

Mentiras verdaderas y verdades inventadas

GUSTAVO RODRÍGUEZ

Estoy recluido en casa, e igual que millones de personas alrededor del mundo, vivo días enmarcados por la incertidumbre y ansiedad. El SARS-CoV-2, nombre del virus que ocasiona la enfermedad COVID-19, nos ha orillado al confinamiento como una medida cautelar para evitar el colapso de nuestro sistema de salud. Las breves excursiones que nos permitimos fuera de casa procuran realizarse con distanciamiento y nos observamos en los supermercados y otros espacios públicos con nostalgia de las sonrisas, escondidas ahora detrás de un cubrebocas. El aislamiento voluntario ha reducido la demanda de transporte físico; camino al supermercado, por ejemplo, observo menos embotellamientos y avenidas semivacías. Visto desde una escala global, el tráfico aéreo ha disminuido de forma drástica, como se aprecia en el siguiente video.

Con la disminución de la movilidad y la consecuente desaturación de las rutas de transporte, el confinamiento nos ha obligado a habitar espacios digitales. Mi teléfono suena más frecuentemente que antes, pues las conversaciones con amigos y familiares migraron ya hacia los servicios de mensajería instantánea. A diferencia del tráfico en las vialidades, el de las redes sociales aumenta en una forma sin precedentes^[1], tanto que se ha experimentado saturación de servidores de algunas compañías, como Facebook^[2], la cual concentra a la mayor parte de los servicios de comunicación digital más populares en México, incluyendo Facebook Messenger, WhatsApp e Instagram.

Aunque las redes sociales nos permiten mantener el contacto con los amigos, familiares y otros allegados, las funciones de éstas se extienden más allá de la mera conexión entre personas. En el mundo entero, diversas encuestas revelan que las redes sociales son actualmente el medio predominante para consumir noticias e informarse^[3]. México no es la excepción: cerca del 45% de la población se enteró del SARS-CoV-2 a través de las redes sociales^[4]. Este resultado no es extraño: somos más de 80 millones los mexicanos que contamos con acceso a internet^[5], y la mayor parte del tiempo de navegación se lo dedicamos a las redes sociales. Si bien es cierto que nos acercan a las noticias, éstas ofrecen también información falsa o tergiversada. Una amiga, ex-compañera de la preparatoria, me manda un mensaje en WhatsApp sobre el pH de distintos alimentos y cómo estos “fortalecen el sistema inmune y evitan el COVID-19”. Amigos en Facebook han compartido en más de una ocasión que el SARS-CoV-2 es una herramienta de las maquiavélicas intenciones de dominación China; a través de Twitter llegan también historias sobre cómo el SARS-CoV2 fue creado en un laboratorio, en donde se combinó “ADN de humano, de animales y de algunos virus como el del VIH”. En WhatsApp circulan *cadena*s que nos advierten del engaño del coronavirus como cortina de humo para la introducción de las redes de comunicación 5G, que permitirán a los gobiernos la manipulación de los ciudadanos en masa y a distancia. Por supuesto, ninguna de estas aseveraciones es cierta, pero ello no impide que tales disparates se compartan a diestra y siniestra.

Las noticias falsas están entre nosotros desde siempre y devienen algunas veces en mitos, ritos, o en teorías de conspiración. Por allá de los 90 se recuerda, por ejemplo, al Chupacabras, aunque el recuerdo es divergente según la edad: para quienes fuimos niños en aquella época, la imagen corresponde a un monstruo vampírico que aterrorizaba a los pueblos, nos arrebató las horas

vespertinas de juego, se convirtió en tema de anécdotas nerviosas en los recesos escolares y fue causa de algunas pesadillas; para los adultos y jóvenes, sin embargo, el Chupacabras está asociado con una imagen más real y terrorífica: la de un político sin un pelo de tonto que se convirtió en objeto de las pláticas de sobremesa por sus implicaciones en una depresión económica creciente.

Verdades a medias y mentiras completas

Las noticias falsas adoptan generalmente una de dos formas principales: información imprecisa y desinformación^[6]. La diferencia entre una y otra depende de su origen. La información imprecisa o errónea se genera cuando una persona es parcial con el tratamiento de un tema o cuando no lo conoce lo suficiente. La mayoría de las veces, quien genera información errónea lo hace de forma inconsciente. Esto se puede observar, por ejemplo, en algunas columnas de opinión, blogs o *tweets*, en los cuales el emisor es víctima de sus propios sesgos o de su ignorancia. La desinformación, por su parte, se crea con el objetivo expreso de engañar a las personas^{[6],[7]}, y generalmente se puede enmarcar en intereses propagandísticos o comerciales. Un buen ejemplo de esto son algunos practicantes de la *medicina alternativa*, quienes persuaden a sus clientes de forma engañosa con tal de vender sus productos o terapias, o entre algunas facciones del activismo antitransgénicos o antivacunas, quienes mienten deliberadamente para ganar adeptos y promover su agenda política.

La incertidumbre a la que nos enfrentamos en esta pandemia, sumada a la facilidad con la que es posible compartir información en las redes sociales, provee de un terreno fértil para las noticias falsas, las cuales germinan y extienden sus ramas y raíces mediante la viralización de contenido,

fructificando en desenlaces que pueden ser fatales. En Irán, por ejemplo, los rumores de que el metanol cura el COVID-19 ocasionaron decenas de muertes^[8]. En Querétaro, dos personas fueron hospitalizadas luego de hacer gárgaras con una mezcla de productos de limpieza^[9]. La Iglesia Génesis II anuncia el dióxido de cloro, una sustancia tóxica, como una cura milagrosa para el COVID-19, el cáncer e incluso el autismo^[10].

Una mirada al abismo

El éxito con el que se comparten las noticias falsas nos permite abrir una ventana reveladora sobre nosotros mismos y la forma en la que procesamos la información. Así, analizando las dinámicas de propagación de *tweets*, sabemos ahora que las personas tendemos a compartir hasta 70% más los titulares de noticias falsas ^[11]. Como consecuencia de ello, la información falsa se mantiene en circulación por mucho más tiempo y alcanza a una audiencia cien veces mayor que la información verdadera¹¹. La información falsa se impregna en nosotros, coloca un filtro a nuestra percepción del mundo e influye en nuestras decisiones, todos los días, en todos los aspectos. Por ejemplo, recientemente se publicó un artículo científico que afirma que la hidroxicloroquina, un medicamento derivado de la cloroquina y que se utiliza para tratar algunas enfermedades autoinmunes, es un tratamiento efectivo para el COVID-19^[12]. La aseveración de este artículo se recogió rápidamente por los medios de comunicación y fue celebrada por Donald Trump como un parteaguas en la lucha contra la pandemia por coronavirus.

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1241367239900778501>

El artículo publicado contiene información manipulada, serios problemas en su diseño experimental y en el tratamiento estadístico de los resultados, por lo que sus conclusiones no deben ser tomadas como concluyentes ni como remotamente sólidas. De cualquier modo, esto no impidió que la FDA, la agencia que regula a los medicamentos en Estados Unidos, respaldara el uso de la hidroxiclороquina en el tratamiento de las infecciones por SARS-CoV-2^[13]. Las consecuencias no se hicieron esperar. Al ser un fármaco de venta libre, pronto se registró desabasto en farmacias y puntos de venta, por lo cual varios pacientes con lupus, artritis y otras afecciones que requieren de este medicamento, tuvieron que recurrir a la reventa del fármaco o a suspender su tratamiento. En Brasil, un ensayo clínico que utilizó a la cloroquina tuvo que ser frenado ante la muerte súbita de voluntarios que recibieron dosis elevadas de este medicamento^[14]. En Arizona, un hombre falleció luego de ingerir productos de limpieza para acuarios porque éstos incluyen cloroquina entre sus ingredientes¹⁵ y en Nigeria se han registrado varias intoxicaciones por automedicación con este fármaco.

Las trampas ocultas

La lista de consecuencias por creer en noticias falsas parece infinita y sugiere que los seres humanos somos particularmente propensos a aceptar mentiras como verdades, y paradójicamente, a ser irracionalmente escépticos con la información oficial o verificada. Las noticias falsas nos llaman de una forma seductora y se valen de mecanismos cognitivos de los que pocas veces somos conscientes. La maquinaria detrás de Facebook, Twitter o Google está diseñada para ofrecer contenido personalizado a los usuarios a partir de nuestros patrones de comportamiento digital. De este modo, los clics, *favs*, *retweets* y las palabras consultadas en motores de búsqueda entrenan a los algoritmos sobre mis preferencias, intereses y amistades

digitales cercanas. A partir de esta información, las noticias y anuncios que cada plataforma me ofrece se seleccionan con el objetivo de que me resulten atractivos e influyan en mis decisiones de consumo^[16]. Aunado a esto, mis posturas sobre política y otros temas dictan de forma más o menos directa con qué usuarios interacciono preponderantemente en las redes: tiendo a agregar más amigos, o a seguir a más cuentas, que comparten opiniones y posiciones similares a las mías^[17]. Estos dos factores alimentan mi sesgo de confirmación, una actitud inconsciente con la cual acepto fácilmente las noticias y puntos de vista que concuerdan con mi interpretación de la realidad, mientras que soy más severo y renuente con la evidencia que confronta mis prejuicios e ideas^[18], ^[19]. De este modo, las discusiones que ocurren en las redes sociales fomentan la polarización de las opiniones, nos alejan cada vez más de la posibilidad de lograr acuerdos y refuerzan visiones diametralmente opuestas a partir de los mismos argumentos (figura 1). Construimos, sin darnos cuenta, una cámara que reverbera hacia nosotros con repeticiones de la misma información; asumimos que son voces diferentes las que susurran un mensaje inconscientemente seleccionado, cuando en realidad es la versión moderna de la ninfa Eco repitiendo nuestra propia voz en un bosque digital.

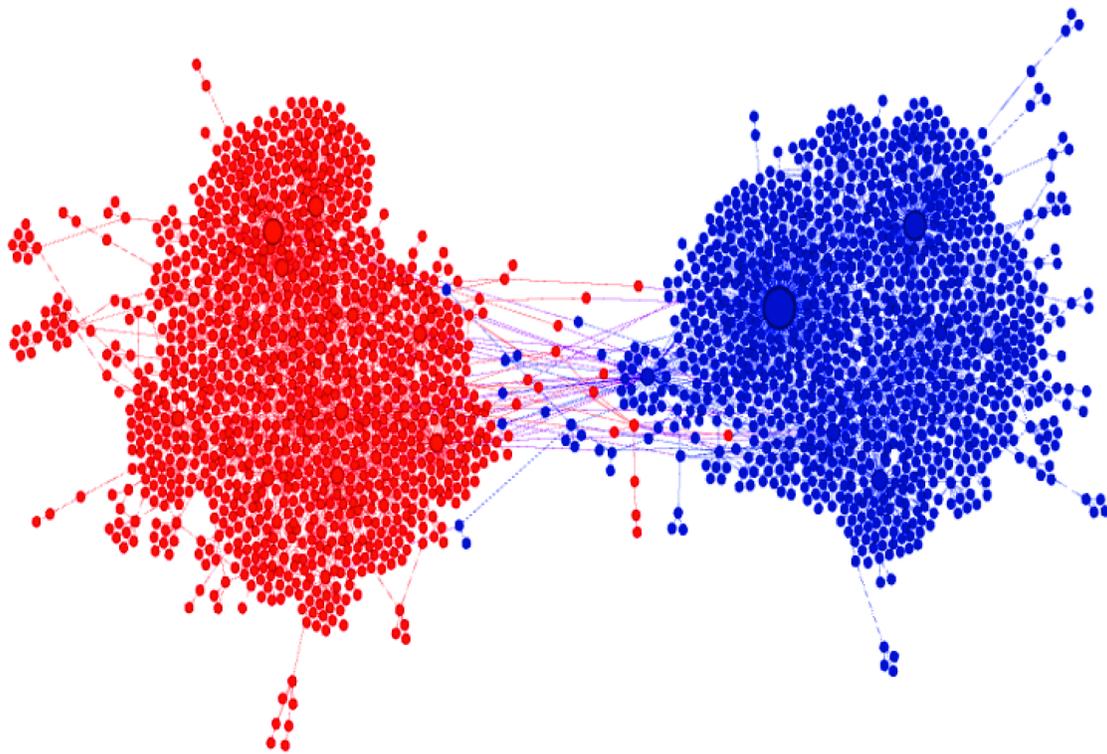


Figura 1. Cámaras de eco. En esta gráfica se representa como nodos, o círculos, a los usuarios de redes sociales. Las líneas que conectan a los usuarios son sus interacciones digitales a través de retweets. El color de los nodos corresponde a una posición positiva (rojo) o negativa (azul) respecto a un tema. Se observa cómo la gente con opiniones similares interactúa más entre sí y de este modo se adquiere una falsa sensación de consenso. Tomado de23.

El sesgo de confirmación nos conduce a una segunda trampa oculta: la persuasión por exposición. Los seres humanos somos malos jueces para discernir información verdadera entre la información falsa. Incluso cuando lo logramos de forma efectiva, exponernos repetidamente a una noticia falsa disminuye nuestra habilidad crítica con esa noticia particular, de modo que la siguiente vez que la encontramos somos más propensos a creerla^[20]. Los medios tradicionales de

información, como la televisión, la radio y la prensa, tienen ahora boletines electrónicos de difusión a través de medios digitales. La competencia por la atención del público ha derivado indirectamente en el uso de titulares sensacionalistas o amarillistas, los cuales se viralizan más fácilmente. Esto resulta preocupante, pues la mayoría de los usuarios de las redes sociales tienden a compartir enlaces sin leerlos, sólo guiados por los titulares ^[21], y aquellos enlaces que sí se visitan normalmente son los que generan reacciones más viscerales. Como en la selección natural, si se favorecen los titulares amarillistas estos proliferan y se vuelven más sórdidos; atraer tráfico hacia ellos representa ganancias cuantiosas gracias a los espacios publicitarios que ofrecen^[22].

Los mecanismos descritos fomentan la adopción de ideas disparatadas que exhiben en última instancia nuestros prejuicios e ignorancia. Una persona antivacunas creerá más fácilmente que la pandemia por coronavirus es un invento de las grandes compañías farmacéuticas; mientras que una persona racista o xenófoba se convencerá de que esta situación es una maquinación asiática con fines económicos.

Las enfermedades y las curas

La emergencia sanitaria por SARS-CoV-2 nos ha llevado a apresurar los motores de la investigación científica para encontrar mecanismos de contención, mitigación y cura. Por ejemplo, se crearon programas emergentes de financiamiento para investigación sobre coronavirus y enfermedades respiratorias, e incluso proyectos de emprendimiento social para mejorar la calidad de vida de los enfermos con COVID-19 y de las personas sanas que vivimos

en aislamiento voluntario. La razón es clara: como a los enemigos, las enfermedades son más fáciles de vencer cuando mejor las conocemos.

A la otra enfermedad, la de las noticias falsas, también podemos vencerla en la medida en que la entendemos. Sabemos que las noticias falsas se valen de titulares amarillistas para llamar la atención, por lo que, si una noticia se anuncia de forma sensacionalista, es mejor ignorarla. Ciertamente, algunos medios veraces utilizan titulares amarillistas también y con el mismo objetivo. Ignorarlos por igual conducirá lenta y paulatinamente a que las agencias de noticias eviten caer en el juego del *clickbait* o “anzuelo de clics”.

El nicho de propagación de las noticias falsas son las redes sociales. Ser consciente del tiempo dedicado al uso de estas plataformas evita caer en excesos y por lo tanto reduce nuestra exposición a las noticias falsas. Por supuesto, el uso de algunas plataformas digitales es inevitable por recreación o necesidad, o para mantener el contacto con nuestros amigos. En este caso, los motores de búsqueda pueden darnos idea sobre si la información que vemos es real o no antes de compartirla: la información veraz tiende a ser comunicada en diferentes medios, incluyendo a los tradicionales. Entender cómo funciona la ciencia es también una buena herramienta para discernir la calidad de la información. En este momento, se publican muchos artículos sobre el SARS-CoV-2 de forma expedita. En general, los artículos científicos pasan por un riguroso escrutinio antes de ser publicados, pero ante la emergencia, las casas editoriales han acelerado este proceso de publicación para que los científicos de todo el mundo puedan acceder a ellos más rápidamente. Es una espada de doble filo: una persona entrenada en la academia entenderá que este tipo de proceso de revisión es más laxo y que, incluso cuando está publicado,

un artículo científico no representa verdades absolutas o inmutables. Esto, sin embargo, puede no ser tan evidente para un ciudadano fuera de la academia o incluso para un periodista. Si consumes información científica, procura hacerlo desde fuentes académicas más que periodísticas. Actualmente, distintos organismos como la Sociedad Mexicana de Virología, la Academia de Ciencias de Morelos, y el Colegio Nacional, además de las fuentes oficiales como la Secretaría de Salud, ofrecen seminarios o portales de acceso a información verificada, e incluso diálogos en vivo con especialistas.

Finalmente, es necesario recordar que el conocimiento científico no se construye a partir de anécdotas. Ésta es una de las razones por la cual los estudios clínicos deben incluir muestras amplias y representativas. La correlación no implica causación (figura 2). Habrá anécdotas de gente que “se cura” de un resfriado luego de tomar un té, mientras que otros, como mi abuela, dirán que la cura es dormir con cebolla asada en los calcetines. Las correlaciones y las anécdotas no son evidencia científica, y la evidencia científica individual debe interpretarse y confrontarse con nuestro cuerpo de conocimiento acumulado. Las noticias falsas están entre nosotros y probablemente nos acompañen para siempre. Evitar su propagación es un esfuerzo colectivo que requiere articular de forma eficiente los mecanismos de comunicación y divulgación científica, fomentar un espíritu más crítico entre los usuarios al consumir noticias, y mejorar nuestros hábitos de uso de las redes sociales. En esta ecuación la variable más importante sigue siendo el usuario de las redes sociales: asegurar la veracidad de la información antes de dar clic en compartir es, probablemente, el mecanismo de control más efectivo y está al alcance de tus manos.

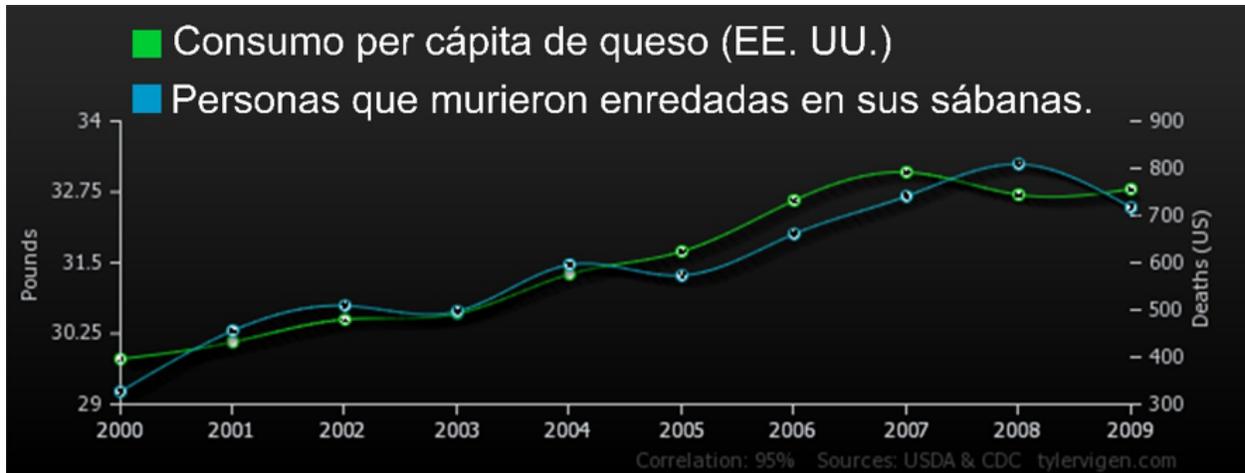


Figura 2. La correlación no implica causación. En esta gráfica se muestra el consumo de queso entre la sociedad estadounidense y los decesos en una situación muy particular. Aunque la correlación entre ambos eventos es alta, es un sinsentido concluir que la estrategia para disminuir los fallecimientos por enredarse en las sábanas debiera consistir en prohibir el queso. Imagen modificada de [24].



^[1] Keeping Our Services Stable and Reliable During the COVID-19 Outbreak – About Facebook. <https://about.fb.com/news/2020/03/keeping-our-apps-stable-during-covid-19/>.

^[2]; Business, R. I., CNN. The coronavirus is stretching Facebook to its limits. *CNN* <https://www.cnn.com/2020/03/18/tech/zuckerberg-facebook-coronavirus-response/index.html>.

^[3] Shearer, E., Barthel, M., Gottfried, J. & Mitchell, A. News Use on Facebook and Twitter Is on the Rise. *Pew Research Center's Journalism Project* (2015). <https://www.journalism.org/2015/07/14/news-use-on-facebook-and-twitter-is-on-the-rise/>

[4] Artículo del mes – Comunicación Política Aplicada. <http://comunicacionpoliticaaplicada.com/articulo-del-mes/>.

[5] Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>.

[6] Hernon, P. Disinformation and misinformation through the internet: Findings of an exploratory study. *Gov. Inf. Q.* **12**, 133–139 (1995).

[7] ASALE, R.- & RAE. desinformar | Diccionario de la lengua española. «*Diccionario de la lengua española*» – Edición del Tricentenario <https://dle.rae.es/desinformar>.

[8] C.V, D., Desarrollo de Medios, S. A. de. La Jornada: Mueren cientos en Irán por beber metanol para curar el coronavirus. <https://www.jornada.com.mx/2020/03/28/mundo/025n1mun> (2020).

[9] Coronavirus en Querétaro. Jóvenes toman cloro para evitar contagio. <https://www.milenio.com/estados/coronavirus-queretaro-jovenes-toman-cloro-evitar-contagio>.

[10] Research, C. for D. E. and. Genesis 2 Church – 606459 – 04/08/2020. *Center for Drug Evaluation and Research* <https://www.fda.gov/inspections-compliance-enforcement-and-criminal-investigations/warning-letters/genesis-2-church-606459-04082020> (2020).

[11] Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. The spread of true and false news online. *Science* **359**, 1146–1151 (2018).

[12] Gautret, P. *et al.* Hydroxychloroquine and azithromycin as a treatment of COVID-19: results of an open-label non-randomized clinical trial. *Int. J. Antimicrob. Agents* 105949 (2020) doi:10.1016/j.ijantimicag.2020.105949.

^[13] Commissioner, O. of the. Emergency Use Authorization. *FDA* <https://www.fda.gov/emergency-preparedness-and-response/mcm-legal-regulatory-and-policy-framework/emergency-use-authorization> (2020).

^[14] Borba, M. G. S. *et al.* Chloroquine diphosphate in two different dosages as adjunctive therapy of hospitalized patients with severe respiratory syndrome in the context of coronavirus (SARS-CoV-2) infection: Preliminary safety results of a randomized, double-blinded, phase IIb clinical trial (CloroCovid-19 Study). *medRxiv* 2020.04.07.20056424 (2020) doi:10.1101/2020.04.07.20056424.

^[15] Press, A. Arizona man dies after attempting to take Trump coronavirus ‘cure’. *The Guardian* (2020).

^[16] Kalyanaraman, S. & Sundar, S. S. The Psychological Appeal of Personalized Content in Web Portals: Does Customization Affect Attitudes and Behavior? *J. Commun.* **56**, 110–132 (2006).

^[17] Brugnoli, E., Cinelli, M., Quattrociocchi, W. & Scala, A. Recursive patterns in online echo chambers. *Sci. Rep.* **9**, 1–18 (2019).

^[18] Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E. & Quattrociocchi, W. Modeling confirmation bias and polarization. *Sci. Rep.* **7**, 1–9 (2017).

^[19] Choi, D., Chun, S., Oh, H., Han, J. & Kwon, T. “Taekyoung”. Rumor Propagation is Amplified by Echo Chambers in Social Media. *Sci. Rep.* **10**, 1–10 (2020).

^[20] Pennycook, G., Cannon, T. & Rand, D. G. *Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News*. <https://papers.ssrn.com/abstract=2958246> (2018) doi:10.2139/ssrn.2958246.

^[21] Nikolov, D., Oliveira, D. F. M., Flammini, A. & Menczer, F. Measuring online social bubbles. *PeerJ Comput. Sci.* **1**, e38 (2015).

^[22] Braun, J. A. & Eklund, J. L. Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism. *Digit. Journal.* 7, 1–21 (2019).

^[23] Kumar, S. & Shah, N. False Information on Web and Social Media: A Survey. *ArXiv180408559 Cs* (2018).

^[24] Per capita consumption of cheese (US) correlates with Number of people who died by becoming tangled in their bedsheets. https://tylervigen.com/view_correlation?id=7.