



UNED

Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las

F a K e
n e w s

Carlos Elías
David Teira
(Coords.)

*Manual de periodismo
y verificación de noticias
en la era de las fake news*

CARLOS ELÍAS
DAVID TEIRA

Coordinadores

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

MANUAL DE PERIODISMO Y VERIFICACIÓN DE NOTICIAS
EN LA ERA DE LAS FAKE NEWS (0137428PB01A01)

DOI: 10.5944/m.periodismo.verificacion.2021
<https://doi.org/10.5944/m.periodismo.verificacion.2021>

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© Universidad Nacional de Educación a Distancia
Madrid, 2021

Librería UNED: c/ Bravo Murillo, 38 - 28015 Madrid
Téls.: 91 398 75 60
e-mail: libreria@adm.uned.es

© David Teira Serrano, Carlos Elías Pérez,
Alejandro Fernández-Roldán Díaz,
Daniel González Moreno, David García Marín,
María Concepción Mateos Martín, Alberto Pampín Quián,
Daniel Catalán Matamoros, Uxía Carral Viral,
Jorge Tuñón Navarro y Jesús Pedro Zamora Bonill (autores)



ISBN: 978-84-362-7693-0
Depósito legal: M-8811-2021

Primera edición: julio de 2021

“Este trabajo ha sido financiado por el proyecto de investigación RTI2018-097709-B-I00 del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (España)”

Impreso en España - Printed in Spain
Maquetación, impresión y encuadernación: Innovación y Cualificación, S. L. - Podiprint

ÍNDICE

1. Introducción. <i>Carlos Elías, David Teira</i>	7
2. El periodismo como herramienta contra <i>las fake news</i> . <i>Carlos Elías</i>	19
3. El papel de las plataformas digitales en la difusión de contraconocimiento. <i>Alejandro Fernández-Roldán</i>	59
4. <i>News feed</i> de facebook: cómo funciona y por qué es una poderosa herramienta para las <i>fake news</i> . <i>Daniel González</i>	85
5. El <i>whatsapp</i> de odiseo. Potencial desinformativo y estrategias retóricas del audio <i>fake</i> . <i>David García Marín</i>	99
6. Imagen y <i>vídeos fakes</i> : la certeza en el documento audiovisual. <i>Concha Mateos</i>	133
7. Wikipedia como campo de batalla ideológico e intelectual. <i>Alberto Quián</i>	173
8. Las <i>fake news</i> y desinformación en el ámbito de la salud. <i>Daniel Catalán</i>	207
9. Redes sociales, política y <i>fake news</i> . <i>Uxia Carral</i>	227
10. Desinformación y <i>fake news</i> en la europa de los populismos en tiempos de pandemia. <i>Jorge Tuñón</i>	249
11. Epílogo. Del método científico al método de verificación de una noticia. <i>Jesús Zamora</i>	285

INTRODUCCIÓN

Carlos Elías

Universidad Carlos III de Madrid

David Teira

*Universidad Nacional de Educación a Distancia***1. ¿Por qué este manual y por qué en acceso abierto?**

Desde todos los ámbitos se señala el grave problema: existe un auge de desinformación, de *fake news* o de noticias falsas que están siendo distribuidas de forma masiva por las redes sociales. La universidad está para investigar, debatir, reflexionar, pero también para actuar y buscar soluciones y de ahí salió el publicar este manual: tendría que ser en acceso abierto, de gran difusión digital y con un lenguaje claro pero riguroso que llegara a todos.

El gran detonante fue la enorme proliferación de noticias falsas con la pandemia del Covid-19. El grupo de investigadores/as que participamos en este manual tuvimos claro que había que actuar desde nuestras responsabilidades como servidores de universidades públicas y como receptores de dineros públicos (tanto español como europeo). Fue así como nació la idea de un *manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news* que pudiera ser leído por cualquier persona interesada pero que, claramente, iba destinado a tres grupos ante la petición de auxilio que estos grupos nos hacían. No todo era investigar sobre la vacuna para impedir el avance del Covid-19. También había que producir una vacuna «académica» que inmunizara contra el virus de la desinformación y *fake news*. No queríamos un libro comercial por el que hubiera que pagar dinero porque ello reduciría su impacto en una época de crisis económica como la actual. Queríamos un producto de acceso abierto y de difusión libre, pero, obviamente, también queríamos que el libro tuviera prestigio, de ahí que haya sido un honor que la Editorial UNED, sin duda la mejor en España de manuales universitarios de todas las materias, haya aceptado este reto. El libro está en papel (que no es gratuito) y en versión digital que sí lo es. Los derechos de autor del libro de papel los cederemos a Reporteros sin Fronteras

Editorial de universidad pública, en colaboración con investigadores públicos, porque también tenemos una responsabilidad de dejar nuestras torres de marfil de la producción de artículos científicos y ponernos a trabajar sobre el terreno para poner nuestro grano de arena contra la otra pandemia que también nos amenaza, la de la desinformación.

Los dos proyectos que hemos intervenido en esta iniciativa tenemos sitios *webs* activos desde donde se distribuye este manual, pero también desde donde periódicamente habrá actualizaciones de estos contenidos, así como material complementario. Los dos proyectos son:

- a) El proyecto de investigación Racionalidad y contraconocimiento. Epistemología de la detección de falsedades en relatos informativos, financiado por el Ministerio de Ciencia. Este proyecto es una iniciativa pionera en España donde colaboran mano a mano investigadores de Filosofía de la Ciencia de la UNED con investigadores de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid.
- b) La Cátedra europea Jean Monnet «UE, Desinformación y *Fake News*», de la Universidad Carlos III de Madrid, financiada por el programa Erasmus + de la Comisión Europea. Es la primera cátedra Jean Monnet en España que es otorgada a un investigador que procede enteramente del ámbito del periodismo.

Si uno visita los sitios webs de ambos proyectos descubrirá que existe sinergia entre los equipos, lo que ha enriquecido sin duda el contenido de este libro. En él participan, además, dos profesores de la Universidad Rey Juan Carlos, pero que pertenecen a los proyectos mencionados.

Os animamos a visitar en sus respectivas webs toda la actividad que tenemos en marcha sobre estos asuntos, pero, además, teníamos claro que uno de los problemas del auge de las *fake news* y desinformación era la escasez de textos divulgativos para ser impartidos en clases de Secundaria y Bachillerato. Y también en carreras universitarias que no fueran de Periodismo, donde habitualmente sí se enseñan estos contenidos. Esta es la motivación de este manual que cuenta no solo con diferentes perspectivas, sino que a cada capítulo le hemos añadido una serie de ejercicios para que los profesores puedan trabajarlos con sus alumnos/as. Finalmente, cada capítulo llevará asociado un vídeo subido por el autor/a del capítulo de forma que el material —manual + vídeo— se complementan y ofrecemos así un curso universitario impartido por profesores universitarios,

en acceso abierto. Profesores universitarios que, no lo olvidemos, investigan de primera mano estos fenómenos, pues la universidad no es tal sin una investigación científica propia que ampare sus enseñanzas.

Aunque ya se ha mencionado, querríamos insistir en los grupos de interés para los que está pensado este manual y por qué han sido esos. La explicación, como veremos, está en que esos colectivos nos han pedido auxilio ante la desatención que los poderes públicos han hecho respecto a la formación en estas materias. Claro que hay universidades e instituciones privadas que han visto negocio en esto, pero ni han investigado sobre ello ni, sobre todo, tienen una vocación de servicio público como sí tenemos los autores de este manual.

El colectivo en el que hemos pensado como receptor primario de este manual son:

- a) **Alumnos/as de secundaria y bachillerato y sus profesores.** Desde la cátedra Jean Monnet «UE, Desinformación y *Fake News*» habíamos impartido charlas en los institutos españoles sobre esta temática y éramos conscientes de que se necesitaba material educativo. En cada una de las conferencias alumnos y, sobre todo, profesores —de lengua, de filosofía, pero también de ciencias— nos pedían a gritos información y libros rigurosos sobre estos asuntos. De ahí capítulos como los de Wikipedia —la enciclopedia que ahora usan los estudiantes—, Facebook —la red por la que reciben noticias—, la manipulación de la imagen —pues ellos pasan tiempo en redes como Instagram— o la diferencia entre método científico y verificación de noticias para que sepan seleccionar las fuentes solventes.
- b) **Periodistas en activo.** Este manual es una colaboración entre la Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Ambas instituciones imparten másteres de periodismo científico y en ellos hemos visto un aumento de la demanda de información de periodistas en activo para formarse en estas técnicas, sobre todo, a partir de la pandemia del COVID-19. De ahí que hayamos incluido capítulos sobre las *fake news* en salud, en el auge de populismos y, sobre todo, en técnicas concretas de verificación.
- c) **Alumnos/as de otras carreras universitarias que no sean de Periodismo.** Es cierto que en Periodismo se están abordando estos

temas. Aunque en los planes de estudios españoles aún no existen asignaturas concretas con este contenido, muchos profesores las añadimos como formación transversal puesto que tenemos líneas de investigación en estos campos. Pero esto no ocurre en otras titulaciones como las ingenierías, ciencias, ciencias sociales y humanidades donde están expuestos a la desinformación, pero no suele haber materias que las aborden. Este manual quiere ser una pequeña aportación para que algún docente pueda animarse a presentar una asignatura optativa con estos contenidos. Tiene rigor y nivel para ser también manual universitario.

- d) **La sociedad en general.** Igual que la vacuna del Covid-19 primero se inyecta en población sensible pero luego tiene que llegar a toda la sociedad, así queremos que sea este libro y los vídeos que lo acompañan. Muchos somos periodistas y todos los del equipo somos divulgadores. Este libro está hecho para leerlo en los ratos libres. Para disentir o para reafirmarse, pero con el ánimo de hacernos pensar sobre el mundo en el que estamos viviendo.

Los capítulos del libro y los vídeos tienen unidad —así lo hemos intentado los editores— pero también se pueden leer de forma independiente y funcionan muy bien así. Entendemos que, sobre todo, a estudiantes de Secundaria no se les puede requerir la lectura completa de un libro además de sus manuales de sus asignaturas respectivas. Y porque un capítulo puede funcionar muy bien en Lengua, otro en Filosofía y otro en Biología o Historia. Este libro es para la sociedad y queremos facilitarle que lo use como más le convenga en función de sus intereses. Tendrá fallos y vendrán mejores, pero alguien tenía que tomar la iniciativa de introducir este tema en el debate público y sobre todo en todos los niveles de enseñanza. Y que fuera de libre acceso.

2. ¿Qué son las *fake news*? ¿Por qué un anglicismo?

¿*Qué son las fake news*? La Fundéu recomienda traducir la expresión por *noticias falsas* o *falseadas*. Pero como podrás descubrir en este manual, *fake news* cubre fenómenos muy diversos y todavía en desarrollo, que introducen otros tantos matices en la expresión. Tal como analizaremos en la primera parte de este libro, frente al periodismo tradicional, el auge de las plataformas digitales nos obliga a replantearnos tanto la forma en la que la prensa difunde informa-

ción como su propio modelo de negocio. Por una parte, nuestra credulidad se amplifica, y los controles sobre la desinformación que antaño ejercían los periodistas se desvanecen. Por otra parte, existen herramientas para manipular texto, audio o vídeo que están al alcance de cualquiera con las que obtienen falsificaciones difícilmente detectables. Como veremos en la segunda parte del manual, la información política o sanitaria, e incluso obras de referencia digital como la Wikipedia experimentan ya las consecuencias de la subversión del periodismo de calidad tradicional. ¿Cómo puede protegerse el público de semejante manipulación? Con esta obra, ofreceremos una primera revisión de las posibles respuestas, tanto las que podemos ofrecer individualmente —como periodistas o ciudadanos—, como de las medidas políticas con la que enfrentarnos a la desinformación.

¿Qué son entonces las fake news? Nuestros coautores se aproximan a su definición de modos muy distintos. Por ejemplo, una simple definición: información falsa presentada como verdadera (Fernández Roldán). O una tipología de 12 variantes de falsedades presuntamente informativas (García-Marín). O una clasificación según contexto, audiencia, narrativa y formato (Tuñón). No podemos dar una todavía una definición unificada, así que preferimos usar el anglicismo *fake news* mientras surge un consenso sobre en qué consiste el fenómeno.

En lugar de una definición, vamos a presentar los tres temas que, a nuestro juicio, sirven para vertebrar nuestro análisis de las *fake news*. Estos son los sesgos cognitivos, los nuevos medios digitales y el paradigma científico de verificación.

3. Sesgos cognitivos

Durante siglos, los filósofos se preocuparon por el funcionamiento ideal de nuestras facultades: conocer el mundo, desde Aristóteles a Kant, requiere hacer funcionar nuestros sentidos y razonar correctamente. Sin embargo, la psicología, a través de experimentos realizados durante estos últimos cincuenta años, nos ha descubierto que nuestra percepción y nuestros razonamientos se desvían sistemáticamente del ideal: esas desviaciones sistemáticas son conocidas como sesgos.

Por ejemplo, pensemos en el denominado *sesgo de confirmación*: si creemos que «Todos los cisnes son blancos» y pretendemos verificar si es cierto, en condiciones ideales, deberíamos buscar evidencia que lo confirmase (cisnes

blancos) y evidencia que lo refutase (cisnes negros). Sin embargo, en distintos experimentos hemos comprobado que la mayor parte de nosotros nos concentramos en la evidencia que confirma nuestras creencias y nos «olvidamos» de buscar datos que las refuten. ¿Por qué esta asimetría?

Hay diversas hipótesis al respecto. Nuestro cerebro es un órgano biológico sometido a las presiones de la evolución: no es el órgano ideal sobre el que especulaban los filósofos, sino un dispositivo que nos permitió resolver problemas de modo eficiente en unas circunstancias dadas, miles de años atrás, pero que puede no ser perfecto para el mundo al que hoy nos enfrentamos. Sesgos como el de confirmación pueden surgir de las limitaciones de nuestro aparato cognitivo (memoria, atención, etc.), optimizado para resolver otro tipo de problemas. O pueden haber sido soluciones óptimas en un contexto evolutivo (ambientes poco diversos, donde confirmar es más fácil que refutar), que han dejado de serlo en un mundo como el nuestro (donde tenemos más acceso a más diversidad que nunca antes en la Historia).

En cualquier caso, para entender el auge de las *fake news* debemos tener presente que quienes las generan no parten del supuesto de un espectador ideal que, siguiendo su mejor juicio, discrimina noticias auténticas y falsas. Las *fake news* se dirigen a los puntos débiles de nuestro sistema cognitivo, proponiéndonos creencias que, en condiciones ideales, no estaríamos dispuestos a aceptar, pero ante las que bajamos la guardia cuando aparecen sin preaviso en nuestras redes sociales, sencillamente porque son noticias en las que, por una razón u otra, estamos dispuestos a creer, y simplemente evitamos someterlas al escrutinio crítico que nos llevaría a desecharlas. Por falta de tiempo o interés para verificarlas, por confianza en la fuente, por su congruencia con otras creencias que ya poseemos o, incluso, por diversión.

Para entender las *fake news* debemos, por tanto, adoptar una visión realista de cómo funciona nuestro sistema cognitivo, y el concepto de sesgo nos proporciona una guía: las desviaciones sistemáticas respecto a los procesos que nos permitirían discriminar la falsedad de una noticia no siempre son la excepción en nuestro ecosistema informativo. En su capítulo, Carlos Elías se extiende sobre los mecanismos a través de los cuales los sesgos explicarían la proliferación de *fake news*. Uxía Carral y Jorge Tuñón se plantean de qué modo los sesgos generarían polarización política. Ni estos capítulos ni este manual bastan para agotar el tema, pero proporcionan algunos ejemplos sobre cómo abordarlo.

4. Comunicación digital

Como recuerda Carlos Elías en su capítulo, los bulos son muy anteriores a Internet, y explotaban también nuestros sesgos. La novedad de las comunicaciones digitales es el surgimiento de plataformas, como Twitter o Facebook, diseñadas de tal modo que explotan los sesgos de la audiencia para captar su atención e incrementar su interacción con la plataforma. La clave en estas plataformas es que su modelo de negocio pivota justamente sobre esta interacción: son vehículos para la publicidad cuyo éxito se cifra en identificar una audiencia que pueda consumirla al gusto de los anunciantes. Cuando estas plataformas se convierten en medios para la difusión de noticias en abierta competencia con la prensa de calidad tradicional, la verdad sufre. La prensa de calidad tenía publicidad, pero la maquetación del periódico decidía dónde ubicarla y su jerarquía respecto a las noticias. Hoy en día los periódicos le ceden a Facebook o Twitter el control sobre cómo las audiencias acceden a sus noticias, y fácilmente aparecerán mezcladas verdaderas noticias y *fake news*.

La moneda mala expulsa a la buena: los economistas se refieren a ello como *selección adversa*. Cuando el consumidor no puede distinguir noticias verdaderas y falsas, proliferarán aquellas que son más baratas de producir. La prensa de calidad difícilmente podrá competir económicamente con noticias más caras de elaborar y con una menor audiencia potencial. ¿Quién se resiste al cebo del titular (*clickbait*) que le propone descubrir si Hillary Clinton pertenece a un culto de adoradores del diablo? De ahí el desafío de las *fake news* a la prensa de calidad: no es sólo una batalla por la verdad, sino por la audiencia, y se desarrolla sobre plataformas digitales en las que la prensa de calidad juega, por definición en desventaja. Y con la competencia manejando una panoplia de herramientas para generar *fake news* sin apenas coste económico.

Respecto a las plataformas digitales, Alejandro Fernández Roldan explica en su capítulo que explotan nuestros sesgos al generar *cámaras de eco*, en las que los usuarios sólo acceden en las plataformas a información que confirma sus creencias, con independencia de si son verdaderas o falsas. Daniel González analiza en su capítulo cómo funciona el *News Feed* de Facebook, el algoritmo que decide qué información se muestra a cada usuario en función de las preferencias que manifiesta en la plataforma.

Respecto a la «evidencia» que sustenta las *fake news*, descubriremos cómo, en efecto, hay herramientas al alcance de cualquiera para manipular audio y vídeo

con resultados sorprendentes. Tal como nos explica David González-Marín en su capítulo, los audios *fake*, hoy tan frecuentes en plataformas como Whatsapp, permiten crear una ilusión de verosimilitud que los hace fácilmente creíbles. Como dice González-Marín, «los creadores de audios *fake* narran con su propia voz acontecimientos fabricados, exagerados, sesgados o descontextualizados falsamente protagonizados por ellos». Concha Mateos nos explica en su capítulo cómo las técnicas tradicionales de manipulación del relato cinematográfico a través de la imagen tienen hoy una nueva vida en la difusión de vídeos *fake* con la estructura de un falso documental. Como veremos, para enfrentarnos a estas manipulaciones debemos adiestrarnos en detectar indicios de su falsedad. Y surgen también nuevas formas de periodismo como el *fact-checking*, donde se usan nuevas herramientas para ejercer la verificación y evitar que proliferen las conspiraciones.

5. La ciencia como remedio

Es natural que la ciencia se sirva de la verificación como correctivo de las *fake news*. Como nos recuerda Carlos Elías en su capítulo, el periodismo sigue aquí el ejemplo de la ciencia, la única institución que ha lidiado con éxito con los sesgos de los investigadores a través de una aplicación sistemática de principios metódicos.

Como explica también en este libro Jesús Zamora, no hay un método científico que nos permita alcanzar la objetividad en cualquier circunstancia: cada una de las ramas de la ciencia usa sus propios recursos. Pero las ciencias se caracterizan por el compromiso de los investigadores a someter sistemáticamente a prueba cualquier teoría que se proponga, aceptando la que mejor resista la contrastación, aunque ello perjudique los intereses de algunos investigadores. La ciencia necesita para ello mecanismos de corrección de sesgos que impidan que los investigadores eviten la evidencia que perjudique a sus teorías favoritas. En el capítulo de Zamora, podréis encontrar una discusión de cómo el método científico lo permite. En esta sección veremos cómo los periodistas intentan aplicar, por analogía, un sistema de verificación de sus noticias que les permita alcanzar un cierto grado de objetividad.

Carlos Elías explora en su capítulo la analogía entre ciencia y periodismo. Pensemos en tres puntos centrales para ilustrarla. En primer lugar, la ciencia y

el periodismo deben basarse en *evidencia empírica*, en última instancia datos de los sentidos. El periodista, como el científico, necesita *evidencia empírica* para construir sus noticias: registros documentales (datos bancarios, grabaciones audiovisuales, textos legales etc.), testimonios (entrevistas a testigos directos de los sucesos sobre los que se informa, etc.), fuentes estadísticas (tan frecuentes hoy en el *periodismo de datos*). La noticia no puede basarse en simples opiniones o conjeturas especulativas.

En segundo lugar, la ciencia, y en particular las disciplinas experimentales, se basan en la *reproducibilidad* de sus resultados. El resultado de un experimento no puede depender de las preferencias o intereses de un científico en particular: los experimentos siguen un protocolo, una lista de instrucciones para realizarlo, que deben permitir reproducirlo y alcanzar el mismo resultado en cualquier laboratorio. La reproducibilidad es una garantía de objetividad. Del mismo modo, en el periodismo no basta con una sola fuente para la noticia: el periodista ha de intentar confirmar la noticia con fuentes distintas para minimizar la probabilidad de engaño. Y su noticia será revisada en la redacción para cerciorarse de que está correctamente documentada. Si cualquier otro periodista intentase verificar la información acudiendo a las mismas fuentes, debiera obtener la misma noticia.

Por último, la ciencia es siempre *ciencia publicada*: cualquier investigación concluye con el envío a una revista especializada de los resultados, en forma de artículo. Allí dos revisores anónimos evalúan el texto, analizando sus datos y sus hipótesis, pronunciándose a favor o en contra de la publicación. Si un artículo se publica, es porque ha superado la crítica de otros científicos y es considerado suficientemente original y relevante como para que la comunidad de investigadores lo discuta y lo ponga a prueba. El periodista aspira también a publicar sus resultados, y los medios de comunicación más serios se caracterizan por cribar internamente lo que publican para asegurar a sus lectores de su veracidad.

Sin embargo, aquí acaban también las semejanzas: el periodismo sigue la actualidad, no puede permitirse procesos de revisión tan dilatados como los de la ciencia, a riesgo de que la noticia haya caído en el olvido cuando finalmente se decidan a publicarla. Daniel Catalán, en su capítulo sobre la desinformación sanitaria, ilustra la brecha que hay entre la comunicación científica académica y la divulgación médica, en abierta competencia contra toda clase de *fake news* sobre enfermedades y tratamientos.

Como ilustran las *guerras de edición* en Wikipedia que analiza Alberto Quián en su capítulo, es prácticamente imposible ponerse de acuerdo sobre la actualidad en el momento en el que se produce y podemos esperar más bien que cada bando defienda la versión más acorde a sus intereses. No obstante, el periodismo de calidad, como la ciencia, se caracteriza por poner frenos a los sesgos de sus informadores, y alcanzar el mayor grado posible de objetividad dentro de la urgencia de la noticia. La ausencia de filtros de corrección nos conduce de lleno al tema de este libro, las *fake news*.

6. Conclusión

En este manual, queremos reivindicar la función tradicional del periodismo de calidad, la verificación, de acuerdo con su espíritu original, basado en la Ilustración y la ciencia. Como hemos visto, el desarrollo científico nos ha permitido conocer mejor cómo funciona nuestro sistema cognitivo, y cuáles son sus vulnerabilidades. Nos ha dado también toda clase de tecnologías de comunicación que conforman nuestro nuevo ecosistema digital. Sin embargo, no existe hoy una solución puramente tecnológica para protegernos de toda la información maliciosa que pretende explotar nuestra credulidad. Tal como sostenía la Ilustración, no queda más remedio que alcanzar una nueva mayoría de edad digital, y educarnos para detectar cualquier intento de manipulación. Hemos de buscar activamente la opinión contraria y el debate racional, así como informarnos en fuentes fiables, no sólo en las más fácilmente accesibles. Y cuando la tarea nos desborde, apoyar el periodismo de calidad en el que delegamos la verificación de las *fake news* que proliferan en nuestras democracias.

Carlos Elías es catedrático de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid y catedrático europeo Jean Monnet de «UE, desinformación y *fake news*». Se especializó en Ciencia, Tecnología y Opinión Pública en la *London School of Economics* y en la Universidad de Harvard. Trabajó como periodista en *Efe* y *El Mundo*.

http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/dpto_periodismo_comunicacion_audiovisual/periodismo/personal/carlos_elias_perez

David Teira es doctor por el University College London y catedrático en el Dpto. de Lógica, Historia y Filosofía de la ciencia de la UNED. Especialista en filosofía de la medicina y filosofía de las ciencias sociales, es editor de BSPS Open y colaborador habitual en Filosofía en Radio 3.

<https://www2.uned.es/personal/dteira/>

IMAGEN Y *VIDEOS FAKES*: LA CERTEZA EN EL DOCUMENTO
AUDIOVISUAL

Concha Mateos
Universidad Rey Juan Carlos III

1. Introducción

El cine cambió la forma de ver el mundo. Y el lenguaje digital ha cambiado la forma de ver las imágenes. Y de hacerlas. Y de crearlas o descreerlas. La mentira en imágenes ha existido siempre. Pero solo ahora, cuando mentir con imágenes y difundirlas está al alcance de cualquiera, lo consideramos un problema en vez de un arte. El cine nació con forma documental: las películas de los hermanos Lumière no hacían otra cosa que registrar acontecimientos cotidianos prácticamente espontáneos que tenían lugar delante de la cámara: la llegada de un tren a una estación o los obreros saliendo de una fábrica (la de los propios hermanos Lumière), por ejemplo. En el argot que la televisión ha contribuido a popularizar en el siglo XXI, diríamos que las personas que aparecen en esas breves primeras películas de la historia *no estaban guionizadas*, es decir, no fingían según un guion, se comportaban de modo natural (salvo por el condicionamiento emocional que les impusiera la presencia de la cámara). Sin embargo, el documental que se toma como referencia para fechar el nacimiento de un supuesto género *que se ocupa de contar lo real* es una obra que tuvo una puesta en escena producida y controlada: *Nanook el esquimal* (*Nanook of the North*, Robert Flaherty, 1922).

La puesta en escena es lo que ocurre —o hacemos que ocurra— ante la cámara, las formas que tiene el acontecimiento (lugar, escenario, acciones, objetos, colores, ropas, personajes, movimientos...). Puede ser preparada o natural. En *Nanook*, la había de los dos tipos. Y ello no impidió que fuera tomada como inauguración oficial de la historia del género documental. Esta película utilizaba un poco de mentira para contar algo de verdad.

Las imágenes que casi todo el mundo vio del 11 de septiembre de 2001 cuando un atentado terrorista hizo que dos aviones atravesaran las Torres Gemelas de Nueva York no tenían una puesta en escena producida por las

personas que las grabaron. La figuración —las personas que poblaban el escenario— tampoco era profesional. Esas grabaciones espontáneas realizadas por gente común las consideramos también documentales. Sin embargo, muchas de esas secuencias se han insertado luego en películas, reportajes, relatos, vídeos, montajes audiovisuales, que han contado ficciones y conspiraciones varias. En estas piezas tenemos *algo de verdad de unas imágenes* utilizado para contar ciertas mentiras.

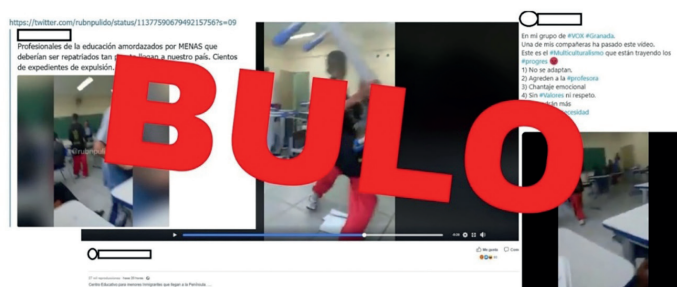
La primera certeza con la que nos topamos al estudiar el estatuto de la verdad de las imágenes fotográficas —toda imagen que ha sido captada a través de una cámara, tanto de fotografía, como de vídeo o cine— es que sirven para mentir. Esto se debe a que son un signo. También son algo más. Pero son un signo, y un signo siempre, como advirtió Umberto Eco, es aquello que puede usarse para mentir.

Para poder estudiar la certeza de lo que las imágenes nos cuentan precisamos distinguir algunos elementos de su mecanismo de significación, es decir, su forma de hablarnos.

- **Una cosa es el significado y otra es el sentido.** Una fotografía de una casa representa a la casa. Ese es su significado. Una fotografía de una casa en medio de una secuencia de vídeo donde una voz de alguien que no vemos (voz *over*) dice: «ella siempre soñó con regresar a su casa» nos hace pensar que esa casa de la fotografía es la casa «a la que ella siempre soñó regresar». Esa idea ya no es el *significado* de la imagen de la casa, sino su *sentido*. Por tanto, una fotografía puede no mentir en su significado (la foto de la casa significa *la casa*) y al mismo tiempo sí mentir en el sentido que nos induce a extraer (puede, o no, ser *la casa de ella*).

Veámoslo en un ejemplo de un bulo. En enero de 2021 circula por las redes un vídeo con unas imágenes de unos chicos, en un aula, tirando mesas y sillas. El video afirma que son menores inmigrantes en un centro educativo en España y pide que se difunda «para que España se entere de una vez cómo nos agradecen que los acogamos». La realidad es que no son menores inmigrantes y no es un centro educativo en España. Se trata de imágenes grabadas en mayo de 2019 en Brasil. Ya habían circulado un año antes por las redes. La Secretaria de Educación del Estado de Sao Paulo en su página web oficial informa y ex-

plica esta grabación. El significado de las imágenes expone una verdad: personas tiran sillas y mesas. Pero el bulo induce a extraer un sentido mentiroso, engañoso: inmigrantes violentos contra quienes les acogen en España. Una mentira ilustrada con una imagen de verdad.



Fuente: Maldita.es

- **Una cosa es la historia y otra es el relato.** De un mismo acontecimiento dos personas distintas elaborarán relatos diferentes. En narrativa, los hechos constituyen la *historia* y lo que alguien cuenta de los hechos es el *relato*. Ocurre que los relatos nunca se cuentan solos, siempre los cuenta alguien, por eso todos los relatos responden a una subjetividad. Tampoco las imágenes se producen solas. Y también parten de una subjetividad, a pesar de que la máquina que produce las imágenes sea descendiente del *espíritu científico* que alumbró su invención. La cámara no es una fuente automática de verdades. Tal creencia nos puede conducir a muchas —y grandes y graves— confusiones. Ella *habla* mediante un código, la puesta en cuadro, incluso aunque se dispare sola.
- **Una cosa es lo que tiene lugar ante la cámara y otra cosa es lo que la cámara capta.** Lo primero tiene que ver con la *puesta en escena* y lo segundo, con la *puesta en cuadro*. La puesta en escena —las formas que tiene lo que ocurre ante la cámara— existe independientemente de que la cámara lo capte o no. Se trata de la parte de la historia que elegimos filmar o grabar, el hecho concreto que seleccionamos —o, si estamos haciendo ficción, la representación de ese hecho—. La forma en que filmamos o grabamos ese trozo de historia que tiene lugar delante de la cámara es la puesta en cuadro.

Por ejemplo, las cenizas que cubren un cuerpo caído en la tierra son asunto de la puesta en escena; pero que la imagen presente solo ese cuerpo en primer plano o que permita ver a todo un grupo de personas alrededor de ese cuerpo en plano general, eso es asunto de la puesta en cuadro. A veces la puesta en cuadro elige un punto de vista elevado, aéreo, tomado desde un dron, por ejemplo. A veces elige que el fondo aparezca borroso, y decimos entonces que la imagen no tiene profundidad de campo. Son opciones de la puesta en cuadro. Como puede imaginarse fácilmente, todas estas decisiones no las toma nunca una cámara por sí sola. Responden a diferentes ajustes (botones) de la cámara. Y, aunque se ajustasen al azar, nunca dejarían de ser una opción entre muchas otras, es decir, una determinada opción de puesta en cuadro. Pero la vida y la verdad no tienen puesta en cuadro. La vida no es ni en primer plano ni en plano general, ni con el fondo borroso. La vida solo es. En tanto que los relatos audiovisuales (las imágenes), por el contrario, sólo pueden ser a través de planos, recortes sin tres dimensiones, con forma cuadrada y unidos simulando una continuidad entre ellos. En suma, la vida es y los relatos audiovisuales fingen ser la vida. La vida ocurre y los relatos, todos, incluido el periodismo, se crean.

La puesta en cuadro siempre es una componenda, un engaño al ojo, aunque no se quiera engañar a las personas. Está fabricada por... alguien. En las noticias de televisión, en los reportajes, en los documentales, en las series de ficción, en los videoclips, en los videojuegos... la puesta en cuadro es una operación (una manipulación) que funciona igual en todos ellos, con los mismos procedimientos.

- **Una cosa es la imagen y otra cosa es la secuencia editada.** Hablamos de la puesta en serie. Un reportaje, una película un montaje de vídeo *amateur* organiza los distintos planos en una secuencia, les añade o les quita audio, los enlaza con un ritmo vertiginoso o selecciona planos que duran largo rato... Esa es la puesta en serie. Si vemos en un plano que alguien lanza una pelota blanca al aire hacia la derecha y en el plano siguiente vemos a alguien que recoge una pelota blanca que le llega por el aire desde la izquierda, tenderemos a pensar que ambas imágenes muestran dos fragmentos de un espacio que es único y contiguo; que ambas personas están una frente a otra, que hemos visto

primero a una y luego a la otra; y que la pelota es la misma en los dos planos. Pero, si en el segundo plano la pelota fuera roja, diríamos que falta *raccord*, que hay un fallo, que los dos planos no corresponden a un mismo hecho. Y también pensaríamos algo: esto es un montaje, no me lo creo. Diríamos «estas imágenes están trucadas, es una manipulación, tratan de hacernos creer lo que no es... nos engañan».

Así, cuando advertimos que falta *raccord*, sospechamos. Pero ¿qué pasa cuando se mantiene el *raccord*? Un *buen raccord* nos hace olvidar que *hay truco*. Desactiva nuestra sospecha. La puesta en serie a veces es transparente gracias a que se hace *raccord*, no se ve el pegamento entre los planos. Y claro, nos olvidamos de que se ha puesto pegamento.

2. La naturaleza paradójica del valor documental del cine y el vídeo

El cine y la televisión han mentido mostrando hechos ciertos y también han divulgado certezas mediante ficciones. Esta paradoja viene inscrita en la propia naturaleza de la imagen como mecanismo para representar lo real. Y viene dada por el hecho de que una imagen o una secuencia audiovisual adquiere valor documental solo cuando se ajusta a los códigos de lectura de quienes la miran. Es decir, cuando *se deja entender*. La imagen fotográfica es hija de un artefacto científico (las lentes y el registro), creado gracias a la investigación sobre la luz, la física, la química. Y más tarde, la electrónica.

2.1. La verdad física

Autores como Comolli hablan de la *inscripción verdadera* de la imagen fotográfica: solo lo que se pone delante del objetivo puede ser registrado. La cámara no puede registrar la imagen de lo que nunca estuvo delante de ella. Es una verdad física radical. Pero ocurre que por el objetivo fotográfico cruzan, no imágenes, sino ondas electromagnéticas. Nada más. Todo lo demás —los significados, los mensajes— son componendas. Es decir, signos, objetos que pueden mentir. Las ondas sí dejan una huella. La cámara la manipula (borrosa por aquí, nítida por allá, cortada por aquí, dilatada por allá). Los ojos interpretan la huella. A veces le sacan un sentido, y a veces, no.

2.2. *La fragilidad documental de la imagen*

Una *verdad física* no necesariamente produce verdades comunicativas. La huella visual o sonora no siempre se entiende. A esto lo llamamos la *fragilidad documental* de la imagen audiovisual.

La imagen tomada con una cámara goza de muy buena prensa como documento, goza del prestigio de ser considerada un objeto científico que supuestamente tiene poderes probatorios, poder de dar testimonio de algo. Pero la realidad es que ese supuesto poder documental ha demostrado tener muchas fisuras. Veamos algunas.

1. En 1944, el 4 de abril, aviones militares estadounidenses sobrevuelan Alemania buscando objetivos militares para bombardear: fábricas, almacenes, infraestructuras neurálgicas de distribución... Por primera vez en la historia fotografían el campo de exterminio de Auschwitz. No saben que es el campo de exterminio. Así pues, los militares miraron las fotos tomadas pero las fotos no llegaron a ser un documento del campo de exterminio. Treinta años más tarde, un programa de televisión las revisa. Se reconoce entonces el campo. Unos ojos distintos a los de 1944 ven en las imágenes una huella que no vieron aquellos ojos de 1944. Dice Farocki —que estudió estas imágenes en un documental¹— que estos nuevos ojos ven porque ya saben, ya están documentados, ya saben que ese campo de exterminio existía y por eso lo reconocen. Estos ojos convierten en documento las imágenes. El valor documental no está en la imagen pues, sino que emana de los ojos de quien mira. En la imagen está el significado, los ojos ponen el sentido.
2. En 2011, se produce un acontecimiento que fue el más fotografiado de la historia hasta ese momento —volvemos a él—: el ataque a las torres gemelas de Nueva York. Hay millares de fotografías de él y una multitud de momentos y actos diferentes componen ese acontecimiento; es un acontecimiento que tiene numerosas opciones de puesta en escena y puesta en cuadro. Pues bien, a pesar de esa gran variedad de caras del acontecimiento, las portadas de 400 diarios es-

¹ «Bilder der Welt und inschrift des Krieges [Imágenes del mundo y la inscripción de la guerra] (1989), Harun Farocki.

tudiados por Chèroux se limitaron a mostrar tan sólo seis. El 95% se limita a esos seis aspectos. Barajan un total de 30 fotografías distintas y en el 72% de los casos proceden de la misma agencia, Associated Press. Pero esta homogeneidad sin embargo es tratada de distinta forma en los dos lados del Atlántico. En EE. UU., domina la imagen de los bomberos de Nueva York izando una bandera entre los cascos de la zona cero y las portadas la combinan con otra foto, de 1945, de los marines norteamericanos clavando otra bandera en una colina en Iwo Jima, tras la victoria militar de EE. UU. en Japón, el 19 de febrero de ese año. Se trata también de una foto de la agencia Associated Press. La prensa estadounidense promueve así un paralelismo entre el 11S y la Segunda Guerra Mundial. Había otros acontecimientos, otras iconografías históricas que podrían haber sido utilizadas también para comparar visualmente los acontecimientos: el incendio de San Francisco de 1906 o la explosión del Hindenburg en 1937. Pero se optó por una comparación que identifica al 11S con un acto de guerra, y no con un acto criminal. Se convirtió así a las fotos de 11S en documento-coartada. La coartada que EE. UU. necesitaba para justificar después la respuesta bélica que tomó.

Con las mismas y parecidas fotos, en Europa se documenta otro hecho. Globalmente se publicaron las mismas imágenes de explosiones, pánico, nubes de humo y ruinas, pero con otras frecuencias y otras combinaciones (otra puesta en serie). En EE. UU. se estable un paralelismo del 11S con el ataque a Pearl Harbour (el bombardeo japonés a la base estadounidense que justificó que EE. UU. entrara a intervenir militarmente en la IIGM). En Europa se proponen otros paralelismos: el 11S y las setas atómicas de Hiroshima y Nagasaki; y el 11S y el *apocalipsis* producido en Vietnam. De este modo, usando las mismas imágenes, en Europa se comunica un mensaje diferente sobre el 11S: son un documento de advertencia, no de justificación. Chèroux, realiza este análisis en *¿Qué hemos visto del 11 de septiembre?* y a estas combinaciones de imágenes las llama *estrategias de intericonicidad*: asociar una imagen con otra, para provocar que el público extraiga de la primera un sentido que inicialmente no está en ella.

En ambos ejemplos podemos apreciar algo: las imágenes tienen un significado, pero lo que las convierte en documento es el sentido que se les asigna en

cada momento y en cada lugar. Ese sentido está en ellas en potencia, pero es la secuencia, el conjunto de imágenes o el texto con el que se asocia el que genera el valor documental que las convierte en testimonio de una determinada historia. Apreciamos así que la imagen es maleable, frágil documentalmente y que el relato manipula sus posibles sentidos.

2.3. Más documento cuanto más espectáculo

Pero aún más, la paradoja de la fragilidad documental no acaba en que una misma y única imagen pueda hablar a las personas de hechos diferentes. Como-lli, en *Documento y espectáculo*, ha explicado que si la imagen documental logra hablar de algo es gracias a que se ajusta a las formas del espectáculo. Y cuanto más se ajusta al espectáculo, más documento logra ser.

Un ejemplo paradigmático fueron las imágenes con las que el ejército aliado cubrió la batalla de *El Alamein* en la Segunda Guerra Mundial.

Para apreciar este ejemplo es preciso tener presente lo que se conoce como la *ley del eje* o *ley de los 180°*. Cuando algo que ocurre ante la cámara implica una dirección entre dos puntos (por ejemplo, alguien que camina de un punto a otro, dos personas que se miran, dos equipos de fútbol que juegan entre dos porterías) es preciso que todos los planos que se graben de esa acción se tomen desde el mismo lado de ese eje o línea imaginaria que une a los puntos de la acción. Una conversación entre dos personas, por ejemplo, traza un eje entre ellas dos, y se puede grabar cortada en varios planos, pero siempre desde el mismo lado de ese eje para mantener a las dos personas una frente a otra.

Si se graba así, cuando después se monten las imágenes (cuando se pongan en secuencia los planos, uno tras otro) la persona que está a la derecha aparecerá en la imagen dirigiendo su mirada hacia la izquierda para ver a quien tiene enfrente y la persona que está a la izquierda aparecerá mirando hacia la derecha y de esta forma se apreciará que una está frente a la otra y que se miran mutuamente.

Si se graba un plano de cada una, uno desde un lado del eje de miradas que las une y el otro desde el otro lado del eje, ambas van a aparecer en la pantalla luego mirando hacia el mismo lado y no darán la sensación de que están una frente a la otra.

La batalla del *El Alamein* fue filmada por el ejército aliado para hacer una película con el fin de levantar la moral en el bando aliado, que preveía ganar esta batalla. La película se llamó *Desert Victory* (1943). El ejército aliado avanzaba para enfrentarse a las tropas de Rommel. Avanzaba en el mundo real, en la historia, en los hechos. Pero los camarógrafos grabaron planos desde ambos lados del eje o línea imaginaria, desde ambos lados del trayecto de avance. De modo que cuando se pusieron a juntar todos los planos que habían filmado los distintos camarógrafos, resultó que en unos los aliados aparecían avanzando hacia la derecha y en otros, hacia la izquierda. Al poner estos dos planos seguidos —al ponerlos en serie— el relato en realidad muestra al ejército aliado avanzando primero y retrocediendo después. Como si se hubieran dado la vuelta, es decir, como si se hubieran vuelto para atrás (¿por miedo?). En la historia, avanzaron siempre; en el relato (la película), que está hecho con planos auténticos no trucados, parece que avanzaron y retrocedieron. Es engañoso lo que la serie de planos muestra, a pesar de ser cierto lo que muestra cada plano.

Los planos *de verdad* (verdad física) para poder contar *la verdad* (verdad comunicativa) tuvieron que ser manipulados (falsificados), ajustados al código del espectáculo, para que esas imágenes pudieran servir de documento de un hecho. La verdad física no proporcionaba el suficiente sentido. Ni el suficiente, ni el adecuado. Y por eso se le añadió espectáculo. ¿Cómo?

Pues hubo planos que se proyectaron invertidos y se añadieron otros grabados en estudio: planos nocturnos que no se habían podido grabar en la batalla, primero planos de rostros preocupados, planos de primera línea del frente... Así, la espectacularización produjo documento, produjo un relato comprensible, algo con sentido. La espectacularidad se añadió para permitir que quien mirase las imágenes las pudiera entender, es decir, dotar de sentido. Vemos así que, de nuevo, es el sentido la fuente del valor documental, no la imagen misma, no su significado, que, documentalmente, es frágil, vulnerable.

Los creadores de *Desert Victory* manipularon el relato, con ficción, añadiendo elementos de espectáculo (narratividad, coherencia, detalles) para hacer que la película tuviera sentido y pudiera así servir de documento. Su valor documental es indudable. Y lo es por un detalle simple: manipularon el relato, pero no manipularon la historia.







Fotogramas de secuencias reconstruidas en los estudios Pinewood para combinarlas con las secuencias originales filmadas en el campo de batalla para la película documental *Desert Victory* (Roy Boulting, 1943).

3. El *fake*, un género y las *fake*, una estafa

Decía Oscar Wilde (2000: 73) que: «Es el estilo lo que nos hace creer en las cosas; nada más que el estilo». Es decir, que la verdad —lo que consideramos verdad— es una cuestión de estilo. Por eso existen los falsos documentales, también llamados *fakes* o *mockumentaries*. Y aunque parecen próximos a lo que llamamos *fakes news*, hay elementos importantes que los distinguen de ellas.

Las falsas noticias se estudian de forma intensa desde 2016 debido al uso que tuvieron en las elecciones de Estados Unidos ese año, pero han existido siempre. Y, al igual que los *fakes*, han usurpado un estilo informativo: el del periodismo, el del reportaje, el del cine de lo real.

Pero hay diferencias. Para empezar, el periodismo inventará el relato, lo creará, con las mismas reglas que utiliza la ficción (puesta en cuadro, puesta en serie, *raccord*, etc.) Pero hay algo que el periodismo no puede hacer: inventar la historia. Esa es su primera frontera con las falsas noticias.

El 10 de octubre de 1990 una niña de 15 años testifica en una audiencia en el congreso de los Estados Unidos. La niña Nayirah (no dice su apellido) declara que ha visto a los soldados iraquíes sacar a los bebés de las incubadoras en Kuwait, llevárselas y dejar a los bebés morir. Tras esta declaración, el presidente de EE. UU. repitió el supuesto incidente al menos diez veces en público durante la semana siguiente. El vídeo de la niña alcanzó a una audiencia de 35 millones de personas y aún no había redes sociales en Internet (Walton, 1995: 771-772). Circularon después otros vídeos de soldados iraquíes disparando sobre manifestantes desarmados y numerosas declaraciones. Amnistía Internacional llegó a incluir el incidente de las incubadoras en un informe de denuncia de las atrocidades iraquíes en Kuwait. En enero de 1991 el Senado de EE. UU. vota a favor de invadir Kuwait. Siete senadores respaldan su posición favorable a la invasión apoyándose en el testimonio de la niña Nayirah. EE. UU. invade Kuwait el 15 de enero de 1991. Seguidamente algunos periodistas inician investigaciones y dos años después se desvela, no sólo que el testimonio de Nayirah era falso, sino que además es hija del embajador de Kuwait en EE. UU. y que su declaración forma parte de una campaña de relaciones públicas realizada por la empresa Hill&Knowlton (Taylor, 2003: 293). Una historia inventada profesionalmente se coló en el periodismo más profesionalizado del planeta. Y sirvió con eficacia a la propaganda bélica que rodea a la industria del petróleo.

Lo que distingue al periodismo de las falsas noticias no será pues el estilo sino la tarea de investigar la veracidad de la historia, el método de comprobación. La retórica visual y verbal con la que compone el relato es la misma retórica que emplean el cine de ficción, los *fakes*, e incluso las *fake news*. El lenguaje audiovisual, la forma de hablar audiovisualmente es una y la misma para todos.

3.1. Un género clásico

Los *fakes* o falsos documentales se desarrollan como género principalmente a partir de los años sesenta del siglo XX. Con este nombre designamos un género híbrido entre documental y ficción que juega con la simulación y falsificación audiovisual. Son obras que, por tanto, ponen en evidencia la fragilidad documental de la imagen.

La falsificación audiovisual pone en jaque la credibilidad del espectador al apropiarse de los modos y las convenciones de la no-ficción. Estas imposturas posmodernas que se adueñan de la verosimilitud documental contienen, implícitamente, un aviso en torno a la supuesta evidencialidad de las imágenes y sugieren la imposibilidad de las representaciones para garantizar la verdad de lo que reflejan (García Martínez, 2007: 303).

Los *fakes* mantienen un paralelismo formal con la no ficción: se apropian del estilo que se ha consolidado en las obras de no ficción. Juegan con los presupuestos que, a través del consumo tradicional, el público ha ido asumiendo respecto a qué rasgos tienen —se espera que tengan— las obras que tratan de lo real.

3.2. Tres rasgos

Los falsos documentales se caracterizan por:

1. Son una práctica reflexiva. Se pueden considerar como un tipo particular o subgénero reflexivo de documental: ese género en el que el documental habla de sí mismo.
2. Son obras que inventan hechos. Suelen mezclar los hechos y personajes que inventan con hechos y personajes que existen o han existido. Pero lo que cuentan (la historia), al menos en parte, no es real.

3. Se apropian de un estilo. El falso documental se acomoda al pacto de lectura que el género documental tiene con el público y elabora relatos aplicando las estrategias retóricas que usan las noticias, los reportajes y los documentales, es decir, los géneros que tratan lo real. Sigue una retórica de la verosimilitud, envuelve con ella las mentiras.

Es importante apreciar el carácter de *práctica reflexiva* que tienen estos documentales. Los *fakes* realizan una parodia estilística de las convenciones expresivas con las que el audiovisual trata de ser transparente y objetivo. Al parodiar, está reflexionando sobre sí mismo, sobre sus rasgos, su eficacia, su ética. En términos coloquiales diríamos que se está mirando a sí mismo y hace un uso abusivo, exagerado, crítico, exhibicionista de sus principios formales. Y de esta manera, no sólo se analiza y se mira a sí mismo como estilo, sino que se pone en evidencia. Se autocrítica. Es un documental autoconsciente (¿de sus trampas?).

Así, problemas que la representación plantea como «el acceso realista al mundo, la capacidad para ofrecer pruebas persuasivas, la posibilidad de la argumentación irrefutable, el nexo inquebrantable entre la imagen indicativa y aquello que representa» (Nichols, 1997: 97) se convierten en el tema de la película. Con su reflexión, el falso documental problematiza y cuestiona el dogma mismo de la objetividad del género documental.

Pero hay una pregunta clave ¿el público se da cuenta de que es una parodia o se le engaña?, ¿qué pasa si no se da cuenta?

Ocurre lo mismo que con una broma o un chiste: si el público no la pilla... ¿qué pasa?

Muchos falsos documentales desvelan en algún momento su condición. El que produjo *La Sexta*, dirigido por Jordi Évole sobre el golpe de estado de 1981 en España (*Operación Palace*, 2014) tiene una secuencia final en la que se intercalan tomas falsas de diferentes personas que han participado en la película en las que confiesan las incidencias de su interpretación y su puesta en escena, incluso opinan sobre la propia película. Esta fórmula es común en muchos falsos documentales, pero no todos la usan. Por eso, hay un debate intenso y una polémica con posiciones muy enfrentadas sobre el impacto del falso documental.

Algunos autores defienden que esta polémica que les rodea forma parte de su carácter crítico y de su verdad: el falso documental demuestra que la realidad

tiene zonas oscuras, asuntos que no están claros, de los que no sabemos todo lo que se podría de saber. Y buscan provocar polémica para que la sociedad debata sobre esos asuntos que permanecen dudosamente contados. De paso, la discusión que se genere provocará la oportunidad de que las personas caigan en la cuenta, reparen en cómo las imágenes juegan con su credibilidad.

Por eso decimos que el falso documental sirve para hacer ver una gran verdad: lo fácil que es mentir con las imágenes. El falso documental afirma una certeza: que la imagen es frágil como comprobante, como documento, como testimonio de una realidad. Que es un signo y como tal, maleable. Los *fakes* afirman una verdad: los límites de la representación audiovisual. De esta forma, desempeñan una función que es la común de toda simulación documental: «apelar al engaño para criticar la transparencia de las imágenes» (Català, 2001: 31).

El fin de un falso documental —como explica Ana Martín a propósito de *La Seducción de casos* de Basilio Martín Patino— hace que «desde el principio el objeto de esta obra no sea jugar a engañar al espectador, sino a hacerlo cómplice del juego» (Martín, 2005: 64).

3.3. La vestimenta formal de la verosimilitud del falso documental

Las herramientas retóricas típicas del falso documental son variadas:

- Inventa hechos, pero los sitúa en marcos verdaderos: nombra a personajes y acontecimientos verdaderos; o se ubica en paisajes históricos naturales o conocidos; aportación datos y explicaciones científicas...
- Produce y difunde información paratextual previa, extra fílmica: presentaciones, campañas previas, publicación de documentos, página web... Crea una arquitectura extra fílmica de contenidos que en vuelven al *fake*.
- Toma testimonios reales de archivo filmados en la época, reportajes y programas del de televisiones, otros documentales o filmaciones de otros personajes relacionados y combina esas piezas con el material de producción propia.
- Edita combinando metraje documental (archivo, metraje encontrado) con el de producción propia.

- Razona su estilo con detalles de producción no profesional: declaraciones imperfectas, espontaneidad, fallos de grabación, descuidos de montaje y edición, signos de falta de control en el rodaje...
- Exhibe el propio proceso de búsqueda de información y de producción, finge dificultades y hallazgos...
- Emplea el estilo de voz de autoridad —solemne, seria, con correcta dicción— para los comentarios en *over* (una voz explicativa que se escucha sin que se vea nunca al sujeto del que procede).
- Recurre a actores no conocidos o personas no profesionales.
- Intercala referencias intertextuales: a otras películas, a medios informativos, libros, estudios, investigaciones...
- Recrea texturas de imagen: películas en celuloide defectuosa, envejecida, color sepia...

La retórica del *fake* presenta, sin distinguirlas, piezas que tienen una puesta en escena producida para la película (guionizada) y otras con una con puestas en escena naturales, espontáneas. Juega con la confusión entre lo que fue real y lo que no, apoyándose en que su apariencia es igual.

Las noticias falsas comparten con el falso documental el uso de las mismas estrategias de verosimilitud. También comparten la invención de hechos falsos. Pero las noticias falsas no se proponen como un género reflexivo. Su propósito, como venimos viendo en los distintos capítulos de este manual, es malicioso, sostienen la voluntad de engañar, de hacer que el público considere reales datos, circunstancias y condiciones de la realidad que no son ciertas. Las noticias falsas no dudan de sí mismas, no confiesan su carácter de parodia, no se proponen como un juego crítico. Las noticias falsas se apropian de una estética no para inducirte a dudar de la estética sino para inducirte a dudar de otras noticias².

² No hay una definición académica consensuada sobre *fake news* o noticias falsas (Rojas, 2020). Algunas autoras incluyen la farsa y otras formas de desinformación en el concepto de *fake news* (Tandoc, Lim y Ling, 2017). En este capítulo nos referimos más bien al concepto de noticias fabricadas. Los términos académicos a veces establecen fronteras conceptuales que no funcionan en la lengua común o coloquial. Pero más allá de las acotaciones académicas, es útil tener presente dos elementos a este respecto: 1) si el público es consciente de las operaciones de manipulación no llega a ser manipulado, y 2) la parodia es un juego que se apoya en un código, hace pensar y reír porque desvela un aspecto nuevo (un sentido desviado) de lo que está comúnmente aceptado, es decir, juega con los significados y hace de ese juego el objeto central de atención, como el *fake*, es reflexivo. Por eso, hay estudios que no lo incluyen en el concepto de *fake news*.

4. Factores de credibilidad de las piezas de vídeo que circulan en la red

Tres condicionantes de la credibilidad:

a) **Lo que pudo resultar creíble en el siglo xx puede no seguir siéndolo en el XXI — El factor de la competencia mediática**

Los planos trucados de la película *Desert Victory* de 1943 de la que hemos tratado más arriba no resultan convincentes para la audiencia de 50 años después, o de 100. Comolli (2009: 85) lo explicaba por lo que él llama la «nueva edad del espectador», la madurez visual que va adquiriendo la sociedad. Otras autoras se refieren a ello como la competencia mediática de la audiencia en cada época. Por competencia mediática nos referimos a la capacidad de las personas para interactuar con los medios (manejar su lenguaje, distinguir géneros, advertir estrategias, etc.). Esta competencia evoluciona continuamente. Y además no es igual en todas las personas. Varía de unas a otras, sobre todo según dos factores: la edad y el grado de formación. En los más jóvenes y en los más formados, esa competencia es mayor, por regla general.

b) **La imagen como fuente de credibilidad requiere ciertas condiciones — El factor de la percepción de la calidad**

Los portales *online* de diarios impresos han tenido que afrontar una transformación profunda de sus negocios (crisis económica, pérdida de lectores, pérdida de ingresos por venta de ejemplares, pérdida de anunciantes, competencia con la información gratuita, etc.) y en sus estrategias de captura de público —particularmente de público joven— han confirmado la necesidad de ofrecer contenidos en vídeo. El público más joven considera que la incorporación de vídeos aporta atractivo e interés y puede transferir confiabilidad, pero a condición de que esos vídeos presenten calidad y alto grado de resolución (definición) (Chen et al., 2017).

c) **Las aplicaciones de inteligencia artificial (AI) abren nuevos desafíos — El factor de la detección mediante tecnología**

Mediante AI se pueden generar versiones alternativas de fotos y vídeos con apariencia de ser originales. Por ejemplo, en el caso de las llamadas *deepfakes* —término frente al cual la FUNDEU recomienda

el de *ultrafalsas*—. La aplicación de AI que produce *ultrafalsas* se llama en español RGA (red generativa antagónica) y lo que permite es falsificar identidades. Trabaja a partir de la combinación de imágenes y videos preexistentes de diversas personas que, procesados mediante algoritmos de aprendizaje automático —no supervisados—, generan nuevas imágenes con el rostro de los personajes cambiados.

Otro algoritmo falsario es el STyleGAN, diseñado por los técnicos de Nvidia, que es capaz de analizar un gran número de imágenes de rostros y generar rostros ficticios nuevos a partir de esos datos.

Estamos hablando ya de imágenes que no son registradas sino creadas. Las imágenes registradas requieren que algo haya estado delante del objetivo fotográfico para poder obtener su réplica; las imágenes creadas no lo requieren.

Hay también aplicaciones de AI que permiten falsificar el audio, los modos de pronunciación, el movimiento de los labios. Las conocemos genéricamente como *medios sintéticos*.

Estas falsificaciones no son fáciles de detectar a simple vista. Sin embargo, a medida que se desarrollan estas aplicaciones, también se van poniendo a disposición de los periodistas y de la gente común herramientas para detectarlos. La carrera está y seguirá estando siempre abierta. En 2020 se ha lanzado por ejemplo el *Assembler* que tiene capacidad para advertir imágenes de StyleGAN (lo ampliamos más adelante).

Informarse —o pretender informarse— a través de redes sociales es un hábito que se ha vuelto atractivo para el público porque permite un acceso rápido y barato a los contenidos (Shu et al., 2019). Y esto ha provocado un gran interés por investigar en dos campos:

- Los factores de credibilidad.
- Los protocolos para detectar noticias falsas.

Son muy numerosas las investigaciones que tratan de esclarecer *por qué alguien cree lo que le cuenta una noticia en vídeo*. La credibilidad es resultado de varios factores, ninguno la garantiza por sí solo. Principalmente depende de (Cummins y Chambers, 2011: 34): cualidades de la organización que informa (medio, fundación, ONG, etc.), cualidades del relato (forma, claridad, organización) y cualidades del portavoz o personaje (pericia, empatía).

Nos detenemos en considerar algunos que tienen que ver con la imagen.

- **El diseño eficiente atrae e inspira confiabilidad**

Un diseño atractivo, una navegación ágil, una organización clara de la información transfieren credibilidad a un sitio *web* que difunde contenidos (Fogg et al., 2002). Sin embargo, y precisamente por ello, esos rasgos son una estrategia para enmascarar noticias falsas (Kyle Chayka, 2016). Es decir, otra vez, es una cuestión de estilo. Por eso, quienes disponen de medios y competencia y crean sitios de *fake news* procuran seguir las normas de la imagen y el diseño eficientes.

- **El despliegue de medios sugiere solvencia informativa**

La potencia, la capacidad de producción, el despliegue de medios han sido un factor de credibilidad de las cadenas de televisión. En España, por ejemplo, los informativos de la televisión pública han gozado de un prestigio diferencial gracias a su amplia red de corresponsales que interviene en directo en los telediarios. Corresponsales estables, enviados especiales, conexiones en directo, infografías dinámicas... son rasgos de producción que las cadenas procuran visibilizar porque saben que construyen la imagen de un medio con solvencia y eso les transfiere credibilidad (Cummins y Chambers, 2011: 738).

¿En qué se basa la idea de que un medio solvente es más creíble? En que se supone que si hay una estructura informativa compleja, sofisticada, grande, en el proceso de producción informativa intervendrán diversos filtros cualificados, habrá más capacidad para detectar, rectificar y detener la información falsa.

A esta idea debemos no obstante contraponer la advertencia que hace Simona Levy: los grandes medios de masas y sus corporaciones forman parte del listado de los grandes productores (interesados) de *fake news* (Levi, 2019: 13 ss.).

- **La percepción de calidad y la alta resolución de imagen favorecen la confiabilidad**

La credibilidad es el resultado de una percepción. Y la calidad, también. De hecho, no existe un dispositivo que mida la calidad. No es objetivable. Se puede medir la nitidez, la resolución de una imagen, su

profundidad de color o su contraste, pero la calidad es una valoración de la importancia que conceden a esos y otros factores quienes miran y consumen las imágenes.

Además de esa apreciación subjetiva, el factor de la calidad ha de ser considerado en relación con la fuente: mientras de ciertas fuentes se esperan vídeos con calidad, resulta sospechoso que otras fuentes puedan producirlos. La calidad puede ser así factor de garantía o factor de sospecha de la autenticidad, dependiendo de la fuente de la que procede.

En la apreciación de la credibilidad de una secuencia de vídeo interviene un elemento que llamaremos la interferencia: la percepción de que la grabación no ha sufrido «intervenciones». Por otro lado, la calidad se asocia con frecuencia a la idea de profesionalidad. Y la profesionalidad es un saber hacer, un saber grabar o filmar (una forma particular de interferencia).

En esta lógica, la torpeza, el fallo, lo incorrecto, la falta de pericia —lo hemos visto en el caso de los falsos documentales— se asocia ingenuamente con un modo de filmar *inocente*. De ahí que un trabajo muy elaborado pueda inducir a la sospecha de falsedad.

En el conflicto armado que se desencadenó en Siria en 2011 la difusión de vídeos ha desempeñado un papel crucial durante años. En la primera fase del conflicto, entre 2011 y 2012, circularon numerosos vídeos de testigos civiles que documentaron con sus móviles agresiones y acciones de protesta y represión en las calles que no aparecían en medios oficiales, controlados por el gobierno de Bashar al-Assad. Las grabaciones de la sociedad civil sirvieron a agencias y medios internacionales para completar sus informaciones. Vídeos *amateurs* de muy baja calidad fueron acogidos como fuentes antagonistas confiables frente a la versión del régimen sirio, que en sus cadenas oficiales difundía otra versión de los hechos elaborada con gran calidad técnica.

Cuando el conflicto deriva en guerra civil, a partir de 2012, nuevos agentes se suman a difundir vídeos. La estética de los vídeos no oficiales que corren por la red cambia, la producción se hace más profesional, de mejor calidad. Y también, más sesgada. De baluarte de la libertad de información, los vídeos pasan a ser utilizados como herramientas de terror, armas incendiarias, medios de propaganda e intimidación. Sobre

todo, vídeos de atrocidades cometidas por uno y otro bando. Y en paralelo, a pesar de que la calidad es mayor, los vídeos despiertan la sospecha de que lo que registran es fingido. Entonces, la prensa internacional empieza a rechazar estas grabaciones (Meis, 2020: 82).

- **La economía narrativa sin desperdicio sobre asuntos impre- vistos es sospechosa**

Este es un factor sutil y muy importante. El caso de los vídeos de *YouTube* en la guerra de Siria nos sirve también para explicarlo.

Cuando en 2013 se abre una nueva fase en el conflicto y empiezan a fluir vídeos realizados por personas que graban con equipos de alta definición profesionales (usan lo que se ha llamado *chaleco HD* —*high definition*— que incorpora todo el equipamiento para registrar imagen y audio) también empiezan a encontrarse relatos de historias fingidas. Se identifica por ejemplo a personas que aparecen en más de una pieza, tan pronto ilesas como heridas. Y los expertos (Meis, 2020: 84–85) advierten en estos relatos un rasgo distintivo, que no estaba presente en las grabaciones espontáneas que los activistas subían a la *web* en la primera época del conflicto: la plena pertinencia. La información que contienen los planos de estas secuencias de alta calidad técnica no incluye contenido irrelevante, todo lo que aparece es relevante, significa, aporta sentido, es pertinente y encaja. En los vídeos aficionados siempre había contenido no informativo: un fragmento de vacío, un movimiento de cámara no útil (que termina no desvelando nada), información incompleta de los encuadres, llegar tarde a una acción... El vídeo *fake* elaborado tiene otra economía comunicativa. La de la plenitud. Las piezas falsas se construyen con una intención y esa intención deja huella en la economía expresiva que regula la pieza: un exceso de pertinencia. Coloquialmente diríamos: *no falta un detalle*.

- **La apariencia de material *bruto* induce engañosamente a atribuir autenticidad**

Por el mismo principio de la no interferencia que hemos tratado antes, hay una predisposición a considerar que la manipulación de una pieza de vídeo se realiza con el software con el que se edita el material grabado. Así, lo que llamamos brutos de cámara, los planos tal cual se obtienen en la grabación (sin tratamiento, con el sonido directo, sucio

generalmente...) gozan de una discriminación positiva que les atribuye más autenticidad. Pero el material bruto, puesto que no ha sido editado, no lleva información gráfica, ni cabecera, ni comentario de voz que identifique contexto, lugar, identidades de las personas que aparecen.

Editar las grabaciones para añadir información gráfica y dotar de contexto es interpretado como interferencia que rebaja la autenticidad, pero, sin embargo, no hay que olvidar que una pieza puede ser igualmente falsaria tanto si es material bruto como si es material editado.

De hecho, el periodismo audiovisual no sólo consiste en conseguir grabar secuencias, sino en montarlas, dotarlas de contexto, identificar las fuentes, la fecha, el lugar. Todo ello para que el material pueda convertirse en documento, para que pueda, además de tener significado, tener sentido.

Dejar al material bruto sin ese embalaje puede ser la forma de hacerlo desinformativo, aunque su apariencia sea la de una secuencia filmada con *interferencia cero*.

La paradoja aquí: el periodismo, sí, es una forma de interferencia, pero una forma cualificada y sometida a una ética.

Por eso, la misma secuencia en bruto emitida por un informativo de televisión —independientemente de que sea una gran cadena o una cadena local— no adquiere el mismo valor de confiabilidad si la encontramos circulando por las redes sin filiación (sin identificación de quién la produce y la hace circular). Cuando va sin filiación significa que nadie asume la responsabilidad de haber contrastado ese material.

La otra paradoja aquí también: incluso siendo auténtica, una secuencia de vídeo puede ser desinformativa si no proporciona ciertos datos. Y hay autoras y autores que consideran la desinformación una categoría pareja de las *fake news*.

- **El atractivo de la fuente y la similitud inducen empatía**

Hay factores generales de la credibilidad de una fuente, tanto para noticias escritas, como post o videos. Por ejemplo, que sea experta o que referencie sus datos, que exponga de dónde los saca.

En las piezas audiovisuales en particular hay un factor que adquiere un gran peso en la credibilidad y que no opera en el periodismo escrito: la empatía visual con la fuente. Esa empatía aumenta cuando la fuente resultada atractiva y cuando logra parecer «uno de los nuestros», que es precisamente la baza que tratan de jugar muchos *influencers* para ganarse a la audiencia (Balaban y Mustatea, 2019).

- **Equilibrio emoción-razonamiento**

En el tránsito entre el siglo XX y XXI, con las expectativas abiertas por la implantación de la televisión digital y la alta definición, se confiaba en la teoría de que presentar de imágenes altamente impactantes contribuía a que la audiencia recordase mejor la información de las noticias televisivas. Estudios posteriores han empezado a alumbrar resultados que contradicen esta idea o que, cuando menos, invitan a matizarla.

La información en formato vídeo combina dos secuencias discursivas en dos códigos diferentes: el verbal y el icónico. Cuando las imágenes resultan más impactantes, los resultados de algunos experimentos van indicando que no favorecen la retención de la información verbal que las acompaña en ese momento, mientras sí se recuerda lo que aparece antes o después (Benaissa, 2012). El impacto visual y la consecuente activación emocional que generan pueden *velar* la percepción del discurso verbal que va en simultáneo. Ese impacto y esa emoción por tanto requieren ser regulados, modulados, si se desea que una pieza informativa en vídeo permita una comprensión lógica clara de los acontecimientos y los fenómenos que trata de explicar.

Precisamente las noticias falsas persiguen lo contrario. Sabemos que la indignación y la emoción de carácter moral (Peirano, 2019; Brady et al., 2017; Bakir y McStay, 2016) impulsan la viralidad de un vídeo o una noticia. Las falsas noticias suelen tratar de explotar ese recurso (lo terrible, lo indignante, lo fatal, lo sobrecogedor...). Por eso es común que los expertos (Zimdars y McLeod, 2020) incluyan en sus recomendaciones para combatir las noticias falsas que, en el momento en que sintamos que un vídeo nos está perturbando emocionalmente de un modo que no se acompaña de razonamiento, exposición equilibrada de datos y argumentos, lo detengamos y no lo compartamos, hasta que no hayamos podido contrastar con otras fuentes su contenido, su procedencia, su veracidad.

Ninguno de estos parámetros no obstante se puede tomar como regla infalible de modo independiente. Para detectar noticias falsas es preciso aplicar una combinación de criterios analíticos. No se puede por ejemplo afirmar que a menor calidad mayor autenticidad. De hecho, a medida que faltan ciertos parámetros técnicos en la grabación (por ejemplo, la falta de resolución) se hace más difícil rastrear su autenticidad (Meis, 2020: 85).

Ocurre lo mismo con una fotografía: si ha sido copiada a partir de sucesivos pantallazos, resulta más complejo advertir si ha sido manipulada. En las imágenes digitales que han sido comprimidas también es difícil detectar manipulaciones porque la estructura de los datos ha quedado tan degradada que los métodos digitales de detección de adulteraciones (el *software* digital) no puede rastrear cambios (Nguyen et al., 2020)

La verificación en realidad nunca deja de ser difícil. Y no sólo por las limitaciones de la tecnología, también por factores socio culturales que facilitan que aceptemos como válida una noticia porque aceptarla supone menor trabajo intelectual que cuestionarla. La verdad social, por ejemplo, lo que las personas de nuestro entorno piensan y dicen, la frecuencia heurística, lo que sabemos que ha sido repetido muchas veces (Shu et al., 2017, 2019) son algunos de esos factores, tratados en otros capítulos de este manual.

La tecnología y las técnicas para engañar varían continuamente; las creencias y cultura del público, también; pero incluso también el estilo del periodismo. Las noticias de radio y televisión anteriores al año 2000 eran muy diferentes a las del siglo XXI. En las primeras décadas de este siglo hay varios rasgos del contenido de esas noticias que han cambiado:

- Cambio de lenguaje: más coloquial, menos académico, menos abstracto.
- Cambio de estilo: menos descriptivo, menos narrativo, más argumentativo y más orientado a la persuasión.
- Cambio de enfoque: menos foco en los hechos y más en la conversación, en la interacción, la visión subjetiva de personas implicadas, el debate y la perspectiva personal.

Como vemos, por el lado del estilo, se ha estrechado el margen que distanciaba al periodismo de referencia de las noticias falsas.

Para advertir la adulteración seguiremos dos caminos: la observación visual crítica y la aplicación de software de detección.

5. Caja de herramientas de urgencia para la verificación audiovisual por los usuarios

La detección es sólo una de las formas de combatir el impacto de las noticias falsas. Y es una forma conveniente pero imperfecta pues lo que permite es una intervención a posteriori. Cuando se detecta una noticia que ha sido o está siendo difundida masivamente ya ha generado un impacto. Este impacto no se puede borrar por completo con ningún desmentido ni con ninguna rectificación. No sólo porque sea imposible retirarla de todas las plataformas en línea sino porque es imposible borrarla por completo del imaginario: después de haber sido difundida ya ha causado efectos en la percepción de las personas. La Psicología nos indica que una vez que se ha generado una percepción falsa es muy difícil corregirla.

A pesar de ello, los esfuerzos para detectar noticias falsas no dejan de tener un alto valor. Y la investigación en este campo está en plena expansión. En ella se implican universidades, agencias estatales y las propias tecnológicas, como es el caso de Google con Jigsaw, ambas filiales de Alphabet. Jigsaw es una incubadora tecnológica y entre otras cosas, explora desarrollos tecnológicos de seguridad. Ha creado por ejemplo el StyleGAN —específico para detectar *deepfakes*—, y en 2020 ha lanzado junto a varias universidades el Assembler, del que hablamos más adelante.

5.1. Pautas y niveles de verificación

Hay muchas formas y niveles de verificación posibles.

Las entidades que profesionalmente se dedican a verificar hechos y datos las conocemos como agencias de verificación o *fact-checkers*. Un organismo internacional las aúna, el International Fact-Checking Network, que pertenece al Instituto de Periodismo Poynter —centro de excelencia periodística—, y que, en septiembre de 2016 publicó un código para tomarlo como referencia que permitiera distinguir a las agencias que sigue un comporta-

miento fiable. El IFCN viene a ejercer como vigilante de los vigilantes. Este código exige a las agencias por ejemplo ser transparentes en la financiación, los métodos, las rectificaciones, las fuentes, entre otras cosas, además de la neutralidad partidista. Quienes se acogen y cumplen este estándar forman parte de la red internacional.

En España, en 2020, tres agencias son miembros de IFCN: Maldita.es, Newtral y EFE Verifica. Las dos primeras, junto a AFPFactual, fueron contratadas por Facebook para analizar la desinformación en su red. En relación con estas agencias, institutos académicos y entidades sin ánimo de lucro investigan y crean recursos para facilitar el trabajo de verificación. FirstDraft, creada en 2015, es una de estas entidades.

Hay cinco cuestiones que FirstDraft recomienda verificar antes de utilizar o compartir una fotografía o un vídeo por considerarlo informativo. En cada una de ellas podemos escalar diferentes niveles de verificación. Cuantos más pasos logremos confirmar, más confiabilidad: si sólo llegamos al nivel uno, no es adecuado compartir ni publicar; si llegamos al nivel cinco, sí.

1. Confirmar si es el original. Rastrear versiones disponibles en línea: 1) búsqueda simple por palabras, 2) búsqueda inversa, 3) tipo de *url* (si es corta, sugiere ser una versión original), 4) no aparecen más versiones en la red, 5) logramos hablar con la fuente y confirmar.
2. Identificar autoría. 1) Nos llega anónimamente, 2) localizamos que es publicado por un anónimo en red social, 3) localizamos el perfil de usuario que lo publica y más referencias de su persona (blog, artículo, página *web*, institución de filiación...), 4) nos comunicamos con quien lo publicó a través de las redes para confirmar, 5) consultamos a la fuente y contrastamos sus respuestas con datos (metadatos del archivo, información meteorológica, google maps, noticias de medios para ver circunstancias coincidentes del hecho...).
3. Localizar el lugar. 1) La/s imágenes no contienen contexto para identificar el lugar, 2) texto que acompaña da indicaciones del lugar pero no podemos identificarlo, 3) pistas visuales presentes en las imágenes (fondo, paisaje, edificios, señales, vestimenta, vehículos...) nos permiten inferir zona o región, 4) contrastamos datos de paisaje, elementos de referencia, herramientas cartográficas, y confirmamos coordenadas de

- latitud y longitud, 5) contactando con la fuente, contrastamos si sus respuestas coinciden con lo que ya hemos averiguado de la localización.
4. Identificar la fecha de creación. 1) El archivo no tiene metadatos y llega por vía anónima, 2) comprobamos el sello de tiempo de la primera versión publicada, pero desconocemos cuándo se grabó, 3) localizamos informes de otros testigos oculares y contrastamos el sello de tiempo de publicación con el del suceso, 4) accedemos a la fuente y podemos confirmamos que estaba en el lugar en el momento de la grabación, 5) contrastamos datos meteorológicos, presencia de otros sujetos etc. con la hora y el lugar.
 5. Conocer las razones de la grabación. 1) Sin saber quién grabo, desconocemos la motivación, 2) la cuenta en redes sociales que lo publica está recién creada, es una fuente que publica con poca frecuencia y no se puede inferir sus tendencias, su experticia o sus líneas de interés, 3) localizada la autoría podemos conocer sus relaciones, vínculo, filiación institucional, pero no su motivación, 4) rastreada su actividad en redes se identifica un perfil: activista, trabajador, propietario, víctima, periodista..., 5) con acceso a la fuente confirmamos la motivación.

5.2. Técnicas de observación crítica (visual y audiovisual)

La verificación siempre requiere la combinación de diversas técnicas y recursos. Una inconsistencia detectada por una vía es la información que sirve de base e hipótesis para seguir explorar por otra vía (Farid, 2019).

Ciertas técnicas de verificación están al alcance del público común, dependen de su competencia mediática y su capacidad para manejar criterios de observación. Algunos los hemos tratado ya en el epígrafe sobre factores de credibilidad.

- **Interpretación visual del contenido**

Lo primero es observar con atención.

¿Parece increíble? ¿A quién le interesa o beneficiaría que esto fuera cierto? ¿Me plantea una evidencia o me induce a que crea en algo gratuitamente?

Si alguna de estas respuestas nos genera sospecha, pasemos a observar con detalle el vídeo: ¿qué información de contexto puedo ver, es estable, varía a lo largo del vídeo y hay coherencia en los cambios, en lo que aparece de fondo, en la luz...? A veces, elementos que aparecen en el fondo nos indican que ha habido un paso del tiempo, que se han unido fragmentos correspondientes a diferentes momentos... Hemos de formular hipótesis de partida sobre la posible intervención que se ha realizado en la imagen. Para después recurrir a otras vías de verificación.

- **Comentario over**

La voz que acompaña las imágenes, sus comentarios. Preguntémonos hacia dónde orienta el sentido que podemos extraer de la imagen o la secuencia. Ya hemos visto antes que un mismo significado se puede leer con diferentes sentidos, exploremos pues hacia dónde nos trata de llevar el comentario.

Una interpretación del modo de interpelarme:

- a) Apela a mi razón: plantea explicaciones más que juicios, relaciona las afirmaciones con datos contrastados y con fuentes autorizadas y diversas.
- b) Apela a mis emociones: juzga, condena, califica y descalifica, plantea diatribas morales.

Una interpretación de rasgos lingüísticos:

- a) El tipo de léxico, las palabras que emplea, ¿es principalmente opinativo, provocativo, incendiario, con exageraciones, sensacionalista? ¿Es lenguaje común o científico y especializado? ¿Hace una mezcla de gran contraste intercalando términos científicos altisonantes con un lenguaje muy coloquial?
- b) Aplica marcadamente énfasis subrayando términos por entonación, por vocalización exagerada, por ralentización de la velocidad, separando sílabas y acompañando de gestualidad.
- c) Tiene un estilo gramatical fragmentado, de acumulación de impresiones o de desarrollo de matices. ¿Emplea frases cortas de impacto, al estilo de los eslóganes, acumulando ideas más que vinculándolas entre sí?



CAPTURAS DEL VÍDEO DE SIRIA



Fuente: Maldita.es

El 15 de septiembre de 2020, la agencia BasNews publica un vídeo de varias familias que intentan escapar del campamento de refugiados Al-Hol, al noroeste de Siria. Cuatro días después, el vídeo circuló por redes sociales con un comentario que decía que se trataba de una operación de tráfico de personas para llevarlas a túneles secretos. Era un bulo.

Siempre, pero especialmente si algo nos resulta sospechoso en esta primera exploración, podemos pasar a chequear en los sitios *fact-checking*. Además de Maldita.es, Newtral.es, EFE Verifica y AFPFactual, que ya hemos mencionado, otros sitios de prestigio internacional son Polígrafo (Portugal), La Silla Vacía (Colombia), Corrective.org (Alemania), Agencia Lupa (Brasil) Saludsinbulos.com, Snopes.com, Factcheck.org, *Washington Post* Fact-checker, EU vs Disinfo, Google Fact-check Explorer. Y siempre se puede buscar agentes en la lista de signatarios del código de la IFCN, en <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>

Además, los verificadores siempre indican en sus páginas la forma de contactarlos para hacerles llegar contenido sospechoso de ser un bulo. Ellos disponen de experiencia y de más recursos especializados.



Las agencias de verificación facilitan vías de interacción con ellas para iniciar el proceso de verificación de algún contenido que despierte nuestra sospecha.

Fuente: MalditoBulo

5.3. Verificación mediante software

No todos los indicios de noticias falsas en fotos y vídeos son discriminables a simple vista. Algunos rasgos de falseamiento sí se pueden apreciar en un visionado simple, pero otros requieren herramientas para analizar los archivos, lo que llamamos análisis forenses. Algunas de estas herramientas de detección están al alcance de la mano de los usuarios comunes e individuales. Otras más sofisticadas, requieren un manejo especializado. Y circulan primero un tiempo en modo experimental en círculos reducidos, como es el caso de Assembler en 2020 que vemos más adelante.

A. Software para analizar el rastro de circulación de una pieza

Después de escuchar miles de veces que las personas pronuncian una «s» al final de los sustantivos y adjetivos cuando se refieren a varios individuos o unidades de algo, los niños y niñas aprenden a utilizar el plural cuando hablan, aunque no sepan aún explicar qué es el plural. Asimilan el patrón y lo repiten.

Una máquina, que archiva miles y miles de rastros traducidos a números de lo que hacen las personas cuando navegan por la red, puede también detectar el patrón de comportamiento y repetirlo. Eso es un *bot*: un software que repite una fórmula de comportamiento humano. Sin ser humano, claro.

El *bot* trabaja desde una máquina que ha memorizado (*machine learning*) el rastro de esas miles y miles de cosas que han hecho las personas navegando por la red. Por eso decimos que es una inteligencia artificial (AI), porque, a partir de memorizar y comparar, ha generado un saber que no tenía cuando la crearon. La AI es una rama de las ciencias de la computación.

La detección de noticias falsas tradicionales se basaba en el contenido, en la línea de lo que acabamos de tratar más arriba. Pero cuando fotografías y vídeos se difunden a través de redes sociales se genera una información auxiliar que, mediante minería de datos (extracción del rastro numérico de la conducta de las personas en la red), puede ser explorada. Esta radiografía numérica de cómo ha circulado un post, un *tweet*, una foto, o un vídeo nos puede alertar de una falsedad cuando sus números no se parecen a los de la conducta humana. Sus primeros seguidores no son familia y amigos, por ejemplo; o no sigue a nadie, sólo sigue a cuentas anónimas; o sólo ha tenido una actividad, etc. Ciertas rarezas algorítmicas sirven para levantar la sospecha sobre ese usuario y ponen en la pista para descubrir contenido falso que circula en redes sociales.

La minería de datos también puede analizar los rasgos de contenido, una secuencia de vídeo, por ejemplo. Y nos puede alertar de la presencia de manipulaciones falsificantes cuando detecta el pegado de píxeles copiados, o el cambio de brillo en ciertas zonas o fotogramas, o falta de continuidad de ciertos rasgos entre un fotograma y el siguiente de una misma secuencia de imágenes.

B. Software para rastrear la biografía de una imagen

El software para manipular fotografías y vídeos (para editarlos) se ha desarrollado mucho y es muy accesible al público general. Pero también lo van siendo cada vez más las aplicaciones para detectar esas manipulaciones.

Búsqueda inversa

Es una técnica para localizar la fuente de la que procede una fotografía. Permite, a partir de una imagen, rastrear otras imágenes iguales en ciertos aspectos de su contenido: color, formas, figuras, texturas, metadatos. Mediante búsqueda inversa se puede descubrir de dónde

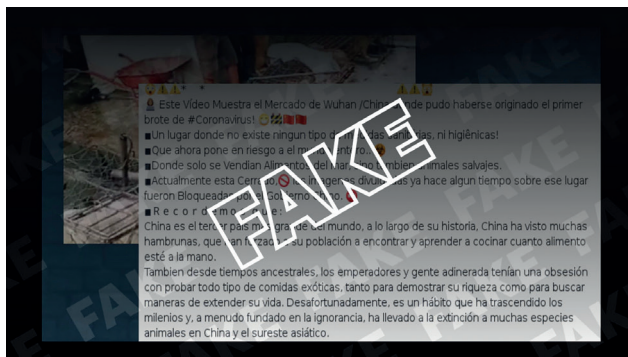
proviene una fotografía, si la imagen que alguien te manda coincide con la original que localizas, quién la ha creado, cuándo o dónde apareció en la red por primera vez.

El procedimiento que se sigue es similar a la búsqueda por palabras en un buscador, pero en lugar de entrar una palabra clave, cargas una imagen. Se puede realizar con diversas aplicaciones³.

- Google, en <https://image.google.com>
- Yandex en <https://yandex.com/images/>
- TinEye, en <https://tineye.com>
- Jeffrey's Image Metadata Viewer, en <http://exif.regex.info/exif.cgi>
- También los vídeos se pueden buscar:
- Amnesty International Youtube Data Viewer: si copias la url de un vídeo en esta aplicación puedes ver la fecha en que se subió a la red por primera vez. Este tutorial *How to check the upload time of a video on youtube* te indica el procedimiento <https://www.youtube.com/watch?v=2YS7YWnoYwo>

Un bulo verificado mediante búsqueda inversa por Newtral fue el vídeo, difundido masivamente en enero de 2020, que decía mostrar imágenes del mercado de Wuhan en China donde supuestamente se había empezado a difundir el virus del coronavirus COVID19. Se tomaron algunos fotogramas del vídeo y se rastrearon mediante la herramienta InVid que permitió identificar que se trataba de un mercado de Indonesia, en Longowan. Además, las verificadoras buscaron la traducción de unas palabras que aparecían en un cartel en una imagen. Decía: «Kantor pasar Langowan», que, traducido significa «Oficina de mercado de Langowan».

³ Aquí se explica cómo buscar en Google, Yandex y Tinder <https://quieresmacarrones.net/como-saber-si-una-foto-de-perfil-es-falsa/>



Este vídeo muestra supuestamente el mercado donde se habría originado la COVID19.

Fuente: Newtral.es

Observación y rastreo de fuentes, son dos procedimientos básicos y fundamentales. Hasta aquí, hemos visto formas de verificar adulteraciones operadas en la puesta en escena, la puesta en serie, las técnicas retóricas para conducir la lectura de las imágenes hacia cierto sentido particular entre los muchos sentidos potenciales de una imagen. Pero hay también formas de bulo y adulteración que no son apreciables a simple vista y que implican la manipulación del signo imagen de modo que ya no responde a la *verdad física* de la cámara. Se hace necesaria entonces una verificación forense, con asistencia tecnológica.

C. Software para analizar las operaciones de cirugía sobre las imágenes

Vimos más arriba que no inventar la historia es una primera condición que distingue a los bulos del periodismo. Vimos también el proceso fotográfico tiene una verdad física: solo registra lo que en algún momento se pone delante de la cámara.

Con la adulteración digital se atraviesa una nueva frontera: no sólo se inventa la historia, sino que se inventa también el registro. El signo básico (la imagen) es ya sintético. Se inventa que algo estuvo delante de la cámara cuando en realidad nunca estuvo. Y, además, el resultado es capaz de engañar al ojo.

En muchos casos se habla de análisis forense porque, al igual que un médico forense estudia las huellas en un cuerpo para lanzar una hipótesis sobre las causas y forma de su muerte, el estudio forense de la imagen busca huellas no evidentes en el cuerpo (archivo digital) de una foto o vídeo, para localizar cortes, incrustaciones, contaminaciones etc. que permitan averiguar qué cosas se le han hecho. El software de detección de adulteraciones digitales rastrea y contrasta

- **patrones de color y ruido de la imagen,**
- **copias o movimientos de partes,**
- **reemplazo** de objetos,
- uso de varios dispositivos para crear una misma imagen (modelos que son capaces de distinguir distintas capas de edición),
- o *deepfakes*, que han sido ya tratados en capítulos anteriores.

Mapas de calor

Algunas de estas aplicaciones trabajan mediante lo que se conoce como *mapa de calor*: el gráfico que mediante colores nos indica las zonas más retocadas de una imagen.

Si hacemos una copia en JPG de una imagen y otra copia de la copia y así sucesivamente, los píxeles originales irán perdiendo calidad a un ritmo mayor que los píxeles modificados y con esas diferencias las aplicaciones pueden dibujar los mapas de calor de las fotografías. El procedimiento es sencillo: subir una imagen a la aplicación o cargar la url de la fotografía y solicitar su análisis.

- FotoForensics

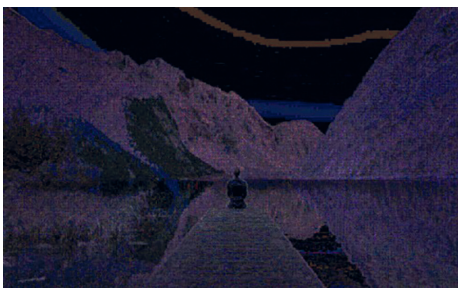
Fotoforensics.com nos ayuda a encontrar imágenes manipuladas. Es una herramienta online y gratuita. No te dice si una imagen es falsa o no, te permite analizarla y tú debes interpretar

si los datos que te proporciona indican que está alterada. Si le pides el mapa de calor, las zonas en las que aparecen datos de color rojo indican que la fotografía ha sido manipulada.

Tienes por tanto que gestionar la aplicación para lo que tú desees: ampliar, ver metadatos y datos geográficos, analizar contraste, si hay partes clonadas... Incluso te ofrece una hipótesis de cómo era la fotografía originalmente.



Fotografía retocada



Mapa de calor
generado con FotoForensics

— [Watchframebyframe.com](https://www.watchframebyframe.com)

Una herramienta que permite el análisis detallado de cada una de las imágenes de una secuencia.

— [Assembler](https://www.assembler.ai)

Es la herramienta que lanza Jigsaw en febrero de 2020 para detectar *deepfakes*. En su diseño, junto a Google, han trabajado también investigadores de las universidades de Maryland y California en Berkeley (EE. UU.) y Federico II de Nápoles (Italia).

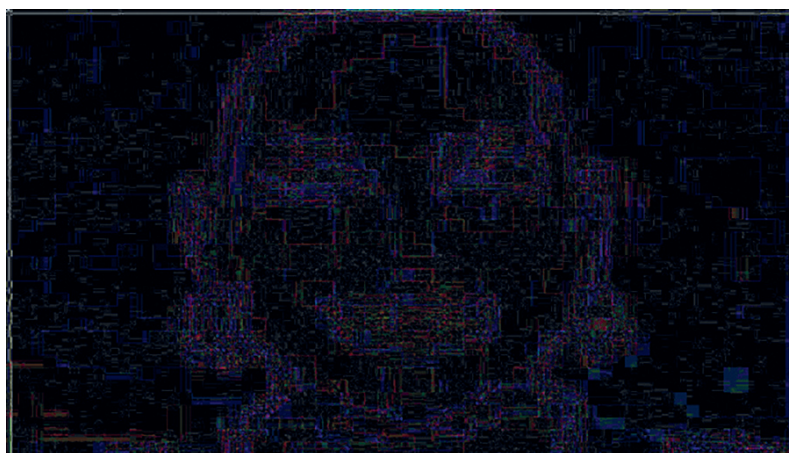
La pone en fase experimental en manos de un grupo de medios y agencias de verificación de diferentes países:

- France-Presse, en Francia.
- Animal Político, en México.
- Code for Africa.
- Les Décodeurs du Monde.
- Rappler, en Filipinas.



Fotograma de la campaña *Con mucho acento* publicada en enero de 2021 por Cruzcampo y realizada mediante tecnología *deepfake* recreando una imagen de la artista Lola Flores fallecida en 1995.

Fuente: Campaña *Con mucho acento*, Cruzcampo.



Análisis del mapa de calor de la imagen superior generado con FotoForensics.

Ejercicios

1. Buscar en alguna de las agencias de verificación mencionadas en este capítulo un bulo en el que se haya empleado una imagen verdadera para contar una mentira. Distinguir el significado de la imagen del sentido que se han tratado de sugerir al público.

2. Seleccionar un bulo en formato video gráfico —preferentemente de tema social— en Newtral y buscar su historial en Amnesty International Youtube Data Viewer.
3. Visionar y analizar un documental *fake* e identificar cinco herramientas retóricas que se hayan empleado. Puede analizarse el documental *Operación Palace*, mencionado en este capítulo.
4. Seleccionar un bulo en formato video gráfico en el sitio web de Maldita.es e identificar los elementos con los que apela a mi emoción y los recursos con los que trata de establecer una relación de empatía conmigo mediante la estrategia de inducirme a pensar que «es uno de los míos».
5. Seleccionar un bulo en EFE Verifica y localizar elementos que responda a algunos de estos rasgos de estilo: opinativo, provocativo, incendiario, con exageraciones, sensacionalista, mezcla indiscriminada de lenguaje común con científico y especializado de modo altisonante.
6. Trabajo en grupo. Seleccionar una imagen recibida por alguno de los miembros del grupo a través de redes sociales y que el grupo considere llamativa e impactante. Seguir los cinco pasos sugeridos por First-Draft como filtros que conviene aplicar antes de difundir una noticia gráfica y probar hasta qué niveles somos capaces de contrastar.

Bibliografía

- BALABAN, D. Y MASTATEA, M. (2019). Users' Perspective on the Credibility of Social media Influencers in Romania and Germany. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 21, 1 (46), 31-46.
- CHAYKA, K. (2016). Facebook and Google make lies as pretty as truth. How AMP and Instant Articles camouflage fake news. *The Verge*. 06/Dec/2016
- BAKIR, V. Y MCSTAY, A. (2016). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6 (2), 154-175.
- BENAISSA PEDRAZA, S. (2012). El procesamiento de imágenes de impacto por la audiencia de informativos de televisión. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 331-346.
- BRADY WILLIAM J.; WILLS, JULIAN A.; JOST, JOHN T.; TUCKER, JOSHUA A. Y VAN BAVEL, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks.

- PNAS, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114 (28), 7313-7318.
- CHEN, G. M.; CHEN, P. S. Y CHANG, CH-W. (2017). News video quality affects online sites' credibility. *Newspaper Research Journal*, 38 (1), 19-31.
- CHÉROUX, C. (2013). ¿Qué hemos visto del 11 de septiembre? En Georges Didi-Huberman, Clément Chéroux y Javier Arnaldo. *Cuando las imágenes tocan lo real* (37-68). Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- COMOLLI, J.L. (2009). Malas compañías: documento y espectáculo. *Cuadernos de cine documental*, 3, 76-89.
- CUMMINS, G. R. Y CHAMBERS, T. (2011). How Production Value Impacts Perceived Technical Quality, Credibility, and Economic Value of Video News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 88 (4). 737-752.
- FARID, H. (2019). *Fake Photos*. Cambridge: MIT Press.
- FOGG, B. J.; SOOHO, C.; DANIELSON, D. R.; MARABEL, L.; STANFORD, J. Y TAUBER, E. R. (2003). How Do Users Evaluate a the credibility of Web sites?: a study with over 2,500 participants. *DUX '03: Proceedings of the 2003 conference on Designing for user experiences*, 1-15.
- GARCÍA MARTÍNEZ, A. N. (2007). Mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual. *Revista Zer*, 22, 301-322.
- LEVI, S. (2019): *#Fake You / Fake News y desinformación*. Barcelona: Rayo Verde.
- MARTÍN MORÁN, A. (2005). La inocencia subversiva. Pistas falsas y alguna certeza sobre la producción audiovisual de Basilio Martín Patino. En María Luisa Ortega (coord.). *Nada es lo que parece. Falsos documentales, hibridaciones y mestizaje del documental en España* (pp. 47-82). Madrid: Ocho y Medio.
- MEIS, M. (2020). The Ambivalent Aesthetics and Perception of Mobile Phone Videos: A (De-) Escalating Factor for the Syrian Conflict. En Philipp Budka y Birgit Bräuchler (eds.). *Theorising Media and Conflict* (pp. 79-95). New York/Oxford: Berghahn.
- NGUYEN, H. H.; YAMAGISHI, J. Y ECHIZEN, I. (2019). Use of a capsule network to detect fake images and videos. 29 oct 2019. arXiv.
- NICHOLS, B. (1997). *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.
- PEIRANO, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema*. Barcelona: Debate.
- ROJAS CAJA, F. (2020). El fact checking. Las agencias de verificación de noticias en España. *Boletín IEEE*, 18. 1492-1505.
- SHU, K.; SLIVA, A.; WANG, S.; TANG, J. Y LIU, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *SIGKDD Explorations*, 19 (1), 22-36.

- SHU, K.; WANG, S. Y LIU, H. (2019). Beyond News Contents: The Role of Social Context for Fake News Detection. *WSDM '19: Proceedings of the Twelfth ACM International Conference on Web Search and Data Mining*, January, 2019. 312-320.
- TAYLOR, P. M. (2003). *Munitions of the Mind. A history of propaganda from ancient world to the present era*. Manchester: Manchester University Press.
- TANDOC, E.; LIM, Z. W. Y LING, R. (2018). Defining «Fake News»: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6 (2), 137-153.
- WALTON, D. (1995). Appeal to Pity: A Case Study of the *Argumentum Ad Misericordiam*. *Argumentation*, 9, 769-784.
- WILDE, Ó. (2000). *La decadencia de la mentira*. Madrid: Siruela.
- ZIMDARS, M. Y MCLEOD, K. (2020). *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*. Cambridge: MIT Press.

Concha Mateos (Plasencia, 1965). Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (1990) y premio extraordinario de doctorado en Ciencias Sociales en La Laguna, Tenerife (2004). Profesora titular de Comunicación Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos. Antes de iniciar la carrera académica, desarrolló una trayectoria profesional como periodista durante una década en diversos medios de comunicación y gabinetes de prensa de organizaciones políticas.

EPÍLOGO
DEL MÉTODO CIENTÍFICO AL MÉTODO DE VERIFICACIÓN
DE UNA NOTICIA

Jesús Zamora Bonilla
Universidad Nacional de Educación a Distancia

1. Desmarcándonos de la demarcación

Hacia el año 1800, William Buckley, un soldado británico de casi dos metros de altura que aún no llegaba a la veintena, fue detenido en Londres (donde se recuperaba de heridas recibidas en las guerras contra Napoleón unos meses atrás) por habersele hallado acarreado un rollo de paño robado. Su excusa de que simplemente estaba haciéndole un favor a una mujer que le había pedido llevar aquella tela, y de que él ignoraba su origen ilícito, no sirvió ante los inflexibles tribunales de Su Majestad, que lo condenaron nada menos que a un destierro de catorce años en Nueva Gales del Sur, en el sudeste de Australia.

Mientras el barco que lo transportaba hacía una escala en la bahía que rodea a la actual Melbourne (una ciudad que aún no había sido fundada en aquel tiempo), William se unió a un pequeño grupo de convictos que decidió escaparse. Uno de ellos fue herido de un disparo por los guardias que los perseguían, pero Buckley y otros consiguieron huir y alejarse, de modo que la nave acabó partiendo sin ellos. Los fugitivos decidieron dispersarse al principio de su huida, para reducir la probabilidad de que los encontraran, pero, abandonados en un territorio desconocido, aunque de clima suave y lleno de vida silvestre, todos acabaron muriendo de hambre, excepto nuestro protagonista, que, exhausto y también al borde de la muerte por inanición, fue encontrado por un grupo de aborígenes de la tribu Wathaurong. Para gran fortuna de William, en vez de matarlo como solían hacer con todos los extraños que encontraban en su territorio, uno de los aborígenes exclamó que aquel gigante no era otro sino el espíritu de su propio hermano, que había muerto hacía poco y que había regresado entre los vivos. Buckley fue cuidado por la tribu como uno de los suyos y vivió con ellos durante más de treinta años aprendiendo su lengua y sus costumbres, hasta que, en 1836, ya en mitad de la cincuentena, decidió regresar a «la civilización» en la recién fundada Melbourne, donde vivió por veinte años más hasta el fin de sus días.

Las aventuras de William Buckley, llevadas a un libro en los últimos años de su vida a través del un tal John Morgan (pues William fue siempre analfabeto), son una de las principales fuentes para conocer el mundo de los aborígenes australianos en la época de la colonización británica (Henrich, 2020) pero el motivo por el que las he traído a colación no tiene que ver con las peculiaridades de aquellos pueblos, sino con un aspecto mucho más simple de la historia: incluso en un ambiente de agradable clima mediterráneo, con abundante fauna y vegetación, como es el sureste de Australia, un ser humano occidental abandonado a su suerte tenía muy escasas posibilidades de sobrevivir por sí mismo, por la simple razón de que le resultaría extraordinariamente difícil encontrar con qué alimentarse. Solamente la ayuda de un pueblo que disponía del recurso más necesario para los humanos fue la que pudo salvar a nuestro William Buckley. Y ese recurso no es otra cosa, naturalmente, sino el *conocimiento*: la tribu de los Wathaurong *sabía cómo obtener de su entorno lo que necesitaba para sobrevivir, y nuestro héroe tuvo la suerte de que lo encontrasen a tiempo y de caerles simpático.*

En realidad, todos los animales necesitan conocimientos. Algunos de estos los poseen de manera innata; otros requieren un cierto aprendizaje. Pero el rango de conocimientos que pueden obtener los individuos de cualquier otra especie es tremendamente limitado en comparación con los que un miembro cualquiera de cualquier sociedad humana asimila a lo largo de su existencia, y por supuesto, los genes son un repositorio demasiado pequeño como para poder contener una enciclopedia tan enorme, así que, en nuestro caso, es casi despreciable la cantidad de conocimientos que recibimos mediante la vía puramente biológica; el resto, es decir, casi todo, tenemos que *aprenderlo*. Y, por supuesto, para que tú lo aprendas, alguna persona (que puedes ser tú mismo, pero que por lo general será otra) habrá tenido que *descubrirlo*. Si entendiésemos por «ciencia» algo así como «la generación de conocimientos transmisibles de modo cultural», entonces sería una trivialidad que el género humano ha producido «ciencia» desde su mismísimo origen, pues no de otra manera habría podido sobrevivir. Pero, por supuesto, resulta preferible restringir el sentido del término «ciencia», de tal manera que solo unos cuantos tipos de conocimientos merezcan ser llamados «conocimiento científico», y que solo unos cuantos tipos de actividades merezcan ser llamadas «ciencias». Los Wathaurong poseían muchos conocimientos, pero no tenían «ciencia». Entonces, ¿qué es lo que hace que la ciencia sea ciencia?

El hecho de que podamos razonablemente distinguir el «conocimiento científico» de otros tipos de «conocimiento» no debe hacernos caer en un error que,

por desgracia, ha sido muy tradicional en el marco de la filosofía de la ciencia y en el resto de las discusiones sobre este asunto: el de empezar intentando establecer algo así como un *criterio de demarcación* entre «lo científico» y «lo no-científico» (religión, ideología, pseudociencia, metafísica, poesía...). En realidad, la ciencia es *solo un tipo de conocimiento*, y aquello que hace que sea conocimiento es mucho más importante que lo que hace que ese conocimiento sea «científico». Si pretendemos separar «la ciencia» de todo lo demás, nos dejaremos fuera todo el acervo de conocimientos que ha permitido sobrevivir, y a menudo prosperar, a miles y miles de sociedades a lo largo de la historia. Me parece fundamental que tengamos este punto muy claro si vamos a tratar de entender las relaciones entre el conocimiento científico, la opinión pública, y el papel mediador entre ambos de los medios de comunicación y las redes sociales: la ciencia no es algo completamente aparte y diferente de lo que hay fuera de ella, sino que es *una más* de las innumerables actividades que los humanos llevamos a cabo cotidianamente para obtener ese recurso sin el que no podemos vivir y que llamamos «conocimiento», conocimiento que solo en algunos casos es «conocimiento científico», pero que no deja por ello de ser conocimiento.

2. Información, conocimiento y ciencia

Un término que podíamos haber utilizado en lugar de «conocimiento» es el de «información». Si no lo he hecho, es porque la información puede ser verdadera o falsa, correcta o incorrecta, mientras que «conocimiento (o saber) falso» es un oxímoron. Es una contradicción afirmar algo así como «Juan *sabe* que Java es más grande que Sumatra, pero en realidad Sumatra es más grande que Java». En cambio, no cometemos ninguna contradicción al afirmar «me pasaron la *información* de que Java era más grande que Sumatra, pero en realidad Sumatra es más grande que Java».¹ De hecho, en nuestro mundo hay por doquier información *falsa*, y cada vez en mayor cantidad y proporción. El conocimiento es, digamos, la «buena» información, y esto en un doble aspecto: primero, debe ser información correcta, en el simple sentido de que las cosas deben ser como

¹ Lo cierto es que a veces usamos la palabra «información» en el sentido exclusivo de «información veraz»; pero con la expresión «conocimiento» no suele existir dicha ambigüedad: no hay «conocimiento no veraz», salvo usando el término de manera excesivamente forzada; si decimos algo así como «el conocimiento que teníamos ayer ha dejado de ser válido», lo que queremos realmente decir es que el conocimiento que ayer *creíamos* tener, en realidad *no era* tal conocimiento.

afirma tal información (al menos, con el margen de aproximación que consideremos relevante); segundo, debemos tener algún tipo de garantía de que la información es efectivamente correcta, o sea, debemos tener la capacidad de identificarla como correcta con suficiente seguridad.

A lo largo de los milenios, los seres humanos hemos ido acumulando y perfeccionando las prácticas que nos permiten obtener (y transmitir a las siguientes generaciones) esa información útil. Todas las actividades cotidianas, por no hablar de los oficios más expertos, dependen de ello de manera esencial. ¿Cuál es la diferencia, entonces, con eso que denominamos «ciencia», y que, por supuesto, consideramos muy diferente al saber que consiste en saber cuál es el camino a casa de nuestros padres, cuál es el momento adecuado para sembrar la avena, o cómo construir un *boomerang*? La tesis que quiero defender aquí es que no existe una diferencia cualitativa entre las «maneras de obtener información correcta y garantizada» en la vida cotidiana o en las prácticas «precientíficas», por un lado, y las que son propias de «la ciencia», sino que se trata más bien de una diferencia *institucional*. La «ciencia» es, sobre todo, una institución *expresamente dedicada* a la búsqueda, acumulación y transmisión de «información de alta calidad». Cuando clasificamos a algunas sociedades del pasado como «pre-científicas», la diferencia más importante en que debemos fijarnos *no* debe ser algo así como que la vida en aquellas sociedades se basaba en «creencias precientíficas» (mitos, religiones, leyendas, refranes, etc.), mientras que la nuestra se basaría en el «conocimiento científico», pues, como hemos indicado, la mayor parte de la información que se utilizaba de hecho en esas sociedades tenía que ser inevitablemente «correcta», y por otro lado, tampoco es que las creencias «anticientíficas» hayan dejado de tener presencia e influencia en las sociedades actuales. No, la diferencia importante consiste en que nuestra sociedad posee, al contrario que otras, una *institución* (o mejor dicho, un sistema de instituciones) específicamente dedicada a la obtención de información de alta calidad, y a la transmisión de dicha información al resto de los ámbitos sociales. En las sociedades anteriores, cada actividad, cada profesión, eran las responsables de ir obteniendo la información necesaria para ellas, y además esa búsqueda de conocimiento no estaba organizada como un fin en sí mismo, sino que era más bien un resultado secundario de las propias prácticas, acumulándose a lo largo de los siglos por ensayo y error o poco más, y la transmisión de ese conocimiento se solía realizar a su vez dentro de dichos ámbitos, sin compartirlo sistemáticamente con otros. Tampoco existía la noción de un tipo de conocimientos que fuesen intrínsecamente «transversales», en el sentido de que no

pertencieran a una actividad práctica o un oficio concretos, sino que pudieran ser aplicados a muchos ámbitos a la vez (en este sentido, lo que llamamos conocimiento «abstracto» o «teórico» —palabra griega esta última que significa «contemplativo»— no debe, pues, entenderse tanto como un conocimiento «completamente ajeno a su posible aplicación práctica», sino más bien como un conocimiento cuya aplicación práctica es abierta e indefinida). La «ciencia», pues, surge históricamente cuando algunas personas consideraron que obtener conocimiento «por sí mismo» es una actividad que puede separarse socialmente de las demás; a quienes lo hicieron por primera vez se les llamó «filósofos» (literalmente, «amigos de la sabiduría»), en tiempos de la Grecia clásica, aunque, por supuesto, aquello fue solo la semilla de un crecimiento institucional que durante muchos siglos fue bastante lento y muy limitado espacial y temporalmente, y que solo en los últimos siglos se ha transformado en la compleja realidad que conocemos hoy en día.

3. ¿Existe el «método científico»?

Naturalmente, no es solo característico de «la ciencia» el hecho de que se haya separado institucionalmente de otras actividades para dedicarse *ex profeso* a la búsqueda de conocimiento (mientras que en otras dicha búsqueda suele ser un resultado lateral, por así decir), sino el hecho de que, al cobrar de este modo existencia autónoma, ha llegado a ser *mucho más eficiente* en la producción de información de calidad que el resto de las actividades y prácticas sociales, eficiencia que hemos de entenderla tanto en términos de la *cantidad* de información producida, como en términos del nivel de *garantía y corrección* con que la obtiene. Algo, por otro lado, que es un resultado habitual del proceso que conocemos como «división social del trabajo». Los conocimientos científicos suelen ser «mejores» que los no-científicos, no por la aplicación de algo especial que podamos llamar «el método científico», sino sencillamente porque se dedican a ello muchos más recursos, mucha mayor especialización y mucho más cuidado. Es decir, el conocimiento científico suele ser «mejor» conocimiento que el obtenido por otras vías por una razón tan simple como la razón por la que unos zapatos fabricados por un zapatero profesional serán mucho mejores que unos que pudiera fabricar yo con mis torpes manos: por la pericia acumulada por los profesionales correspondientes, más que por la pre-existencia de una especie de algoritmo llamado «el método científico» o

«el método zapateril» en el mundo de las ideas. Igual que no existe *un* método de hacer zapatos, sino una enorme variedad, tampoco existe un método para obtener conocimientos científicos, sino que lo que tiene que hacer, pongamos, un arqueólogo para averiguar cómo era la sociedad correspondiente a cierto yacimiento es radicalmente distinto a lo que tiene que hacer un químico para descubrir la estructura de una cierta molécula, o a lo que tiene que hacer un epidemiólogo para determinar la mejor forma de evitar la propagación de una pandemia. Y ni siquiera en el caso de una de estas especialidades considerada aisladamente es razonable encontrar una lista cerrada de «métodos», sino que estos siempre están evolucionando y siendo sometidos a discusión, igual que las formas de fabricar zapatos.

Ahora bien, igual que todos los zapatos, y todas las maneras de producirlos, están condicionadas en último término por la forma y la función de nuestros pies, también todas las formas de obtener conocimiento (tanto el «científico», como el «extra-científico») están en el fondo determinadas por la propia naturaleza de la información y de nuestras capacidades de procesarla, y quizá una mínima descripción de estos condicionantes puede ser presentada como una especie de «resumen del método científico» (un resumen más bien caricaturesco, pero que, como toda buena caricatura, puede capturar ciertos elementos esenciales de aquel sujeto al que representa). Los dos elementos principales de esa caricatura serían:

1. Casi todo nuestro conocimiento depende en último término de lo que observamos a través de nuestros sentidos; o, por decirlo de otro modo, la experiencia es el principal «lugar de entrada» de la información en nuestro acervo de conocimientos.
2. Las proposiciones que describen o intentan describir los hechos están relacionadas entre sí por vínculos inferenciales, en el sentido de que algunas proposiciones se siguen de otras (si A es verdad, entonces B tiene que ser verdad) o son incompatibles con otras (si A es verdad, entonces C no puede ser verdad), aunque esta relación es a menudo meramente probabilística (si A es verdad, entonces es probable que B sea verdad, o que C no lo sea). Dicho de otra manera: los conocimientos deben organizarse y justificarse mediante el razonamiento lógico.

Otro aspecto esencial de toda actividad productora de conocimiento, socialmente relevante, es el hecho de que ni la «observación empírica» ni el

«razonamiento lógico» que se mencionan en los dos puntos anteriores suelen poder llevarse a cabo en solitario: por lo general, no tenemos más remedio que basarnos en lo que han observado *otras personas*, no nosotros mismos con nuestros propios ojos; y por lo general, los argumentos a favor o en contra de una determinada tesis tienen más la forma de una *discusión* entre varias personas que la de un razonamiento elaborado de principio a fin por una sola persona (de hecho, parece que nuestras capacidades de razonamiento están mucho mejor adaptadas biológicamente a la situación que podemos llamar «defender nuestra propia opinión en un debate público», que a la situación que llamaríamos «reflexionar objetivamente en la soledad de nuestro gabinete») (Mercier y Sperber, 2017).

El papel fundamental que la observación y la inferencia tienen en la generación de información de alta calidad ha llevado a dos concepciones tradicionales sobre el «método científico» que se caracterizan por priorizar de manera absoluta una sola de estas dos fuentes. Por un lado, tendríamos el *inductivismo*, según el cual el método científico sería el «método inductivo»: hacer observaciones lo más completas y sistemáticas posibles, para inferir de ellas, por simple generalización (o «inducción»), las leyes o regularidades ejemplificadas en lo que hemos observado. Supuestos defensores de algo parecido a este método habrían sido Aristóteles, Francis Bacon o Stuart Mill, y quizá los «positivistas lógicos» de la primera mitad del siglo XX. Por el otro lado tendríamos el *deductivismo*, según el cual la ciencia debe seguir el «método deductivo», partiendo de principios racionales intuitivamente verdaderos, e infiriendo a partir de ellos, por argumentos puramente lógicos o matemáticos, las leyes que deben gobernar de modo inevitable la naturaleza; solo al final del proceso habría un último escalón que permitiría deducir de tales leyes lo que necesariamente se observará cuando se mire el mundo con cuidado a través de mediciones o experimentos. Los héroes imaginarios de esta visión de la ciencia habrían sido Platón, Descartes, Leibniz o Hegel, y algo similar sería lo que habría defendido en nuestra época algún que otro físico matemático, como David Deutsch (2011).

Inductivismo y deductivismo (o sus versiones más filosóficas, «empirismo» y «racionalismo») serían, como digo, dos caricaturas que incluso los autores que he mencionado no defienden, por supuesto, de un modo tan simplista y exagerado como el que he retratado. En realidad, en todo proceso de investigación científica (salvo, quizá, en las matemáticas puras, y no siempre) hay abundantes «momentos inductivos» (de recopilación de datos y obtención de

regularidades a partir de ellos) y «momentos deductivos» (de argumentación puramente lógica basada en principios abstractos, sin prestar aparentemente gran atención a los datos empíricos), y cada disciplina va desarrollando técnicas, normas o hábitos (incluso incompatibles entre sí) sobre cuándo utilizar más los unos o los otros y cómo llevarlos a cabo. Pero hay otro elemento fundamental en la investigación científica (y en muchas otras formas de obtención de conocimiento, pero en esta singularmente) que no hemos indicado todavía, y que tiene que ver con el hecho de que muchas de las entidades, propiedades, sistemas, etc., a las que se refieren las proposiciones científicas son cosas que no resultan en absoluto aparentes en los datos observables, ni tampoco asoman de manera clara en los «principios racionales» de los que se jacta el deductivismo. Los conceptos y relaciones que describen a tales entidades «escondidas» no hay más remedio que inventárselos, concebirlos en nuestra mente como una simple conjetura, con la esperanza de que esa conjetura podamos enlazarla de manera más o menos fructífera con las redes de argumentación que las conectarán «hacia abajo» (con los datos empíricos) y «hacia arriba» (con los principios racionales).

Estas conjeturas suelen recibir el nombre de hipótesis, o a veces, teorías o modelos, y, aunque la variedad de los métodos relacionados con ellas es incluso mayor que la que hay con los dos elementos considerados más arriba (observación y razonamiento lógico), lo cierto es que también en este caso su estructura determina al menos algunos aspectos básicos del modo como pueden ser sometidos a crítica para que vayan avanzando en el camino que las lleva, de simples conjeturas, a verdaderos conocimientos. Me refiero a lo que suele conocerse como método hipotético-deductivo: podemos esforzarnos en deducir, mediante argumentos lógicos, qué hechos en-principio-observables tendrían que ser verdaderos *en el caso* de que la hipótesis fuese cierta (este es el elemento «deductivo», al que, si tales hechos aún no sabemos si son ciertos o no, llamamos *predicción*), para, posteriormente esforzarnos en determinar empíricamente si tales hechos en-principio-observables se observan o no, en las condiciones o circunstancias determinadas por la hipótesis. Si no se observan, si observamos que el hecho predicho *no* ocurre, entonces la lógica nos proporciona un argumento en contra de nuestra hipótesis, y habremos de rechazarla, o al menos modificarla. Si se observan, eso no demuestra de modo concluyente que la hipótesis sea verdadera (pues futuras predicciones realizadas a partir de ella, e independientes de las que hemos observado ahora, podrían fracasar), pero al menos suponen una razón a favor de la conjetura.

El problema con las hipótesis (además de que no podemos observar directamente si se cumplen o no, ni podemos deducirlas como teoremas necesariamente válidos a partir de los «principios racionales») es que, como surgen de nuestra imaginación, podemos inventarnos infinidad de ellas (lo que, por sí mismo, no es malo), y a menudo sucede que tenemos varias conjeturas que son igual de coherentes con los hechos observados (esto es lo que se llama «el problema de la *infradeterminación* empírica de las teorías»). En ese caso, tenemos que utilizar algunos otros tipos adicionales de razonamiento para decidir cuál de todas esas conjeturas es preferible; el más importante de los cuales es el que se conoce como *principio de parsimonia* o «navaja de Ockham»: *a igual apoyo empírico, la hipótesis más simple es la que tiene mayor probabilidad de ser correcta*. El problema, naturalmente, es que dicha «simplicidad» puede ser valorada de maneras muy distintas según las circunstancias, aunque menudo podemos identificar dicha simplicidad con la *coherencia* con el resto de nuestro conocimiento: la hipótesis que nos obligue a hacer menos conjeturas adicionales, o menos revisiones sobre lo que pensábamos conocer, será la preferible.

4. Otros buscadores de conocimiento

En resumen, los científicos siguen métodos que no se diferencian mucho (salvo porque están mucho más refinados, elaborados, y adaptados a los ámbitos y tecnologías relevantes en cada caso) de los que se utilizan en cualquier otro ámbito de la vida para adquirir conocimientos con los que resolver nuestros problemas: observar con cuidado, razonar con cuidado, formular hipótesis, contrastarlas, y quedarnos con las explicaciones más simples posibles de los hechos que hemos llegado a descubrir. La diferencia principal entre los científicos y otras personas que también necesitan «averiguar cosas» es, como decíamos más arriba, que los primeros hacen de esto su actividad principal, mientras que en casi todos los demás casos la búsqueda de conocimientos es un paso entre muchos otros (y a veces bastante secundario) en el camino a finalidades más prácticas. Pero lo cierto es que hay algunas profesiones en las que la búsqueda de conocimiento sí que es una tarea tan básica y fundamental como en la ciencia: pensemos, por ejemplo, en los tribunales (y las fuerzas de policía que los ayudan a investigar los delitos), o en los espías, exploradores y otros «servicios de inteligencia». El «método» en todos estos casos se reduce a lo mismo: observar, conjeturar y razonar con el mayor cuidado posible, aunque a menudo las «ob-

servaciones» consisten en obtener el testimonio de otras personas que son las que en efecto han observado los hechos relevantes. Y, por supuesto, detectives y rastreadores no suelen tener, o no con la misma frecuencia, el problema que a menudo tienen los científicos de intentar averiguar cómo funcionan cosas que, propiamente hablando, son inobservables, como las órbitas de los planetas, los campos electromagnéticos, o las moléculas.

Espías, exploradores, inquisidores y jueces los ha habido desde hace milenios, pero en los últimos dos siglos ha surgido también otra profesión en la que la búsqueda de conocimientos es un elemento esencial: el periodismo. Naturalmente, una diferencia importante entre los espías, detectives y periodistas, por un lado, y los científicos, por otro, es que los segundos intentan por lo general obtener conocimientos que *aún* no existen, mientras que los primeros suelen intentar averiguar cosas que *sí* que hay alguien que sabe *ya*. Pero lo cierto es que a la información le da lo mismo (por lo general) cuánta gente la posea, y si tú no la tienes, el tipo de cosas que tienes que hacer para adquirirla, si quienes *sí* que la poseen no te la quieren contar, es bastante parecido a las que debería seguir un científico: comparemos, por ejemplo, el caso de un periodista investigando un episodio de corrupción del partido político gobernante, con el caso de un historiador haciendo lo mismo pero con quienes gobernaban hace siglo y medio. En ambos casos se trata de acumular pruebas, tantear hipótesis, y razonar sobre la coherencia o incoherencia entre cada pieza de información, hasta dar con una imagen global en la que todo encaje lo mejor posible. Por lo tanto, el científico y el periodista, al menos el «periodista de investigación», no se diferencian mucho cualitativamente hablando, en cuanto a su propia actividad. Ambos deben formular la mejor teoría posible sobre el problema acerca del cual estén investigando, deben acumular hechos desconocidos que corroboren o debiliten cada hipótesis alternativa, deben prestar atención a la plausibilidad de cada idea según su coherencia con el resto de los hechos conocidos, y deben presentarla con la mayor claridad y rigor posibles.

En cambio, las diferencias entre el científico y el periodista son más que notables cuando tenemos en cuenta no solo su propia actividad «individual», sino su relación con otros agentes. La diferencia más evidente se refiere a la *audiencia* de cada uno: el científico suele escribir sus trabajos pensando en otros colegas, que son quienes van a evaluarlo y quienes van a decidir, en último término, si las conclusiones a las que ha llegado hay que considerarlas como suficientemente correctas o no. El periodista, en cambio, escribe para «el público», y es el juicio

del público el que desempeña el papel más parecido al de «evaluación» (en este caso, no «por pares», como en la ciencia) de lo que el periodista publica. Los científicos también escriben a veces «para el público», p. ej. cuando crean obras de *divulgación*, pero en ese caso su tarea no consiste en presentar unos determinados conocimientos para que sean *evaluados* por el público, pues la verdadera «evaluación» de este conocimiento ha sido realizada previamente por la comunidad científica, y lo mismo ocurre, por supuesto, cuando son los periodistas los que realizan trabajos de divulgación (no de investigación); en cambio, el trabajo de *investigación* del periodista sí que es sometido al *juicio* del público, que lo tomará (o lo rechazará, o unos una cosa y otros la otra) como un elemento que forme parte de su *opinión* sobre el ámbito al que pertenece la realidad investigada.

La segunda diferencia importante en cuanto a la relación de científicos y periodistas con personas ajenas a su profesión tiene que ver con el hecho de que, por lo general, lo que dicen los científicos no suele tener graves repercusiones prácticas *directas* para quienes no se dedican a la ciencia (aunque, por supuesto, hay excepciones, y, también por supuesto, las repercusiones *indirectas* son con frecuencia muy significativas); en cambio, los asuntos de los que hablan o escriben los periodistas suelen ser en la inmensa mayoría de los casos acciones de individuos, empresas o instituciones *concretas*, con nombre y apellidos, y estos sujetos tienen un interés inmediato en que los mensajes periodísticos sean favorables para ellos, o al menos no sean perjudiciales. Hay un dicho muy conocido según el cual *la diferencia entre la divulgación y el periodismo es que la divulgación consiste en explicar de manera sencilla cosas difíciles de comprender que nadie pretende que se mantengan ignoradas, mientras que el periodismo consiste en contar cosas sencillísimas de entender, pero que alguien no quiere que se sepan*. En este sentido, normalmente los artículos científicos están mucho más cerca de lo primero que de lo segundo (aunque prescinden de lo de «explicar de manera sencilla»). Esta diferencia es tan importante que nos lleva de cabeza al siguiente apartado, con el que cerraremos este capítulo.

5. Ciencia, periodismo, intereses e ideologías

Exactamente igual que la función primordial de la agricultura es la de producir alimentos de la manera más eficaz posible, la función primordial de la ciencia y del periodismo no es otra que la de producir y distribuir información del modo más eficaz posible. Naturalmente, los diversos valores, intereses y

cuotas de poder de los miembros de la sociedad influirán en qué alimentos son producidos en mayor o menor cantidad, y quiénes se beneficiarán más o menos de ellos, y de modo similar, esos mismos valores, intereses y cuotas de poder influirán en qué tipos de investigaciones recibirán más recursos y quiénes serán los principales beneficiarios de sus resultados y de su divulgación y aplicación. Es razonable esperar que alguien prefiera que el conocimiento avance más en un determinado terreno que en otros (compartamos tales preferencias o no los demás), pero lo que *no* es razonable es esperar que alguien prefiera que, sobre ese asunto en el que tiene gran interés, la información que se obtenga sea *de mala calidad*, antes que información correcta.

Los seres humanos, por desgracia, estamos sometidos a numerosos sesgos que a menudo nos hacen percibir y entender las cosas de manera bastante alejada de la verdad (ver, por ejemplo: Matute, 2019), pero, como hemos visto más arriba, la característica principal de la ciencia consiste en el esfuerzo por obtener información con la mayor garantía posible de corrección, es decir, en el esfuerzo por corregir todas aquellas tendencias que nos llevan a cometer errores al intentar averiguar cómo son las cosas en un determinado ámbito. Hay, por supuesto, numerosas razones por las que tal esfuerzo puede a veces no dar como resultado una información de calidad realmente elevada sobre la que se haya podido construir un consenso científico bien fundamentado, en especial la propia complejidad *intrínseca* de algunos ámbitos del universo en comparación con otros, o la dificultad para encontrar datos abundantes y fiables relativos a ellos. Esto conduce de modo inevitable a que ciertas áreas de la ciencia parezcan más «científicas» u «objetivas» que otras, aunque, en realidad, en todas las disciplinas científicas suele ocurrir que los temas de investigación que se hallan más «en la frontera del conocimiento» son asuntos en los que predomina el debate por encima del consenso, precisamente porque todavía no se sabe lo suficiente sobre ellos como para haber podido descartar todas las posibles teorías excepto una.

El periodismo, por el contrario, carece de algo parecido al «mecanismo de autocorrección» que existe en la ciencia, y que básicamente consiste en el *compromiso* de los científicos por someter a prueba lo más duramente posible cada teoría que se proponga, y en aceptar la que mejor resista aquellas pruebas, aunque no sea la que a un científico en concreto «le interesaba» que se aceptase. Esto se debe a que, como veíamos más arriba, los evaluadores últimos de la tarea del periodista no son sus colegas, sino el público, y el público carece de un interés tan intenso como el de los científicos por la calidad objetiva de

la información que termina aceptando. Ahora bien, ¿cómo es esto posible? ¿Cómo puedes tú, como lector o espectador, no estar «suficientemente interesado» en que tus opiniones sobre los temas acerca de los cuales te informas sean opiniones correctas mejor que opiniones incorrectas? Volveremos a esta cuestión enseguida, pero antes permítaseme introducir el otro gran factor que hace que la información periodística no tenga por lo general el mismo grado de objetividad que el conocimiento científico, y que tiene que ver con lo que veíamos al final del apartado anterior: como acabamos de decir, es razonable esperar que las personas prefieran tener información correcta antes que información incorrecta, pero eso es muy distinto a la cuestión de si prefieren que *los demás* tengan buena o mala información. Si los beneficios de una empresa, o los votos que reciba un partido, dependen en gran medida de que los consumidores o los votantes *estén equivocados* sobre ciertos asuntos, lo lógico es que aquella empresa o aquel partido político tengan un interés en generar *desinformación* sobre esos temas, es decir, «información incorrecta», o al menos, información que lleva al público a tomar decisiones que no coinciden con las que habría tomado en caso de contar con información *objetivamente* mejor. La mejor defensa contra esto es fomentar la *libre competencia* entre empresas, entre partidos, y entre medios de comunicación, para que el público pueda comparar aquella información incorrecta con otras fuentes, además de establecer cuantos *controles de ética y pluralidad informativas* sea posible a todos los niveles, aunque también existe el riesgo de que algunos de estos «controles» degeneren en una especie de censura, lo que demuestra que el equilibrio óptimo en esta materia es difícil de obtener, e inclusive de definir. Por otro lado, tampoco hay que engañarse pensando que la propia actividad científica está completamente libre de la influencia de agentes a los que les resulte beneficiosa la producción y difusión de «desinformación», pero en este caso los mecanismos de control interno de la ciencia, con las graves repercusiones que para un científico individual puede tener el verse involucrado en un caso de *fraude*, parecen al menos más eficientes que en los medios que se dirigen a la opinión pública.

También hay que mencionar los casos en los que son los propios intereses académicos de los científicos los que pueden llevarles a no perseguir la verdad con el suficiente rigor: al fin y al cabo, la institución científica funciona otorgando grandes recompensas a quienes son reconocidos como los descubridores de la mejor solución a un problema científico, y esto puede llevar a que un investigador prefiera presentar sus datos y argumentos de tal modo que parezcan más favorables para *su propia teoría* que lo que objetivamente puede justificarse.

Esto puede ocurrir incluso al nivel colectivo de toda una disciplina científica o una «escuela» dentro de ella: un grupo de investigadores pueden acabar siendo «ciegos» a algunos argumentos decisivos en contra de la teoría (o «paradigma», por utilizar un viejo término) (Kuhn, 1962) de la que por motivos históricos dependen sus carreras. Esto conduce a un dilema parecido al que hemos señalado de pasada respecto a los medios de comunicación, sobre cuánto fomentar la diversidad frente a cuánto valorar el consenso, y no voy a engañar a nadie aquí afirmando que los filósofos de la ciencia hayamos descubierto una respuesta satisfactoria a tal dilema (ver: Kitcher, 2003).

Un factor que puede tener causas y efectos similares, pero que no es idéntico, al de la influencia de los intereses en la objetividad y calidad de la información que se difunde en los medios de comunicación (y en parte, aunque seguramente mucho menos, en la investigación científica) es el que conocemos como *ideología*. En cierto sentido, la ideología podemos entenderla como un tipo de sesgo más, o como un conjunto de sesgos, y también como algo influido por los propios intereses (o por los intereses «de clase», según la vieja tradición marxista), pues uno de los elementos característicos de las ideologías es el hecho de que funcionan principalmente como *mecanismo de auto-justificación* de las decisiones o costumbres de un determinado grupo (o, podríamos decir, como «calmantes de la disonancia cognitiva»). Pero lo más característico de la ideología es, seguramente, su íntima conexión con la *política*, de tal manera que «ideología» e «ideología política» nos resultan prácticamente sinónimos, y en el mundo de los medios de comunicación, la ideología desempeña un papel bastante más central que otros tipos de sesgos, hasta el punto de, en la mayoría de las ocasiones, definir la «identidad política» de cada medio. Esto lleva a una desagradable característica de estos medios: el hecho de que, en gran medida, más que funcionar como fuentes de información objetiva (como proveedores de respuestas razonablemente correctas a las preguntas del tipo «¿qué es lo más importante que ha pasado en las últimas horas?»), parecen hacerlo como *suministradores de auto-complacencia ideológica* (proveedores de respuestas a preguntas del tipo «¿cómo se puede interpretar lo que ha pasado en las últimas horas de tal manera que me confirme lo mejor posible mis simpatías y antipatías políticas?»). El hecho de que cada uno de nosotros prefiramos informarnos en unos medios de comunicación mejor que en otros, no tanto porque la información que ofrecen aquellos sean objetivamente mejor que la que ofrecen estos, sino porque tengamos más facilidad para aceptarla como verídica por estar más de acuerdo con nuestra ideología política (porque en ella encontramos más —y más ponzoñosas— críticas a los políticos que consideramos como

«adversarios»), es algo seguramente tan inevitable como malsano. No tengo claro que las redes sociales hayan exacerbado esta situación con respecto a como podría ser a lo largo del siglo XX, cuando la comunicación entre los medios y el público era básicamente unidireccional; pero sin duda esas redes constituyen también un caldo de cultivo propicio para la circulación de información que es aceptada por ser coherente con nuestra ideología, más que por su objetividad.

Esto último me lleva a la reflexión con la que terminará el capítulo: en los últimos tiempos, y quizás en este caso sí que mucho más por el efecto de la «democratización» de la comunicación gracias a las redes sociales y a otras plataformas informáticas, se ha incrementado la fuerza de otro factor que tiende a erosionar la calidad de la información que circula entre el público, y que no es otro que lo que el filósofo Harry Frankfurt denominó «pamplinas» (*bullshit*) (Frankfurt, 2006). Estas no son tanto el intento deliberado de difundir información falsa, para engañar al público o para reforzar una posición política, sino más bien el mero desprecio a la verdad, el intento de adquirir *notoriedad* mediante la difusión de información estúpida, simplemente porque la notoriedad así adquirida es mucho más valiosa para quien la persigue que la calidad de la información, y porque lo chocante y disruptivo de esa información le hace sentirse, al público que la recibe y acepta, como alguien que está «por encima de la masa crédula».

Naturalmente, todos estos factores que juegan en contra de la objetividad de la información tal como se ofrece en los medios de comunicación no son excluyentes entre sí, sino que suelen ir acompañados unos de otros en diversas proporciones, y, como decía un poco más arriba, seguramente es imposible eliminarlos en completo, y ni siquiera en una medida apreciable. Por tanto, si este breve texto mío contribuye aunque sea en un pequeñísimo porcentaje a que sus lectores sean menos proclives a sentirse atraídos por tales cantos de sirena de los intereses, los sesgos, la ideología y el *bullshit*, tanto si lo hacen como periodistas, como si lo hacen en cuanto usuarios de los medios de comunicación, habrá valido la pena el escribirlo.

Bibliografía

- FRANKFURT, H. (2006) *On bullshit*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- HENRICH, J. (2020). *The WEIRDest people in the world: how the West became psychologically peculiar and particularly prosperous*. NY, NY: Macmillan Publishers.

- MATUTE, H. (2019), *Nuestra mente nos engaña*. Barcelona, ES: Shackleton Books.
- KITCHER, P. (2003). *Science, truth, and democracy*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- KUHN, T. S. (1962), *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- MERCIER, H., & SPERBER, D. (2017). *The enigma of reason*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Jesús Zamora Bonilla (Madrid, 1963) es actualmente decano de la facultad de Filosofía de la UNED, y catedrático de filosofía de la ciencia en dicha facultad, así como doctor en Filosofía y en Ciencias Económicas. Es autor de más de una docena de libros, incluyendo tanto obras filosóficas como literarias, y asimismo ha publicado más de doscientos artículos de investigación, de divulgación y de opinión. Es también un activo divulgador en internet y redes sociales, destacando sus blogs *A bordo del Otto Neurath* y *Escritos sobre gustos*, y sus colaboraciones periódicas en el blog de divulgación de la Cátedra de Cultura Científica de la Universidad del País Vasco, *Mapping Ignorance*. En el campo de la comunicación científica, destaca su actividad como impulsor y director del Máster en Periodismo y Comunicación Científica de la UNED, así como la creación de la web *DivulgaUNED*.

Página web: https://www2.uned.es/dpto_log/jpzb/

El bulo siempre ha existido, pero la difusión global, masiva e instantánea gracias a los entornos digitales es algo novedoso. Contagia a toda la sociedad. Nos coloca ante una pandemia de desinformación que nos reclama prevención y vacuna. Con esa idea —vacunar contra la información falsa— nace este manual. A los autores —profesores de la universidad pública e investigadores de las *fake news* desde distintas perspectivas— nos llegaban peticiones de sectores como periodistas o profesores de universidad y de Secundaria que anhelaban un manual con lenguaje claro, con ejercicios didácticos y con ejemplos cercanos que ayudaran a entender el fenómeno, y que pudiera usarse indistintamente en redacciones, facultades e institutos. Y con ese propósito hemos trabajado: abordamos desde qué es una *fake news* hasta cómo se verifica una noticia; desde cómo el cerebro crea sesgos cognitivos que favorecen la desinformación hasta cómo Wikipedia o Facebook dominan el marco ideológico. Estudiamos la producción, la distribución y la recepción de textos, imágenes y sonidos, porque no sólo se miente con palabras. Y exploramos cómo repercute la desinformación en ámbitos diversos como el auge de los populismos o la salud, sobre todo tras la pandemia del Covid-19.

Carlos Elías es catedrático de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid y catedrático europeo Jean Monnet de «UE, desinformación y fake news». Se especializó en Ciencia, Tecnología y Opinión Pública en la London School of Economics y en la Universidad de Harvard.

David Teira es doctor por el University College London y catedrático en el Dpto. de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia de la UNED. Especialista en filosofía de la medicina y filosofía de las ciencias sociales, es editor de BSPS Open y colaborador habitual en Filosofía en Radio 3.



UNED

Editorial