



ACUERDO 25/2018, de 7 de marzo, del Pleno
del Consejo del Audiovisual de Cataluña

De aprobación del Informe 13/2018, de 2 de marzo, del Área de Contenidos, "Las fake news en Internet. El discurso de género"

La difusión de contenidos a través de las redes, su viralización y la relación de estos elementos con el que se ha denominado el fenómeno de las *fake news* o de la desinformación en Internet son cuestiones que preocupan a los reguladores europeos. Una preocupación que va unida tanto a la definición de estrategias que actúen sobre los mecanismos de elaboración y difusión de las *fake news*, como al refuerzo de las líneas de actuación encaminadas a la formación de la población para que sea capaz de discriminar la información que recibe; en definitiva, programas de educación en comunicación y en comunicación digital.

El Consejo del Audiovisual de Cataluña, de acuerdo con el artículo 82 de la Ley orgánica 6/2006, de 19 de julio, de reforma del Estatuto de autonomía de Cataluña, como autoridad reguladora independiente en el ámbito de la comunicación audiovisual pública y privada, y de conformidad con las funciones que le otorgan la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consejo del Audiovisual de Cataluña, y la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, tiene entre sus atribuciones el fomento de la educación mediática, la autorregulación y la corregulación en el ámbito audiovisual.

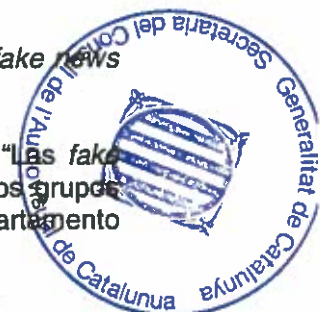
Asimismo, el CAC es miembro de las principales redes internacionales de organismos reguladores en comunicación audiovisual, y comparte con ellos la preocupación por el fenómeno de las *fake news*.

Es en este contexto que el Área de Contenidos del Consejo ha realizado el Informe 13/2018, de 02 de marzo, "Las *fake news* en Internet. El discurso de género". El objetivo es elaborar un informe introductorio sobre el alcance del fenómeno de las *fake news*, noticias falsas o desinformación en Internet, con el fin de obtener una visión genérica y práctica de sus características y su alcance. El análisis busca dar respuesta a tres cuestiones concretas: cuáles son los sistemas de construcción de las *fake news*; cuál es el alcance de la viralización; qué discursos trasladan. La elección de esta temática surge en el proceso de elaboración del Informe i10/2018 "Análisis de la presencia en Internet de contenidos en relación con la violencia machista", al detectar la presencia de determinados discursos basados en informaciones falsas.

Es por ello que el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña ha adoptado, por 5 votos a favor y 1 abstención, el siguiente

ACUERDO

1. Aprobar el Informe 13/2018, de 2 de marzo, del Área de Contenidos, "Las *fake news* en Internet. El discurso de género".
2. Remitir el presente acuerdo, junto con el Informe 13/2018, de 2 de marzo, "Las *fake news* en Internet. El discurso de género", al presidente del Parlament y a los grupos parlamentarios, a la presidenta del Instituto Catalán de las Mujeres, al Departamento



de Trabajo, Asuntos Sociales y Familias de la Generalitat de Cataluña; al Ministerio de Sanidad del Gobierno de España; al Consell Nacional de Dones de Catalunya, al Col·legi de Periodistes de Catalunya y al High-Level Group (HLEG) on Fake News and online disinformation (Comisión Europea).

Barcelona, 7 de marzo de 2018



Roger Loppacher Crehuet
Presidente



Daniel Sirera Bellés
Consejero secretario

Las *fake news* en Internet. El discurso de género

Conclusiones

En este informe se ha realizado una aproximación práctica al fenómeno de las *fake news* o informaciones falsas centrándose en un único tema, las “noticias” relacionadas con cuestiones de género. El objetivo era responder a tres preguntas de investigación: ¿cómo se construyen, cómo se difunden y cómo elaboran un discurso?

Así, el análisis de las informaciones falsas lleva a una serie de constataciones.

Las *fake news* se construyen de maneras y con procesos diferentes. Aunque la característica común es la transmisión de una información falsa, el proceso para llegar a ella es diverso. En los casos analizados en el presente informe se han encontrado ejemplos de creación de una falsedad *ex-novo*, sin ninguna relación con un hecho real; de modificación del significado de un hecho total o parcialmente real (distorsionándolo, ocultando parte de la realidad o elevando a categoría general un hecho singular); y también de difusión de un contenido originario de una web satírica o de generación de bromas que acaba perdiendo el sentido inicial.

La viralización, en mayor o menor grado, es un rasgo característico de las *fake news*. Mediante la viralización, incluso un contenido humorístico, sin intención informativa, puede terminar convertido en una “noticia” creíble por parte de la población.

En cuanto a la difusión, las informaciones falsas analizadas tienen en común que se han extendido a través de la red en diversos formatos y plataformas (webs, blogs, YouTube, Twitter, Facebook, etc.). Así, una búsqueda en Google de algunas de las informaciones falsas analizadas muestra cómo, a menudo, una parte mayoritaria de los resultados las presentan como reales. En otros casos, el titular refleja la *fake new*, que únicamente es desmentida en el cuerpo de la noticia. Por el contrario, los desmentidos de los hechos son minoritarios. De este modo, se da el caso de que una noticia totalmente falsa, como la remuneración a hombres que se casen con mujeres islandesas, puede alcanzar millones de visualizaciones en formato de vídeo.

La distribución de informaciones falsas afecta a ámbitos temáticos muy diversos y este informe se ha centrado en uno concreto, las cuestiones de género.

En este caso, el análisis realizado pone de manifiesto que a partir de una serie de *fake news* diversas y su interpretación por parte de las personas que interactúan con las mismas, se **vehicula un determinado discurso en relación con las cuestiones de género.**

Los ejemplos analizados han difundido **un mensaje marcado por la oposición a la igualdad de las mujeres:** “noticias” que contienen un mensaje implícito de inferioridad, otros que crean un discurso contrario a las políticas de igualdad o a la legislación de erradicación de la violencia machista y otros que desautorizan las luchas por la igualdad de las mujeres.

Un ejemplo ilustrativo de discurso de objetualización –y, como consecuencia, de inferioridad de la mujer– son las informaciones sobre la supuesta compensación económica a los hombres que se casen con mujeres islandesas. En estas *fake news* se presenta la propuesta de forma acrítica y normalizada, a menudo acompañada de mensajes –incluyendo imágenes sexualizadas– en los que se destaca la belleza física de las mujeres islandesas.

Estos discursos son resultado tanto de procesos de deformación de los datos reales (se hace una interpretación subjetiva de las cifras relacionadas con los hombres muertos por sus parejas mujeres o las relativas a las denuncias falsas por violencia machista, por ejemplo) como de la ocultación de parte de la realidad (como en la información sobre el falso incremento de la duración del tiempo de los exámenes de la Universidad de Oxford únicamente para las mujeres) o, incluso, a partir de una “noticia” satírica (como la supuesta prohibición del Ayuntamiento de Oviedo de mirar y dirigirse a las mujeres por la calle). En el primer caso, el mensaje enviado es la falta de necesidad de políticas de igualdad o de erradicación de la violencia machista; en el segundo, la inferioridad intelectual de las mujeres; en el tercero, la supuesta medida genera un discurso que desacredita al movimiento feminista, al atribuirle su origen.

Aunque el presente informe no ha hecho un análisis de recepción de los mensajes de las *fake news*, la interacción de las personas que acceden a ellos (en forma de comentarios o de retuits, por ejemplo) muestra la **efectividad en la transmisión de**

este discurso contrario a la igualdad de las mujeres a través de las informaciones falsas. Las *fake news* no son formalmente opinión, pero la crean.

Este aspecto entronca con el fenómeno conocido como *echo chambers* o la creación de sistemas cerrados de personas con pensamientos similares que se ven amplificados por la repetición de mensajes que los afianzan. Así, el análisis efectuado aporta indicios de este fenómeno en la medida que los comentarios respecto a un ejemplo de *fake new* mayoritariamente siempre se muestran de acuerdo con el mensaje que transmite la información falsa. Así, **el fenómeno de las *fake news* contribuiría a la creación de guetos digitales creados en torno a un pensamiento.**