

# Políticas Públicas para que no te la cueLEN: informe trimestral sobre desinformación

TerCer trimestre de 2021

## Cómo crear un bulo y multiplicarlo en redes: el caso de "El Puntual 24H"

Una cuenta de Twitter se dedica a publicar desinformación, pero son muchas más las que la difunden

El Puntual 24h es una cuenta de Twitter con el aspecto, el lenguaje y la descripción propios de un medio de comunicación. Sin embargo, no lo es: **es una cuenta que difunde desinformación política y promueve distintas acusaciones falsas contra colectivos vulnerables.** En *Maldita.es* ya hemos desmentido [16 contenidos diferentes](#): se trata normalmente de acusaciones sensacionales, sin pruebas, que casi nunca llevan un enlace para consultar la supuesta "información" más allá del tuit... Sin embargo el problema principal no está en que se la cueLEN a sus 20.000 seguidores en esa red social o a los que visiten su rudimentaria web, sino a los millones que ven su contenido de otras maneras.

El Puntual 24H no tiene gran alcance, pero multitud de cuentas que sí lo tienen **difunden su contenido como si viniera de un medio de comunicación fiable.** Cuando [se inventaron](#) que las asociaciones musulmanas iban a "pedir al Gobierno valenciano que no se celebren las fiestas de Moros y Cristianos", el tuit original fue compartido unas 2.000 veces, pero alcanzó a muchísimas más personas cuando se difundió a través de varias cuentas con muchísimos más seguidores. Sólomente en Facebook, las capturas del tuit de El Puntual 24 H se compartieron en al menos 40 páginas y perfiles, algunas con más de 10.000 seguidores, pero probablemente le llegó todavía a mucha más gente con ese formato a través de redes de mensajería, principalmente WhatsApp y Telegram.

En otras ocasiones, incluso después de que El Puntual 24H borrara uno de sus tuit desinformadores, éste ha seguido moviéndose de forma masiva como imagen, o más concretamente como una captura de pantalla del contenido original. **Este tipo de formato es particularmente difícil de monitorizar**, ya que al quedar el texto "incrustado" en la imagen no se puede rastrear mediante búsquedas, pero conserva todo su potencial para seguir haciéndose viral.

Más: [aquí hemos desmentido algunas de las desinformaciones más virales creadas por esta cuenta de Twitter](#)





# Las citas falsas sobre el volcán de La Palma

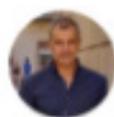
Los grandes eventos informativos son un caldo de cultivo excelente para los bulos, por eso hay que ser aún más cuidadosos cuando en estas situaciones damos con una supuesta declaración particularmente llamativa. Durante la erupción del volcán del Parque Natural de Cumbre Vieja en la isla de La Palma no ha sido diferente. En este trimestre hemos recibido más de 200 consultas sobre desinformaciones relacionadas con la erupción y [hemos desmentido](#) más de 15 bulos sobre ella, muchos declaraciones falsas que no se produjeron.

## Nieves Sánchez, Ministerio de Igualdad: “El volcán es una expresión de la masculinidad tóxica y exige un abordaje feminista, no uno científico”

La portavoz sostiene que el enfoque científico es un vestigio patriarcal y que solo

El Ministerio de Igualdad **NO** ha dicho que “**El volcán es una expresión de la masculinidad tóxica y exige un abordaje feminista, no uno científico**”. Es [una manipulación](#) que simula un artículo del diario El País que nunca se publicó.

Toni Cantó, el director de la Oficina del Español de la Comunidad de Madrid, **NO** ha tuiteado que la erupción se haya producido **en “Las Palmas” en vez de en La Palma**, ni tampoco ha advertido de movimientos “sísmicos”. Es una manipulación que se ha movido no sólo por Twitter, también en Facebook y en WhatsApp en forma de captura de pantalla. Sólo en este trimestre, hemos desmentido dos bulos sobre Cantó que de los que recibimos casi medio centenar de consultas.



Toni Cantó

@Tonicanto1

Siguiendo atentamente la evolución volcanológica de Las Palmas y los movimientos sísmicos que puedan producirse.

## Así nos la colaron con Afganistán y Cuba

Cuando las grandes noticias suceden lejos de casa, es más fácil que nos engañen

Algunos de los grandes eventos informativos de este tercer trimestre se produjeron lejos de nuestras fronteras y **esa falta de familiaridad con lugares como Afganistán o Cuba complica aún más el saber cuándo un contenido que nos llega es real y cuándo nos están engañando**. En este tiempo hemos recibido 180 preguntas sobre contenidos relacionados con el regreso al poder de los talibanes y el bulo más viral de todo el período fue el vídeo de la ejecución de una mujer que [en realidad](#) sucedió en Siria y circulaba desde 2014.

Otro de los bulos en vídeo más virales nos llegó en 15 formatos diferentes y en él se veía otra ejecución, en este caso de varias personas, que en realidad se había producido también en Siria [hace años](#). Lo mismo sucedió con **las manifestaciones masivas en Cuba**, donde registramos más de un centenar de alertas de posibles bulos y [desmentimos](#) una docena, sobre todo imágenes que se compartían como si fueran de ese momento, pero eran anteriores.



**Más:** [este verano desmentimos 25 bulos relacionados con el regreso al poder de los talibanes en Afganistán](#)

## Los bulos dejan huella: ¿son los inmigrantes peligrosos? ¿tienen privilegios?

Uno de cada tres españoles lo cree, según el estudio que hemos realizado con OXFAM Intermón

Una de las comunidades de desinformadores más activa y organizada es la que **promueve el racismo contra los migrantes**.

Genera desinformación contra ellos aprovechando también la actualidad: durante los primeros días de la erupción del volcán de La Palma, [nos llegaron](#) más de 40 contenidos que denunciaban que los vecinos evacuados iban a “campos de fútbol y cuarteles” mientras que los migrantes que llegan irregularmente a Canarias están “en hoteles, algunos incluso de lujo”. Circuló un vídeo de “palmeros evacuados por el volcán durmiendo en el suelo” mientras que “los inmigrantes ilegales se hospedan en hoteles de 4 estrellas”. [En realidad](#) quienes salían en ese vídeo eran precisamente migrantes en situación irregular en una nave de Lanzarote.

Este acoso continuo con desinformación tiene consecuencias: según [el barómetro](#) de Maldita.es y Oxfam Intermón, **uno de cada tres españoles piensa que los inmigrantes son peligrosos y que tienen privilegios**. En el caso de los menores no acompañados, un colectivo [particularmente señalado](#) por los desinformadores, en los últimos

**El Gobierno de Canarias y el central van a meter a los pobres evacuados del volcán en un campo de fútbol y en un cuartel militar. Si hubiesen entrado en patera estarían en hotel de 4 estrellas con pulserita de todo incluido, más móvil y diez euros al día. A que sí @avtorresp?**

años hemos desmentido más de 30 bulos diferentes en los que se les acusaba [sin pruebas](#) de tener privilegios en el cobro de ayudas públicas o de estar detrás de actos de violencia en los que [no estaban implicados](#).

La desinformación contra migrantes es un fenómeno continuo que se repite mes tras mes. En este tercer trimestre de 2021, **tres de los cinco bulos más virales** que hemos registrado moviéndose a través de WhatsApp son la [falsa](#) prohibición del cerdo en el comedor de un colegio para “no ofender a los musulmanes”, una [falsa](#) propuesta “para hacer a un imán nuevo jefe de los Servicios de Asistencia Religiosa de las Fuerzas Armadas” y también [un vídeo de humor](#) en el que unos marroquíes afirmaban que “sin haber cotizado nunca en España viven de las ayudas sociales del Gobierno”.

**Más:** aquí puedes consultar todos los resultados de nuestro barómetro: [primera](#) y [segunda parte](#)

## Contra la desinformación, políticas públicas basadas en la evidencia: ¿qué dice la ciencia?

En este tercer trimestre del año se han publicado estudios muy interesantes que nos ayudan a entender mejor la desinformación y sus efectos. Las universidades de George Washington y Ohio State han hecho [una investigación](#) que comprueba que el fact-checking es efectivo a la hora de generar menos creencia en contenidos falsos, pero más allá de eso lo más interesante es que estudia el fenómeno en varios países que no son EEUU y en idiomas diferentes al inglés, lo que no hacen la mayor parte de las investigaciones. El estudio se desarrolla en Argentina, Nigeria, Sudáfrica y el Reino Unido.

En nuestro país, la Universidad de Sevilla y la Loyola Andalucía han hecho [un estudio](#) muy a tener en cuenta sobre el uso que los españoles más jóvenes hacen de WhatsApp. Se realizó en el curso 2018-2019 en varios colegios de la provincia de Sevilla y en él se ve que los bulos con apariencia de noticia, que copian el formato de medios de comunicación, son particularmente efectivos para engañar a los jóvenes. También muestra que estos no se preocupan mucho por la veracidad a la hora de compartir contenidos, sino que están más pendientes de si el contenido conecta con lo que les interesa. Razón de más para redoblar esfuerzos en la alfabetización digital de los chicos en edad escolar, aunque sin olvidar al resto de la población.

## Digital Services Act: el error de una "exención para los medios de comunicación"

### Algunas enmiendas propuestas podrían herir de muerte a la lucha contra la desinformación

La nueva Ley de Servicios Digitales que está en tramitación en el Parlamento y el Consejo Europeos tiene entre sus objetivos la lucha contra la desinformación, pero algunas de [las enmiendas](#) que se han propuesto al borrador elaborado por la Comisión Europea pueden tener el efecto contrario: **ponérselo todavía más fácil a los grupos organizados que difunden mentiras y manipulaciones** en las plataformas digitales. El mejor ejemplo de esto son las que promueven que las plataformas digitales no puedan "interferir" en el contenido de las "publicaciones periódicas".

Aunque algunos grandes lobbies lo presentan como una defensa de la libertad de información, sus efectos serían totalmente contrarios a ella. Según las leyes europeas, prácticamente cualquier cosa puede ser considerada "una publicación periódica" y, tal cual están redactadas esas enmiendas, sería imposible que una plataforma pusiera una simple advertencia de "los médicos no recomiendan beber [lejía](#) contra el COVID-19" junto a un artículo o un vídeo que abogue precisamente por hacerlo. **Muchos de los grandes grupos negacionistas ya se presentan como medios de comunicación** y no queda duda de que muchos más lo harán si esa es la manera de evitar cualquier tipo de verificación elemental de sus mentiras.

Lo mismo se puede decir de las campañas de injerencia extranjera o [manipulación electoral](#) que tanto han preocupado a muchos legisladores en los últimos años. Si estas enmiendas salen adelante, **las plataformas no podrían hacer nada** contra ellas si las protagoniza una entidad que se considera a sí misma "medio de comunicación". Con la definición legal actual de "publicación periódica" basta con eso y ya tenemos innumerables ejemplos de campañas que se han aprovechado de ello. Si ya de por sí la batalla contra la desinformación y sus peligrosas consecuencias es complicada, esto podría destruir todos los progresos que hemos hecho en los últimos años.

Como periodistas estamos a favor de fortalecer el papel de los medios de comunicación, incluyendo incluso el establecimiento de protecciones adicionales para su contenido ante las decisiones de moderación de las plataformas digitales. Podría explorarse la creación de un órgano independiente de reclamación de esas decisiones, pero **eximir a los medios de comunicación de toda moderación tendría unos efectos devastadores** que deteriorarían aún más la convivencia, la confianza en el sistema democrático o la salud pública.

*Políticas públicas para que no te la cuelen* es un informe trimestral sobre desinformación elaborado por la unidad de Políticas Públicas y Desarrollo Institucional de la **Fundación Maldita.es contra la Desinformación**. Se distribuye entre representantes públicos y otros actores interesados en aumentar la calidad y veracidad del discurso político, promover la transparencia en las instituciones públicas y privadas, y favorecer la alfabetización mediática y las herramientas tecnológicas para una sociedad cada vez más resistente frente al engaño y la manipulación.

Contáctanos en [policy@maldita.es](mailto:policy@maldita.es)