

Ana Carbajosa

LeeMwiti: “El sentimiento antioccidental une a la gente en África”

El País, 18 de octubre de 2023.

Lee Mwiti, que lidera la organización de verificación de noticias ‘Africa Check’, explica cómo la desinformación en contra de las vacunas, la homofobia o el sentimiento antioccidental campan sin aparente freno por el continente.

La redacción que lidera Lee Mwiti (Meru, Kenia, 1983) verifica a diario declaraciones políticas y desmonta todo tipo de bulos que circulan por las redes y las radios [del continente africano](#). Desde sus sedes en Sudáfrica, Kenia, Nigeria y Senegal, medio centenar de periodistas en [Africa Check](#) tratan de poner diques al mar combatiendo la marea desinformativa. Que el sida no se cura con hierbas, que hay menos inmigrantes en un país de los que dicen sus políticos o que hay más violaciones de mujeres de las admitidas oficialmente son solo algunos ejemplos del tipo de verificaciones de las que se ocupan.

Mwiti cree que la pandemia de la covid-19 abrió heridas muy profundas que no acaban de cicatrizar e inauguró nuevas avenidas para la desinformación en contra de la salud pública y de Occidente. Alentó la desconfianza hacia los gobiernos y hacia las vacunas a la vez que movilizó a grupos escépticos, dispuestos a participar en nuevas campañas de desinformación. Una de las que cobra especial fuerza es el sentimiento antioccidental, [jaleado después por la guerra de Ucrania](#) y que se refuerza [ahora con la de Gaza](#). “Puede que te desesperes por lo que está pasando en el continente y buscas a alguien a quien culpar. Si hay algo que une a los africanos rápidamente es ese nosotros africanos frente a ellos, occidentales. Mucho de esto, obviamente está basado en la historia colonial del continente. Ese es el sentimiento anticolonial”, piensa Mwiti, quien recientemente viajó a España para participar en un [encuentro de desinformación en África auspiciado por el ministerio de Exteriores español y Casa África](#).

Pregunta. ¿Cuáles son los bulos más repetidos en el continente?

Respuesta. No hay dos contextos nacionales iguales, pero sí hay temas recurrentes que se utilizan para identificar campañas en toda África. Por ejemplo, en muchos países africanos las vacunas suelen verse a través del prisma del colonialismo, lo que provoca [desconfianza hacia iniciativas públicas como la vacunación masiva](#). Hay mucha información falsa en torno a la salud. En los países africanos no hay sistemas de salud sólidos y eso hace que pueda que tu hospital más cercano esté a muchos kilómetros de distancia. Si alguien comparte información de que se puede, por ejemplo, remediar la fertilidad tomando un brebaje, habrá un montón de gente dispuesta a probarlo. La desinformación también enturbia el espacio informativo en elecciones.

P. Habla del colonialismo. ¿Quién alienta las campañas antioccidentales que observamos últimamente?

R. El sentimiento antioccidental es muy prominente y de alguna manera, une a la gente en África. Puede que te desesperes por lo que está pasando en el continente y buscas a alguien a quien culpar. Si hay algo que une a los africanos rápidamente es ese nosotros

africanos frente a ellos, occidentales. Mucho de esto, obviamente, está basado en la historia colonial del continente.

P. Es especialmente intenso el sentimiento antifrancés, [como hemos visto en Níger](#).

R. La desinformación dirigida a París explota las experiencias del pasado colonial y la estructura económica actual en la que los lazos con las antiguas colonias siguen siendo fuertes. Francia es vista como parte del Occidente dominante e inciden en la necesidad [de polos alternativos o competidores como China](#). El papel militar de Francia en el continente también la convierte en objetivo favorito de los desinformadores. Utilizan el mismo enfoque eficaz de explotar los agravios existentes e instrumentalizarlos.

P. ¿Cómo se propaga [la desinformación sobre Occidente en África](#)?

R. Se habla mucho de la desinformación generada por la inteligencia artificial, pero lo que vemos en [Africa Check](#) es que mucha de la desinformación es visual y tienden a ser producciones de bajo presupuesto, imágenes de poca calidad, sin que haya grandes inversiones detrás. Cuando tienes una imagen, puedes editarla rápidamente, sin gran sofisticación. Un ejemplo es el tema racial en África y argumentar que alguien quiere dañar la agenda africana, la agenda negra. Esas imágenes tienden a ser muy compartidas, a menudo por WhatsApp, y eso significa que es difícil saber lo que realmente se está compartiendo.

P. Los bulos se han disparado también a raíz de [la guerra en Gaza](#). ¿Qué están observando en las redes del continente africano?

R. Se produce la misma división que en buena parte del mundo, a favor de Israel o de los palestinos. El contexto a veces es decisivo. Sudáfrica, por ejemplo, por su lucha contra el *apartheid*, muestra más simpatías hacia los palestinos. En Kenia, Israel tiene más presencia y el mensaje es más contrario a Hamás.

P. ¿Usted considera [el caso de la guerra de Ucrania](#) emblemático en cuanto a desinformación. ¿Por qué?

R. Vimos cómo Rusia invadió Ucrania y vimos la movilización de Occidente para que todo el mundo condenara, con razón, a Rusia. Porque Ucrania era un país soberano, con derecho a defenderse. El problema fue la forma en que Occidente planteó la respuesta. Fue algo así como “o estás con nosotros o estás con Rusia”. África tenía que condenar a Rusia, porque Occidente lo condenaba; como si fuera una imposición. Eso hizo que surgiera una reacción en contra por parte de los países africanos que pusieron el énfasis en su soberanía. A la vez, Rusia lo planteó también casi como una batalla entre Oriente y Occidente, y muchos países africanos todavía recuerdan lo que ocurrió durante la guerra fría y no quieren volver a verse arrastrados. Hay además un elemento de egoísmo, porque algunos países africanos [comercian mucho con Rusia y no quieren enemistarse con Moscú](#). Hay muchas razones por las que la desinformación rusa puede querer plantar la semilla de la desinformación y en África hay muchos lazos históricos, por lo que son [bastante comprensivos con los rusos](#).

P. ¿Quién está detrás de las campañas de desinformación en África?

R. Cada país tiene su propio contexto. En Sudáfrica hay campañas de desinformación y actores que tratan de instrumentalizar las divisiones históricas del *apartheid* y profundizar la polarización. En Kenia hay un importante número de jóvenes desempleados y conectados a internet que son utilizados por los políticos para manipular el debate público. En una sociedad conservadora como la keniana [también ha habido campañas como la de la organización con sede en España CitizenGo](#), que pagó a personas influyentes para que difundieran desinformación contra la salud reproductiva en el país. En Nigeria los agentes de desinformación suelen explotar la religión y el origen étnico.

P. ¿Cómo se lucran los desinformadores?

R. Observamos la creación de sitios web que utilizan contenidos *clickbait* [cebos] para atraer la atención de los usuarios y beneficiarse económicamente. En 2022, Africa Check contribuyó a [una investigación de ProPublica](#) que descubrió que Google estaba canalizando dinero publicitario a los proveedores de información falsa en África y en todo el mundo. Los agentes de la desinformación también venden datos personales de los usuarios o solicitan fondos a aquellos que atraen a sus plataformas.

P. ¿Abrió la pandemia nuevas vías para la desinformación?

R. Con la covid vimos por primera vez a gobiernos proactivos y eficientes en cuestiones de salud pública, y eso alimentó la desconfianza en las instituciones. La infraestructura de salud en África ha sido muy débil durante mucho tiempo, con poca inversión. Y, de repente, se volvieron muy eficientes llevando vacunas a casi todo el mundo. ¿Cómo es que ahora son tan eficientes y se preocupan por mi salud cuando durante décadas no han construido hospitales? [Por eso, las campañas para conseguir que muchos africanos se vacunaran no tuvieron tanto éxito](#) como en otros países del mundo. Además, se puso de manifiesto que era un tema con el que se podía movilizar a gente escéptica con el Gobierno y a la vez con Occidente. Una vez que tienes una comunidad receptiva que es escéptica, es fácil utilizarla para otras campañas de desinformación.

P. Los bulos son también [una herramienta muy eficaz para la homofobia](#) que resurge en algunos países africanos como Kenia o Uganda. ¿Quién está detrás?

R. Un elemento clave de las campañas de desinformación es que se dirigen a otros grupos. Eliges un grupo minoritario y luego lo utilizas como arma política. Muchos países africanos son muy conservadores y por eso este tipo de mensaje tiene mucho alcance en ciertas comunidades como las zonas rurales. Es muy fácil para las fuerzas conservadoras recabar el apoyo de muchos africanos, ya sea en iglesias o políticos. Es una manera fácil de movilizar el apoyo a su agenda política.

P. ¿Por qué los políticos se entregan a ese tipo de desinformación?

R. Porque consiguen muchos votos. En las elecciones de Kenia el presidente, William Ruto, compitió con una plataforma profamilia, apelando a la población heterosexual. Tuvo mucho apoyo de las iglesias y fue lo que hizo que ganara, porque fue una victoria muy estrecha. Estas iglesias a su vez han tenido mucho apoyo del Estado y mucho acceso al Gobierno, porque les apoyó.

P. Hay también organizaciones ultraconservadoras de Estados Unidos y Europa financiando esas campañas en África.

R. Los grupos conservadores tienden a encontrar aliados en otros lugares. Vemos mucha financiación eclesiástica procedente, por ejemplo, de Estados Unidos, donde los evangélicos son muy dados a financiar cursos conservadores en África. Si encuentran una base sólida en un país africano, invertirán dinero en él.