LITORALPRESS

Fecha: 05-09-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: "Hay un discurso de odio preocupante en las redes que va de la mano con la desinformación"

Pág. : 15
Cm2: 514,1

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Director de Mala Espina comenta la polémica por la red de bots que estaría tras ataques a Matthei y Jara

"Hay un discurso de odio preocupante en las redes que va de la mano con la desinformación"

Ariel Lara

"Es una estrategia de marketing de campaña hablar mal del otro", plantea Valentina de Marval, experta en chequeo de desinformación.

Hasta el mediodía de este jueves el periodista Patricio Góngora era parte del directorio de Canal 13, cargo al que renunció tras un reportaje de Chilevisión que lo vinculó a la red de bots que estaría tras la difusión de información falsa a través de redes sociales para desprestigiar a la candidata presidencial de Chile Vamos, Amarillos y Demócratas Evelyn Matthei, y a la abanderada del oficialismo más la DC, Jeannette Jara (ver nota).

Tomás Martínez, director del sitio Mala Espina que justamente se dedica a verificar la veracidad de la información que se difunde a través de redes sociales, comenta: "Parte de lo que circula en redes sociales sobre las presidenciales es información falsa y eso se produce porque en tiempos electorales se activan grupos que desinforman y hay intereses que buscan engañar y manipular a la ciudadanía".

¿Por qué en la actual campaña presidencial chilena las fake news, la desinformación, ha sido tema?

"Porque esta campaña está más polarizada, los dos candidatos que aparecen mejor posicionados responden a ideas de extremos y además hay un discurso de odio preocupante en las redes que va de la mano con la desinformación. Esto ya se ha visto en campañas anteriores, como la presidencial del 2021, donde varias desinformaciones apuntaban directamente a frases falsas atribuidas a los candidatos o informaciones inexactas".

¿Cómo identificar rápidamente qué es información falsa?

"Hay que poner atención en las publicaciones muy incendiarias, que generan emociones negativas fuertes, como la rabia. Es importante fijarse en la fuente original, en las fechas, en los titulares, porque como reza el dicho el diablo está en los detalles. En Mala Espina desarrollamos un chatbot para que la gente pueda aprender a verificar, con este asistente se puede aprender a identificar afirmaciones engañosas, analizar contenidos virales y encontrar fuentes confiables que respalden tus conclusiones". La útil herramienta está disponible en el siguiente enlace (https://acortar.link/agDIL2).

ARCHIVO

Hasta el Servel ha tenido que desmentir informaciones falsas.

Valentina de Marval, académica Facultad de Comunicación y Letras UDP y experta en chequeo de desinformación, agrega: "En épocas electorales es lamentablemente normal que circulen más mensajes desinformativos en redes. En esta campaña presidencial la desinformación ha sido tema porque la desinformación es parte del discurso público en campañas electorales, cuando los argumentos racionales no son suficientes y ser termina recurriendo a manipulaciones emocionales acompañadas de discursos de odio. Es una estrategia de marketing de campaña hablar mal del otro, y no es suficiente desde las propuestas políticas, sino desde los inventos, como una supuesta enfermedad de Matthei, manipulación de imágenes".

¿Qué buscan estas redes?

"Es importante diferencias a los bots de los trolls, los bots son cuentas automatizadas ya programas con un software detrás, en el caso de los trolls son manejados por humanos bajo anonimato que se dedican a hostigar a ciertos grupos de personas que buscan desprestigiar a los sectores con los que no están de acuerdo, generar desinformación y dejar mal al contrincante. En esta versión tenemos más acceso a la inteligencia artificial y eso es entrecomillas un problema, porque democratiza la posibilidad de manipular contenido".

La experta agrega que en Chile hay similitudes con lo que pasó en la última campaña presidencial de Estados Unidos, donde se cuestionó la condición física de Joe Biden, "es apuntar a la supuesta mala salud de un candidato para mostrar que no es capaz de liderar un país, y ya pasó en Chile, con los tics de Piñera y el tocs de Boric, apuntar a la salud de un candidato es de manual, pasa en cualquier país". Y aporta tips para identificar cuentas de posibles fake news: "Dudar de los mensajes que apelan a las emociones, dudar de información que no cita fuentes, de mensajes que te hacen conformar ideas preconcebidas, dudar de mensajes que apelan a la repetición, la información que es muy buena para ser verdad, también podría ser falsa. Desconfiar de mensajes que abusan de las mayúsculas, signos de exclamación y faltas de ortografía, redacción incoherente, pensar en los intereses de quien difunde el mensaje, y revisar el perfil del usuario, si alude a solo un sector político".