

Contra la verdad, las noticias falsas no existen

En las discusiones en redes sociales, los datos pasan a ser irrelevantes, las sospechas (o la imaginación) se convierten en respaldo de los bulos y la demostración con pruebas fehacientes de la mentira solo sirve para reforzar las creencias equivocadas y para alimentar el rechazo al ajeno. Las noticias se inventan, se difunden y defienden, y si se demuestra que son falsas, se convierten en chistes y se descartan con un encogimiento de hombros. Lo que existe y predomina, pues, son **usuarios indiferentes** o, peor aún, **cómplices** que se retroalimentan en sus **burujas de opinión**.

JOSÉ CERVERA

Trump, *brexit*, elecciones francesas, la “guerra híbrida” con hombrecillos verdes en Ucrania, en sesudas columnas lamentando la extensión de las noticias falsas o *fake news*, iniciativas políticas para analizar y, si es preciso, regular su existencia. Pseudomedios que distribuyen informaciones de ínfima calidad sin más que un encogimiento de hombros cuando se demuestra la falsedad de sus contenidos; frente a ellos, un creciente sector académico de estudio de las paparuchas (“*bullshit*”) y las llamadas “burujas informativas” como serio objeto

de análisis. Hasta organizaciones nacidas para hacer o evitar la guerra como la OTAN consideran el tema lo bastante importante como para que sus expertos lo incluyan en sus predicciones futuras. Hasta Gobiernos como el ruso dedican parte de sus esfuerzos a las redes sociales y los entornos de internet con operaciones en el límite entre la influencia, la propaganda y la desinformación.

Las *fake news* se han incorporado hasta tal punto en el debate político a todos los niveles, desde el global al local, que se enarbolan como arma en el enfrenta-

miento electoral incluso en elecciones como las catalanas del 21 de diciembre. Su definición y extensión y los métodos que podrían usarse para combatirlos son ya claves básicas en cualquier discusión sobre la crisis de la prensa. Sin embargo, las *fake news* como nueva y amenazante categoría de información torticera entre la mentira y el ataque geoestratégico simplemente no existen. O, mejor dicho, no son un problema. El problema real no está en la emisión de noticias falsas, sino en el otro extremo del proceso comunicativo.

El problema de la información falaz somos nosotros, los lectores. Los receptores del mensaje; los que cerramos el circuito de comunicación, los usuarios. No hay noticias falsas: lo que hay son usuarios indiferentes o, peor aún, cómplices. El problema no es que las noticias no sean auténticas, sino que a quien las recibe no le importa que lo sean si eso confirma su punto de vista y (especialmente) si sirven para atacar a su adversario político o ideológico.

Al contrario de lo que gustan de pensar sus rivales, el lector de Breitbart, Sputnik, InfoWars, 4Chan o cualquiera de sus múltiples clones y parientes de cualquier ideología política u orientación ideológica no es estúpido. No se trata de un pasivo receptor de mercancía averiada, de una simple víctima de la manipulación ajena. Quien participa en este tipo de procesos comunicativos escoge sus fuentes de información y procesa las noticias, como hacemos todos; analiza

y juzga, como cualquier consumidor de información; decide, acepta y rechaza lo que cree o deja de creer, como el receptor de cualquier otra fuente. La cuestión es que ese criterio de aceptación es diferente al que nosotros pensamos que debería ser: los lectores de fuentes de *fake news* no están interesados en información verdadera, sino en información que sirva para confirmar la visión del mundo que ya tienen y que comparten con otras personas. Que esas noticias sean verdaderas o falsas es secundario para ellos.

Las dos facetas de la información

Los humanos pertenecemos a un grupo animal que se caracteriza por sus elevadas capacidades de captación, elaboración y uso de información como son los mamíferos; y dentro de ellos, al grupo que más se especializa en aprovechar las ventajas que concede la cognición en la lucha por la vida. Los primates somos verdaderos *Datávoros*, animales que captan gran cantidad de datos de su entorno y los emplean de formas muy sofisticadas: numerosos miembros de este grupo son capaces de imitar a otros, poseen una Teoría de la Mente (la capacidad de comprender que otros individuos tienen su propio y separado punto de vista) y pueden no solo inventar, sino también transmitir nuevos descubrimientos e ideas en lo que representa los rudimentos de una cultura. Es cierto que los humanos somos sabios, como con característica inmodestia hemos destacado

al bautizarnos a nosotros mismos (*Homo sapiens sapiens*, Humano sabio sabio), aunque en parte se debe a que procedemos de una estirpe zoológica de animales expertos en el manejo de datos.

El problema no está en las noticias falsas, sino en que al receptor no le importa que lo sean

No es la única razón por la que queremos pensarnos a nosotros mismos como racionales, ecuánimes y analíticos; las pasiones y los sentimientos tienen mala fama en lo que se refiere a tomar decisiones. Distinguimos entre “saber” y “sentir” considerando que es mejor cuando lo que se percibe está respaldado por datos y no simplemente por la sensación interna. Cuando tenemos que justificar nuestros actos y nuestras opiniones, echamos mano de los hechos y los conocimientos, y tendemos a pensar que los sentimientos funcionan mal. Por razones históricas, pero también mitológicas, queremos estar siempre del lado de la información, los datos y la verdad, que sirven como cimiento inamovible de cualquier punto de vista.

Quizá por eso tendemos a sobreestimar la importancia de la información veraz en nuestras relaciones sociales y personales, algo que nos hace vulnerables a malinterpretar el papel de los da-

tos en los grandes grupos de humanos que viven y trabajan en conjunto. Se nos olvida que la comunicación tiene un segundo papel en los grupos de primates, uno en el que no es relevante ninguna definición de autenticidad o veracidad, un género de intercambio de información en el que no importa si los datos intercambiados representan fielmente la realidad o no. Al considerar que el único fin de la comunicación es la transmisión de datos ciertos, dejamos fuera todo un universo comunicativo tan real y tan importante para nosotros como el intercambio de noticias veraces, pero donde la realidad no importa.

Podríamos denominar a esta dimensión comunicativa con el apelativo de “emocional”, aunque el adjetivo tiene una cierta connotación despectiva que no tiene en cuenta su verdadero valor. Los primates no solo somos animales relativamente inteligentes, sino también animales altamente sociales, cuya supervivencia depende en buena parte del respaldo del grupo al que pertenecen. Muchos de nuestros más cercanos parientes viven en grupos de entre una decena y unos pocos centenares de individuos, y si por alguna razón un animal se queda fuera del grupo, pasa a ser extremadamente vulnerable a riesgos como el ataque de depredadores. Por ello, muchos primates tienen sistemas de vocalización para mantener la cohesión del grupo: el continuo parloteo de un grupo de cercopitecos o de geladas no cumple con

ningún papel para comunicar información sobre el entorno. Su misión es otra: que todos los individuos comprueben en todo momento que están rodeados de muchos otros como ellos. Mantener la integración social es el papel de este segundo tipo de vocalización que no transmite más información que el vital mensaje de que sí, estás dentro del grupo y, por tanto, relativamente a salvo.

Se privilegia la integración en el grupo sobre la transmisión de información

En los humanos, la comunicación funcional ha alcanzado elevados niveles de sofisticación: no solo podemos intercambiar información de modo oral, sino también por escrito, lo cual nos permite comunicarnos metafóricamente con los muertos. El alcance y la velocidad de transmisión de los datos jamás ha sido ni siquiera rozado por ningún otro animal del que tengamos noticia. Así, nuestra cultura se ha hecho mucho más sofisticada y compleja, lo que ha permitido a grupos cada vez más grandes de humanos cooperar entre sí multiplicando su capacidad y su alcance. De esta forma, cooperando de modo coordinado en grupos de muchos millones, hemos sido capaces de proezas maravillosas como colocar a un puñado de nosotros en la luna, y también de enormes aberraciones como librar guerras de aterra-

dor poder destructivo.

Pero en esa cooperación no solo cuenta el factor de comunicación funcional, también es clave la capacidad de mantener la cohesión y organización del grupo. De tal manera que hemos creado historias, sistemas y herramientas para legitimar y posibilitar el trabajo conjunto de millones de personas dispersas en grandes áreas geográficas: cosas como ideologías, como naciones o Estados o como sistemas económicos basados en conceptos tan peculiares como es el dinero. La dimensión de estructura social de la comunicación ha sido a lo largo de la historia tan importante como la puramente funcional para el avance de la humanidad, y siempre ha estado ahí.

Lo que pasa es que en los últimos tiempos se han exacerbado algunas tendencias que también nos han acompañado desde siempre y que han acabado por minar la idea misma de la importancia de la verdad. Los políticos siempre han mentido, embellecido sus triunfos y escondido sus derrotas; no obstante, ahora lo hacen más y de modo más flagrante. Los abogados siempre han tratado de estirar los límites de la ley e incluso las palabras, si bien ahora es más evidente. Los comerciantes y sus voceros siempre han exagerado las bondades de sus productos y escamoteado sus defectos, pero ahora es más fácil detectar sus engaños. Los medios y la prensa siempre han barrido cada uno para su casa, aunque últimamente de modo más visible. Todo

esto ha ido restando potencia a la idea de veracidad e incluso de pensamiento basado en los datos: si todo puede ser engañifa, paparrucha o *bullshit* (en la formulación estadounidense), si lo más granado de la sociedad y su liderazgo difumina deliberada y continuamente la frontera entre lo real y lo falso, ¿por qué preocuparse de la verdad?

Para resolver las noticias falsas, hay que volver a hacer importante la verdad

Si la dimensión puramente funcional de la comunicación tiene cada vez menos valor, en cambio, la de cohesión grupal es cada vez más importante. En una sociedad en fragmentación, donde la idea misma de la verdad está en discusión, la pertenencia a un grupo es una necesidad cada vez más imperiosa. Se privilegia así la dimensión de integración en el grupo sobre la de transmisión de información, un modo de comunicación gana peso frente al otro. Y llegamos así a la situación actual, cuando la verdad no solo no importa, sino que puede llegar a ser un impedimento: demostrar que la realidad te es indiferente confirma que eres “uno de los nuestros”. No importa ya que las noticias sean verdad o mentira, lo que importa es que su uso sirva para reforzar al grupo interno y atacar al externo.

Y así, en las discusiones en redes sociales, los datos pasan a ser irrelevan-

tes, las sospechas (o la imaginación) se convierten en respaldo de los bulos y la demostración con pruebas fehacientes de la mentira solo sirve para reforzar las creencias equivocadas y para alimentar el rechazo al ajeno. Las noticias se inventan, se difunden y defienden, y si se demuestra que son falsas, se convierten en chistes y se descartan con un encogimiento de hombros. Las afirmaciones contra “los nuestros” se descartan por invenciones ajenas, y las que son contra “los otros” se difunden y emplean como arma. El error del propio se disculpa y olvida, el del ajeno se magnifica y exagera. Si lo que es verdad no importa, al menos ataquemos a los que odiamos y defendamos a los que queremos. Que la información sirva de *shibboleth* o identificador-nosotros-contra-ellos, ya que no sirve para otra cosa.

Por eso, las noticias falsas y las burbujas de información afloran y son más evidentes en situaciones políticamente comprometidas. Por eso, han jugado un papel en el *brexit*, en la campaña que llevó a Trump a la presidencia estadounidense o incluso (aunque reducido) en la crisis catalana. Por eso, están asociadas con ideologías extremas, con la desconfianza hacia todos los sistemas y con aquellos que ganan cuando la organización social ajena se deteriora.

El problema, pues, no es que las noticias sean falsas; estas las ha habido siempre. El problema es que preferimos creérnoslas aunque lo sean, porque el

hecho de su falsedad es irrelevante frente a su verdadero valor. Empeñarnos en denunciar las fuentes contaminadas de nada servirá mientras millones quieran beber de esas aguas voluntariamente. Ninguna cantidad de *fact-checking* [verificación] resolverá el entuerto de las *fake news*, porque su solución no pasa por más y mejor verdad, por necesaria que esta pueda ser.

No, es mucho más complicado: para resolver las noticias falsas, hay que volver a hacer importante la verdad. Tiene que importar que algo sea real o no lo sea; debe tener consecuencias mentir y debe ser inaceptable ofuscar, confundir,

encenagar y embarrar. La sociedad entera debe volver a considerar que la razón, los datos y la verdad importan, desde los periodistas en sus medios a los publicistas y sus anuncios, desde los políticos en sus discursos a los médicos en sus recetas, desde los empresarios hasta los sindicalistas en sus luchas. Más medios no resolverán esto, como no lo resolverá más *fact-checking* o (mucho menos) ninguna ley. Porque las noticias falsas y las burbujas mentales de la gente que prefiere creerlas no son problemas del periodismo, sino de la sociedad. Y esos problemas nunca han tenido soluciones sencillas. ■