo a quienes tienen dificultad para asumir cambios, en materia política o en cualquier otra. Este nerviosismo pudo ser el caldo de cultivo del relativo éxito de una nota tan absurda como esta. Un lector insertó un comentario para descalificar la supuesta medida que había tomado el INE. Aseguró que si algo similar se hiciera con el

sistema de pensiones y los hijos de los muertos siguieran cobrando las pensiones de sus padres, la administración pública sería insustentable. Si no menos de 23 mil personas se habían creído la nota original, no es tan sorprendente que el comentario de esta persona haya recibido más de dos mil “likes”. La disposición para creer en un argumento es directamente proporcional a la cantidad de personas que se exponen a él.

Por otra parte, muchos recordamos que la cantante Belinda acompañó a López Obrador en su cierre de campaña el 27 de junio. Pero algunos cayeron en la trampa divulgada a través de un video que circuló en las redes sociales. No menos de 37 mil personas compartieron la pieza que afirmaba que la intérprete había recibido 42 millones de pesos como pago por su participación. Lo curioso es que la suma de los montos de las facturas que mostraba el video apenas ascendía a 24 millones. Sin embargo, lo cierto fue que Belinda no recibió ni una cantidad ni la otra. Los integrantes de *Verificado 2018* hicieron las pesquisas correspondientes tanto en la empresa promotora de la cantante como en el Servicio de Administración Tributaria. El registro federal de contribuyentes (RFC) que se mostraba en las facturas era similar, pero no idéntico al de Joy Music Entertainment, empresa promotora de Belinda. De hecho, tenía trece caracteres en lugar de los doce que tiene cualquier RFC. Además, en los documentos se publicaba como teléfono de la compañía un número que resultó ser inexistente. Aun cuando el trabajo de los periodistas desmentía la nota, en los comentarios aparece uno de alguien que entendió que sí se habían erogado 24 millones y despotricaba contra el candidato por su despilfarro. Por ende, incluso un texto que tiene como intención desmentir una noticia falsa es susceptible de ser malinterpretado. Bien dijo Italo Calvino que lo que dirige el relato no es la voz: es el oído.⁹

9. Italo Calvino, *Las ciudades invisibles*, Siruela, Madrid, 2004, p. 145.

En total los participantes de este proyecto desmintieron más de 400 notas y elaboraron cincuenta videos. Algunos de ellos no necesariamente deconstruían una noticia falsa, sino que consistieron en tutoriales y otras piezas de difusión que explicaban la naturaleza de las *fake news*, junto a algunos consejos para identificarlas y mitigar su propagación. Algunos de estos videos tuvieron más de un millón de visitas. La página www.verificado.mx recibió en total más de cinco millones de visitas durante los cuatro meses de sus trabajos.

***Verificado 2018* y la deontología periodística**

El esfuerzo colegiado que hemos descrito hasta aquí sentó sin duda un precedente de buenas prácticas en materia de deontología periodística. Al menos desde el utilitarismo de Jeremy Bentham se ha entendido la deontología como el conjunto de deberes que han de cumplirse para alcanzar el mayor placer posible para el mayor número posible de individuos. Si bien el placer no es la materia prima de la que se nutre el cumplimiento de un derecho, sí sostendré aquí que el ejercicio del periodismo debe procurar la información de mayor calidad posible para la mayor cantidad posible de personas. Este imperativo es particularmente retador frente a las consecuencias sociales de la llamada “posverdad”. En el periodismo la solidez de los hechos es matizada por la liquidez de su percepción y su valoración por parte de los individuos. Esta percepción y esta valoración están condicionadas por posturas modeladas con elementos racionales y, sobre todo, emocionales.

La cultura anglosajona acuñó el término *bullshit* para referir un tipo de mentira en específico. Harry G. Frankfurt la explica como aquella que suele construirse en espacios poco formales, pero que no por ello está exenta de un interés que procura proteger quien la esgrime. Quizá su mejor traducción al español esté en la palabra “charlatanería”. El filósofo estadounidense sugiere que una *bullshit* está más cerca de la

falsificación que de la falsedad.¹⁰ El dolo con que se erige da cuenta de una relación interesada con lo verdadero de parte de su autor. A su vez, su propagación depende del grado de indiferencia ante la verdad de parte de sus destinatarios. La charlatanería tiene, como cualquier acto de habla, una dimensión ilocutiva y una perlocutiva según la noción clásica que John Searle¹¹ propuso a partir de la teoría del lingüista John Austin. La ilocutiva se refiere a las intenciones de quien esgrime un mensaje, que generalmente corresponden al afán de que este mensaje sea creído por sus destinatarios. A su vez, la dimensión perlocutiva corresponde a los efectos que el mensaje provoca en quienes lo reciben, que muchas veces no logran ser controlados por el sujeto emisor.

Junto a las precisiones anteriores conviene tener presente que a muchas personas les pasa con la charlatanería algo similar a lo que les ocurre con el lenguaje: suelen pensar que ya saben lo necesario para resolver sus necesidades. La opinión pública —cualquier cosa que ésta sea, pues a decir de Pierre Bourdieu en realidad no existe—¹² es sumamente volátil y se construye no sólo con la información de que disponen los individuos sobre la realidad, sino también con lo que ellos deciden hacer con ella, donde se incluye validar una noticia falsa o negar un hecho confirmado. Por ende la construcción social de la realidad sólo puede ser multimodal e intertextual.¹³ Es multimodal porque cada persona se recarga en múltiples dispositivos para comprenderla y también para referirla. Es intertextual porque esas referencias de la realidad se entrecruzan en los escenarios naturales de intercambio, que pueden ser tan informales como una sobremesa, o tan formales como un examen doctoral.

10. Harry G. Frankfurt, *On Bullshit. Sobre la manipulación de la verdad*, Barcelona, 2006, p. 59.

11. John R. Searle, *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*, Cátedra, Madrid, 1980.

12. Pierre Bourdieu, “La opinión pública no existe” en *Cuestiones de Sociología*, Istmo, Madrid, 2000, pp. 220–232 (Colección Fundamentos, núm. 166).

13. Teresa Oteiza, “Prácticas de la memoria en clases de historia: construcción de la evidencia multimodal e intertextual del pasado reciente chileno” en *Discurso y sociedad*, Centre of Discours Studies, Barcelona, vol. 12, núm. 1, abril de 2018, pp. 112–160.

De vuelta a la arena electoral, una democracia real supone la capacidad de los ciudadanos empadronados como electores de decidir mediante el sufragio qué personas han de gobernarlos. Sin embargo, la decisión conlleva afectaciones de intereses muy diversos en la medida en que la entrada o la salida de un grupo en el poder teje o desteje redes de relaciones. Esta dinámica permea la producción de información, que en la era de las redes sociales no se circunscribe a las instituciones que elaboran profesionalmente contenidos comunicativos. El ciberespacio es cada vez más accesible para más personas, quienes vierten en él lo que les inquieta, pero también lo que les motiva y hasta lo que les divierte. Si en ocasiones los medios de comunicación tradicionales incurren en imprecisiones en el manejo de datos sobre la realidad, este problema se exagera cuando el origen de los mensajes se vuelve incierto, y hay poco interés ciudadano por corroborar el rigor de su elaboración.

El proyecto *Verificado 2018* fue una experiencia encomiable en materia de deontología periodística por haber dado lugar al menos a dos fenómenos sin precedente y muy necesarios en el ágora política mexicana. El primero de ellos fue la articulación de esfuerzos de los profesionales del gremio para combatir los efectos perniciosos que implican las *fake news* sobre el derecho a la información de la ciudadanía. No estaban obligados a hacerlo, y de hecho implicó para ellos una carga extra de trabajo a sus ya de por sí saturadas agendas. El segundo fenómeno, quizá más significativo que el primero, radica en las más de cinco millones de visitas al portal. Si bien la cifra no corresponde necesariamente a una cantidad igual de personas, sí refiere un uso masivo y sistemático del recurso, lo que a su vez da cuenta de que buena parte de los electores se percató de su existencia y lo aprovechó. Por donde se le vea se trata de evidentes pasos en el camino de la madurez política de la ciudadanía.

Sin embargo, seguimos subrayando el sentido novedoso del ejercicio, y ello deja ver el reto que tiene el gremio en el corto plazo. La verificación de la información ha sido siempre un supuesto ético en el ejercicio

del periodismo. En el argot se afirma que un reportero no debe afirmar nada públicamente mientras no lo haya corroborado en al menos tres fuentes diferentes. Pero lo cierto es que la prisa y la hiperproductividad que a veces les exigen sus patrones complican estas prácticas deseables. Un recurso conocido por algunos profesionales de la información, muy socorrido en las escuelas de Comunicación y Periodismo, es el Consultorio Ético que coordina Javier Darío Restrepo, académico de la Universidad de los Andes en Bogotá, Colombia, y referencia en el mundo de habla hispana en materia de deontología periodística.¹⁴ Se trata de una iniciativa auspiciada por la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), en la que de manera cotidiana se abordan situaciones dilemáticas reales que enfrentan los profesionales del gremio. La plataforma, no obstante, es un caso excepcional que a estas alturas del partido debería tener homólogos en todos los países del mundo.

El rigor como costumbre es una asignatura todavía pendiente entre los periodistas, y debe anteceder a otra asignatura tanto o más necesaria: la aproximación crítica de los lectores y las audiencias hacia la información. Arriba señalamos que *#Verificado19S* fue un esfuerzo ciudadano para corroborar datos y desmentir rumores en el contexto de una situación de emergencia, la de los días posteriores a los sismos de septiembre de 2017. Ese tipo de ciudadanía que valora y procura información de calidad será el acicate para apuntalar el periodismo creativo y pertinente que requiere cualquier sociedad. Por ende, es necesario dar más pasos en clave alfabetizadora para convencernos todos de que la producción de noticias no es una tarea circunscrita a los medios o a las oficinas de comunicación social. *Verificado 2018* es un ejemplo esperanzador que no debe quedarse en anécdota aislada. ✕

14. El consultorio está disponible para llevar casos y revisar las resoluciones de casos previamente expuestos en la página <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico>

Fuentes bibliográficas

- Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.
- Bourdieu, Pierre, “La opinión pública no existe” en *Cuestiones de Sociología*, Istmo, Madrid, 2000, pp. 220–232 (Colección Fundamentos, núm. 166).
- Calvino, Italo, *Las ciudades invisibles*, Siruela, Madrid, 2004.
- Camps, Victoria, *Creer en la educación. La asignatura pendiente*, Península, Barcelona, 2008.
- Careaga, Gabriel, “Crisis de la modernidad: un asalto a la razón”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, Ciudad de México, 1990, vol. 36, N° 140, pp. 11–20.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*.
- Cosío Villegas, Daniel, *La Constitución de 1857 y sus críticos*, Fondo de Cultura Económica/Clío/El Colegio Nacional, Ciudad de México, 2007.
- Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2017*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Ciudad de México, 2018.
- Frankfurt, Harry G., *On Bullshit. Sobre la manipulación de la verdad*, Paidós, Barcelona, 2006.
- González, Julio, “¿Cómo se construyó la historia de Frida Sofía?” en Graciela Bernal Loaiza (Coord.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2017*, ITESO, Tlaquepaque, Jal., 2019, pp. 107–145.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Ciudad de México, 1987.
- Oteiza, Teresa, “Prácticas de la memoria en clases de historia: construcción de la evidencia multimodal e intertextual del pasado reciente chileno” en *Discurso y sociedad*, Centre of Discours Studies, Barcelona, vol. 12, núm. 1, abril de 2018, pp. 112–160.
- Searle, John R, *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*, Cátedra, Madrid, 1980.