



RECENSIÓN

Levi, Simona: Fake you: Fake news y desinformación.
Rayo Verde Editorial, S.L., 2019, 224 páginas,
ISBN: 9788417925062.

Iban Albizu Rivas

<https://orcid.org/0009-0002-0063-0435>

ialbizu@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid (UCM) Madrid, España

En la sociedad actual donde la sobrecarga informativa es más abundante que nunca debido al auge de las innovaciones digitales, cada vez se vuelve más difícil discernir los hechos de las opiniones y las noticias verdaderas de las falsas. Desde 2017, el término de *fake news* ha trastocado el concepto clásico de desinformación, trasladándolo incluso a una confrontación bélica dentro del panorama político, lo que casi se ha convertido en un asunto de Estado. Esta cuestión es abordada por Simona Levi en “Fake you: fake news y desinformación”, un estudio que desgrana sus orígenes, sus métodos de acción y sus objetivos finales, con un lenguaje claro y conciso, mediante ejemplos específicos que transmiten las principales ideas de forma sugerente y original.

Una investigación que da comienzo con una afirmación contundente, al considerar que las noticias falsas se emplean como pretexto para limitar libertades y derechos básicos. La autora explica que los grandes productores de la desinformación han sido, desde tiempos inmemoriales, los partidos políticos, los medios de comunicación y las elites económicas, gracias al poder y las herramientas adecuadas que ostentan para lograrlo. Estos conglomerados, a su juicio, son los que sí están a favor de regular la libertad de expresión para acomodarlo principalmente a sus intereses y no a los de los ciudadanos. Lo deseable sería, al vivir en un sistema democrático, que los propios individuos pudieran realizar una verificación transparente y abierta de cualquier tipo de información sin depender de agentes externos.

En el primer capítulo, se abordan cuestiones etimológicas referentes a la desinformación. Se recuerda que las noticias falsas son solo un aspecto más de este amplio concepto, en el que también caben la información inexacta o la manipulada, mediante elementos como cuentas automáticas de *bots*, publicidad subliminal o videos retocados. Precisamente, en el siguiente apartado, se realiza un recorrido histórico de la desinformación, desde el neolítico hasta la actualidad, en el que se profundiza en el concepto de propaganda, el cual construye la percepción oficialista estatal en atributos como la distracción, la creación de problemas y soluciones, la gradualidad, la exaltación de emociones o la vulgarización.

A continuación, en el tercer capítulo titulado “El negocio de la desinformación”, se ofrece casos minuciosos de inversiones económicas de diferentes partidos políticos a nivel mundial en esta industria de la confusión y la mentira con el afán de obtener rédito inmediato. Ejemplos como las elecciones ganadas por Trump en Estados Unidos en 2016, con el escándalo de Cambridge Analytica y Facebook; la campaña de México de 2018 o los comicios brasileños donde venció Bolsonaro—con un torrente de noticias falsas a través de Whatsapp—, dan testimonio de estas prácticas fraudulentas.

Para hacer frente a este tipo de políticas desinformativas, Levi recomienda una vigilancia dual en el capítulo cuarto. Por un lado, la exigencia del cumplimiento de los códigos deontológicos de los medios de comunicación tradicionales, a la vez que se gestionen mecanismos de control centrífugos donde diferentes comunidades digitales puedan desarrollar labores de comprobación de fuentes y de datos con rigor y de manera accesible. Dentro de las conocidas empresas de *fact-checking*, también se aconseja la creación de medios ciudadanos que supervisen sus validaciones para reducir los sesgos existentes.

En el capítulo cinco, se explora el marco legal que puede amparar un ejercicio periodístico más ético, con la implicación de la Unión Europea, mediante nuevas normativas que afectan

sobre todo a plataformas digitales. Entre otras acciones, demandan etiquetar el contenido patrocinado, evitar que la publicidad sirva para sufragar la desinformación e informar de los pagos realizados a *bots*, *influencers* o a herramientas de inteligencia artificial para construir mensajes interesados. Sin embargo, se alerta de que estas medidas deberían aplicarse también a medios *offline* y, asimismo, dar a conocer a la audiencia no solo los distribuidores y receptores de desinformación sino sus promotores y patrocinadores, que suelen estar en el anonimato.

Por último, a modo de corolario, se ofrecen distintas propuestas para atajar esta problemática, entre las que sobresalen la responsabilidad absoluta de los grandes generadores de noticias falsas, que deberían ser penalizados con considerables sanciones económicas por mercantilizar un servicio público como es la información. En segundo lugar, indican que sería saludable dotar a toda la sociedad de herramientas suficientes para poder verificar la información y, finalmente, impulsar la reforma de la Ley de Transparencia en política, con la publicación de los gastos detallados en materia de comunicación, para combatir malas prácticas.

En síntesis, “Fake you: Fake news y desinformación” de Simona Levi, se suma a los libros de revisión imprescindible en este ámbito, por rastrear, jerarquizar, contextualizar y describir un fenómeno que nunca ha dejado de estar vigente y que cada siglo vive una constante transformación. Con pericia divulgativa interpela al ciudadano, a la hora de cuestionarse si la realidad que experimenta y consume es única y auténtica o si, por el contrario, es solo un bastidor más creado por unos intereses ocultos.