

FAKE NEWS: reclamando límites para la manipulación impune

El ensayo nos refiere que el término fake news es un anglicismo asociado a contenidos falsos. Ha sido definido como “información fabricada que imita noticias y contenidos de medios de comunicación social en cuanto a su forma, pero no en su proceso organizativo o intención”. Su aplicación se desarrolla en el mundo de lo digital y especialmente en las redes sociales. Desde esa conceptualización, el autor nos va verificando el estado del arte actual de algunas Fake News, especialmente de la realidad política venezolana.

LEÓN HERNÁNDEZ

Los escenarios de confrontación bélica, política o ideológica se caracterizan por una guerra comunicacional donde cohabitan diversidad de esfuerzos periodísticos loables y a la vez prácticas propagandísticas, algunas de estas de moral cuestionable y con tendencia a imponer opinión pública, en procura de comportamientos sociales a través de la manipulación.

En 1950, tras la Segunda Guerra Mundial, el periodista y escritor francés Jean Marie Domenach (1922-1997), quien había luchado en la resistencia contra Adolfo Hitler y también era considerado anti-comunista, publica el texto *Le propaganda politique*, para referirse a características de diversos tipos de propaganda –la hitleriana y la leninista– y aunque hayan pasado más de cincuenta años de su análisis, algunos de sus postulados encuentran sentido de cara a las *fake news* actuales, especialmente en que hayan en las emociones de la audiencia un suelo fértil para hacer estragos en la percepción de la rea-

El hombre medio es un ser esencialmente influenciable; ha llegado a ser posible sugerirle opiniones que tendrá como suyas; “cambiarle las ideas” literalmente. Y lo que es posible en materia comercial, ¿por qué no ensayarlo en el campo político?

JEAN MARIE DOMENACH (1922-1997)

lidad, efecto conductista deseado por el propagandista:

Nunca se destacará bastante hasta qué punto las guerras modernas, al favorecer la exaltación, la credulidad y el maniqueísmo sentimental, han preparado el terreno a la propaganda. El ‘atiborramiento de cráneo’ del 14-18 abrió el camino a las mentiras groseras del hitlerismo. De las guerras recientes surgió todo un vocabulario de intimidación, toda una mitología de conquista. (Domenach, 4ta edición en español 1968: 18)

PARTIREMOS DE LO PRIMERO: ¿QUÉ ES UNA *FAKE NEWS*?

En una investigación publicada en marzo en la revista *Science*, David Lazer, Matthew Baum, y catorce coautores de diversas ramas que incluían psicología y periodismo, entre otras, definieron a las *fake news* como “información fabricada que imita noticias y contenidos de medios de comunicación social en cuanto a su forma, pero no en su proceso organizativo o intención” (Lazer, 2018). Es decir, que tendrían la forma de una noticia pero un método de producción distinto y una intención diferente a informar.

Mientras la información recabada en una mesa de redacción pasa por el proceso profesional de verificación de fuente, jerarquización, titulación, estética propia de un producto con el fin último de comunicar a la audiencia un mensaje basado en la realidad, una

fake news copia esta estética en los medios digitales con la intención de manipular a la opinión pública para afectar el mundo real o al menos la percepción del entorno.

Hay una diferencia al referirse a una *fake news* como anglicismo asociado a contenidos falsos y hechos virales en redes sociales, y a la neta propaganda –falsa o cierta– hecha pública a cara descubierta por algún personaje. Cuando se habla de *fake news* no se hace referencia a la manipulación de la opinión pública *per se*, como por ejemplo un funcionario mintiendo descaradamente a la masa, pues este es un acto que data del comienzo de la civilización. En las investigaciones relativas al fenómeno de las *fake news* este se circunscribe a la acción de manipular encubriendo contenido falso en un producto pseudoperiodístico por la vía digital o un mensaje que se hace pasar por genuino en las redes sociales.

En Venezuela, son el pan de cada día en redes sociales las *fake news* de carácter político (hay otras con intereses comerciales, amarillistas, faranduleros y de parodia), y la desconfianza de la audiencia ante restricciones a la libertad de comunicación hacen pensar que las emociones y

la confusión podrían, en efecto, crear posverdades o mentiras emotivas. En la generación venezolana del milenio –nacida entre 1980 y 2000– y en la post milenial integrada por adolescentes e infantes, el interactuar con las *fake news* daría paso a mayor vulnerabilidad –aunque no estarían exentas a riesgos las demás generaciones–. Todos los venezolanos parecen embotados por el congestionado tránsito de las comunicaciones de la era digital, debido a un bombardeo continuo de falsedades que no deja tiempo a la necesaria verificación de los hechos y constatación de fuentes, a lo que se suma la mala calidad de la Internet del país, continua causante de retraso en la navegación.

No obstante, cabe preguntarse si realmente los propagandistas –de cualquier latitud– pueden lograr el dominio de las reacciones del público ante determinados mensajes. ¿Son realmente efectivos y omnipotentes los laboratorios comunicacionales que basan su trabajo en la mentira y –en tiempo reciente– haciendo mano de notas disfrazadas de periodismo en las redes sociales? Más aún, ¿la generación del milenio, caracterizada por mayor manejo de tecnología, es más o menos vulnerable a las falsedades difundidas en la actual expansión de la intersubjetividad?

Refiriéndonos a los intentos propagandistas del gobierno iniciado por Hugo Chávez Frías y continuado por Nicolás Maduro, la duda cabe, además, por la crisis que hace agotar la efectividad del modelo político planteado. Hasta Lenin habría tenido reservas de la efectividad de la propaganda marxista, en palabras que anacrónicamente traemos a colación, derivadas del análisis de la década de los cincuenta realizado por Domenach:

Lenin sabía que ejércitos de propagandistas y agitadores, aunque se contasen por millones, no bastaban para conquistar la victoria si su acción no estaba respaldada por una línea política justa y por realizaciones prácticas. Sin actos que la apoyen, una propaganda no pasa de ser un mero verbalismo que crea ilusiones peligrosas e inmoviliza el desarrollo de la táctica en una etapa ya sobrepasada. (Ibídem: 33)

Quando se habla de *fake news* no se hace referencia a la manipulación de la opinión pública *per se*, como por ejemplo un funcionario mintiendo descaradamente a la masa, pues este es un acto que data del comienzo de la civilización.

Se podría voltear la mirada hacia el pasado de las ideas de manipulación de la opinión pública, como ejercicio de extrapolación que permita entender un poco qué pretenden hoy día las cabezas detrás de la elaboración de las *fake news* al hacer un uso malintencionado de conocimientos previos sobre el efecto de la propaganda en la percepción de la realidad. ¿Cómo influyen las *fake news* sobre nuestras opiniones, actitudes y comportamientos? En el siglo XXI, ¿la generación del milenio presenta confianza ciega hacia los medios digitales –como tal vez sí la tuvieron generaciones anteriores en tiempos de guerra ante la masificación de la información en el siglo XX–, como para que las *fake news* minen su percepción de la realidad? Responder a estas preguntas implica realizar un necesario repaso al conocimiento acumulado sobre este ámbito de estudio, verificando el estado del arte actual de algunas *fake news*.

FAKE NEWS:

AGUJA HIPODÉRMICA VERSIÓN 2.0

Analizando la propaganda en tiempos de guerra, el pionero estadounidense en Teoría de la Comunicación, Harold Lasswell (1902-1978), jefe de la División Experimental para el Estudio de las Comunicaciones en Tiempo de Guerra en la biblioteca del Congreso de su país, se preguntó, en 1948, “quién dice qué a quién por cuáles medios y con cuáles efectos”, para asegurar que habría una intención en el emisor a fin de modificar el comportamiento de un receptor pasivo. Su visión de estructura y función de la comunicación busca el análisis de los efectos sobre la masa. El desarrollo de la publicidad durante el siglo XX, en simbiosis con la propaganda, dejó a la segunda conocimientos sobre cómo influir, seducir, persuadir a la audiencia para la compra de un producto o para la elección de un político en campaña.

Se abordará a continuación algunas *fake news* comunes en la fase contemporánea venezolana, analizando al “qué”. Se hará en función de las reglas de la propaganda que presentó Domenach en 1950, extraídas tanto de prácticas nazis como comunistas, aunque en su descripción previa hace distinciones entre ambas.

El autor arranca estas reglas con un preámbulo que hace consonancia con el uso de las *fake news*, como experiencia asincrónica del individuo frente a su equipo al momento de recibir la “bola de nieve”, “cortina de humo” o engaño. Al parecer, la mejor propaganda, palabra derivada del latín *propagare* –acrecentar, extender– sería la que cada persona pudiera extender de manera interpersonal, cara a cara, y, por qué no, de red social a red social:

La propaganda de masas no tendría efecto si no fuese sostenida por un esfuerzo tenaz y múltiple de propaganda individual. La propaganda individual se expresa por la simple conversación, por la distribución de volantes y diarios, o más sistemáticamente, por el *de puerta en puerta*, método que consiste en llamar sucesivamente a todas las puertas de un barrio y ofrecer diarios o formular peticiones, y si es posible, convertir esto en principio de una conversación. (Domenach, 4ta edición en español 1968: 47)

¿Qué persigue el autor de una *fake news* en el ámbito político? ¿Ser, precisamente, el germen de un tema de conversación, rumor, distracción, desinformación, confusión o todas las anteriores? Los intereses de estas notas pseudoperiodísticas –caracterizadas por contener elementos gráficos similares a notas realizadas por periodistas, o por ser textos difundidos en Facebook con fotografías descontextualizadas, o meras construcciones más o menos estructuradas lanzadas por WhatsApp– parecieran ser los mismos que los presentados por hitlerianos y comunistas en la primera mitad del siglo pasado, aunque las más recientes superándolas al aprovechar la tecnología para abaratar no solo costos económicos, sino también sanciones legales, morales, políticas, porque el anonimato y la impersonalidad del autor de la *fake* encubre a su autor. La mentira pareciera tener patas más largas y dejar impune al grupo responsable del laboratorio, que incluso se ufana en desmentirla y acusar al enemigo de difundir rumores, como parte de su estrategia comunicacional oficial, aunque todo esto sea hipotético, deducido de los aparentes intereses del “qué” en el mensaje. Pero sigamos, a continuación, con las reglas técnicas

AGENDA PÚBLICA

de la propaganda descritas por Domenach y algunos ejemplos locales del fenómeno:

SIMPLIFICACIÓN Y ENEMIGO ÚNICO: EL IMPERIO Y SUS ALIADOS

El intelectual francés indica que los hitlerianos se aliaron primero con los partidos burgueses,

declarándose enemigos de los marxistas; luego se sumaron a la derecha nacionalista y fueron contra las toldas políticas burguesas para luego, al eliminar los nacionalistas, seguir apuntando hacia otro y otro enemigo. En Venezuela, de los mensajes oficialistas contra la dirigencia opositora se pasó al enemigo internacional y se los englobó en el “imperialismo” en suma. En la dirección URL <http://www.lechuguinos.com/imperialismo-ataca-venezuela/> (consultada el 27 de julio de 2018) Se lee el titular: “¡YANQUIS ACECHAN! El imperialismo norteamericano ataca al pueblo venezolano con el golpe suave”.

La referida nota, de fecha 30 de diciembre de 2017, deja la idea de una mano voraz que ataca la gestión del Gobierno venezolano, cerrando el texto como sigue, respetando sus mayúsculas:

FINALMENTE LA TAREA ES UNIRSE CONTRA EL ENEMIGO COMÚN, CONTRA ESE DEMONIO INVISIBLE O IMPERIALISMO VORAZ QUE HA LOGRADO DIVIDIR Y ALIENAR PARA QUE ARREMETAN CONTRA EL LÍDER REVOLUCIONARIO NICOLÁS MADURO ATACANDO CONSTANTEMENTE DESDE LO CULTURAL, ECONÓMICO, POLÍTICO Y AMENAZANDO CON LO MILITAR EN DEFENSA DE LA PATRIA HAY QUE ESTAR ALERTA Y NO DEJARSE ENGAÑAR. (Redacción Lechuguinos, 2018)

Solo cinco personas hicieron *retweet* (RT) por Twitter a esta nota, que podríamos calificar de *fake news*, de acuerdo con la consulta realizada el pasado 3 de agosto de 2018. Simplificar la propaganda y dirigirla a un enemigo se caracteriza por la denuncia de un complot, de una conspiración y del señalamiento contra el enemigo adju-

dicándole los errores propios. No es de extrañar la continua denuncia de intenciones de magnicidio contra los mandatarios y los intentos de manipular a la opinión pública, con declaraciones oficiales o por otras vías, en torno a la supuesta existencia de estos planes por parte de traidores al proyecto político en cuestión.

En la forma en que la propaganda hitleriana explotaba el sentido del enemigo, había una táctica de una extraordinaria eficacia psicológica y política. Es el arte del *bluff* llevado al límite que consiste en adjudicar al adversario los propios errores o la propia violencia, exhibición generalmente desconcertante. (Domenach, 4ta edición en español 1968: 57)

EXAGERACIÓN Y DESFIGURACIÓN: CRÍTICA EXTERNA COMO INMINENTE INVASIÓN

Domenach señala que la exageración de noticias es un mecanismo comúnmente usado por la prensa partidista. La eliminación de frases y la desvinculación de las citas con su contexto, eran empleados para “dirigir espíritus”. También destaca en este apartado que el nivel de la información debía ser tan bajo, como lo fuera la masa considerada objetivo, por lo tanto podía incluir expresiones de burla y del vulgo. Si se exagera y se desfigura la información, no permitiendo visualizar el “material bruto” de la noticia, colando elementos y dejando adrede otros por fuera, y se presenta esta “noticia”, ¿se estará elaborando una *fake news* con interés propagandístico?

En la dirección URL <http://www.lechuguinos.com/juan-manuel-santos-caida-maduro/> se lee el titular “¡PONTE A CREER Y NO COMAS! Juan Manuel Santos dice que ve cerca la caída de Maduro”. Como la nota anterior, también está firmada por Redacción Lechuguinos. En esta se hace referencia a las declaraciones de Juan Manuel Santos, emitidas el 31 de julio de 2018. El contexto y el material bruto de la noticia: ocho días antes de dejar el poder en Colombia, el todavía presidente neogranadino en ejercicio respondió a un periodista de la agencia de noticias AFP a su pregunta sobre su postura “pesimista” en torno al futuro del gobierno de Nicolás Maduro, haciendo alusión a la crisis.

Domenach señala que la exageración de noticias es un mecanismo comúnmente usado por la prensa partidista. La eliminación de frases y la desvinculación de las citas con su contexto, eran empleados para “dirigir espíritus”.

Santos dijo:

... [Maduro] está en un estado de negación que ya es irracional porque dice que no, que allá no hay crisis, que él no necesita ayuda. Entonces ante esa situación es muy difícil poder hacer algo adicional a la presión para que ese régimen se cambie, ojalá en forma pacífica, lo más pronto posible.¹

Luego, se le repregunta sobre una eventual caída de la administración de Nicolás Maduro y reflexiona: “La veo cerca. Un país con la inflación que tiene Venezuela, dicen que disque un millón por ciento –el Fondo Monetario dice que va a llegar a eso– ese régimen se tiene que desmoronar”. Así se escucha en el video publicado por AFP en la dirección URL <https://www.msn.com/es-ve/video/noticias/santos-%E2%80%9Cve-cerca%E2%80%9D-ca%C3%ADda-de-maduro-en-venezuela/vi-BBLikAG>.

No obstante, en la nota referida del portal Lechuguinos, en la que se elimina el argumento de naturaleza económica y se obvian las palabras “crisis” e “inflación” –Juan Manuel Santos es, además de político, economista– se deja por sentado una hipótesis conspirativa:

Así lo declaró Juan Manuel Santos durante una entrevista a la agencia francesa de noticias AFP. ‘*La veo cerca. (...) Ese régimen se tiene que desmoronar*’, advirtió. Para él, la permanencia de Maduro en el poder se debe a la ‘represión’ efectiva a la que ha sometido a las supuestas protestas masivas. En este sentido, suplicó que ‘ojalá mañana mismo’ acabaran con el presidente Maduro, para lo cual ‘Colombia *estaría más que dispuesta y lista a ayudar en todas las formas posibles*’. Finalmente, consideró que lo mejor que le puede suceder a su país es que Venezuela cambie de gobierno, señalando que ‘ojalá de forma pacífica’. ¡Si, Luis! (Redacción Lechuguinos, 2018)

Se exagera, se desfigura, se descontextualiza. ¿Periodismo o *fake news*? Se ve una delgada línea, en la cual cabe la aseveración sobre un tratamiento “pseudoperiodístico” de la información. Cinco personas replicaron esta nota por Twitter, según consulta actualizada para el 3 de agosto de 2018.

ORQUESTACIÓN: LA CRISIS NO EXISTE, NO EXISTE... ¿FUNCIONA?

Adolf Hitler (1889-1945) valoraba la repetición, que calificaba necesaria al aseverar que la masa olvidaba fácilmente. Pero además proponía la orquestación del mensaje desde diversos ángulos y por vías diferentes dependiendo de los públicos. En *Mein Kampf (Mi Lucha)*, publicada en 1925, la considera clave como técnica de propaganda de guerra.

La propaganda debe limitarse a una pequeña cantidad de ideas repetidas siempre. La masa solo recordará las ideas más simples cuando le sean repetidas centenares de veces. [...] La voz de orden debe presentarse bajo diferentes aspectos, pero figurar siempre condensada en una fórmula invariable como conclusión. (Hitler, 1925: 187)

La perspectiva de la palabra “orquestación” se trata de que todos los instrumentos ejecuten la misma partitura. También el ministro de propaganda de Hitler, Joseph Goebbels (1897-1945) pensaba y aplicó el mismo principio. La pena de muerte para quien difundiera información a agencias de noticias extranjeras fue parte de su política para imponer la “verdad” nazi, basada en antisemitismo con uso de propaganda burda, pero también de algo de cultura elevada para el público más culto, con recursos como el cine. Como propagandista de la propaganda misma, se le atribuye la célebre frase: “Una mentira dicha mil veces...” Traspolemos: ¿Una *fake news* compartida cientos de miles de veces, se convierte en verdad? Estudiosos de los efectos limitados de la comunicación, como Paul Lazarsfeld (1901-1976), y colaboradores, dijeron que tal vez no, en 1955, en investigaciones que determinaron el papel de las creencias preexistentes de la población al momento de escoger un candidato en procesos electorales.

El problema, la incógnita contemporánea, radica en determinar si son tan limitados los efectos de la comunicación en el espacio intersubjetivo de las redes sociales. La diatriba persiste en la esfera de la investigación, con personas que se inclinan más a la aguja hipodérmica y

Se exagera, se desfigura, se descontextualiza. ¿Periodismo o *fake news*? Se ve una delgada línea, en la cual cabe la aseveración sobre un tratamiento “pseudoperiodístico” de la información.

AGENDA PÚBLICA

(...) las *fake news* combinadas con la ausencia de juicio crítico sobre los medios por muchos miembros de la generación del milenio representan el mayor reto para las democracias en el mundo.

otros a la resistencia de los ciudadanos a cambiar sus percepciones o creencias persistentes pese a la influencia, en este caso, de las *fake news*.

El profesor estadounidense de gobierno y política en Dartmouth College, Brendan Nyhan, publicó el pasado 16 de febrero de 2018, en *The New York Times*, un ensayo-investigación titulado “El verdadero efecto político de las noticias falsas”, tratando de responder qué tan fácil es cambiar los votos de las personas en unas elecciones a través de *fake news*. Aunque admite que aún se desconoce mucho sobre los efectos político-estratégicos de las *fake news*, la publicidad *online* y los *bots*, no se puede suponer que estos cambien de manera extraordinaria la voluntad de los electores, pues “estudios

previos han encontrado que incluso los efectos de la publicidad en televisión (quizá un medio de más alto impacto) son muy pequeños” (Stephen, 2018).

No tiene la misma conclusión un estudio realizado con la generación post milenio por la agencia de mercadeo y publicidad M&CSaatchi, según el cual “los menores de 20 años no tienen conocimientos profundos sobre ningún tema y les cuesta diferenciar entre noticias reales y Fake News” (Redacción Reason Why, 2018).

Tampoco coincide con Nyhan el profesor Barthur Sanjay, pro vice canciller de la Universidad de Hyderabad, en la India, quien en la reciente vigésima sexta conferencia anual de la *Asian Media Information and Communication Centre* (AMIC), indicó que las *fake news* combinadas con la ausencia de juicio crítico sobre los medios por muchos miembros de la generación del milenio representan el mayor reto para las democracias en el mundo. Indicó, además, que ante contextos volátiles, algunos Estados han hecho frente a los problemas relacionados con las redes sociales con una respuesta predeterminada: bloquear o evitar el acceso a la Internet; y destacó además que en la India, así como en otros Estados, los esfuerzos por legislar en torno

a las *fake news* han quedado en el aire. Este académico también percibe con preocupación que la generación milenial no es uniforme a lo largo de los territorios y el tipo de contenido de las noticias falsas se irá convirtiendo en un importante foco de atención para las investigaciones al respecto (Robie, 2018).

Los investigadores Soroush Vosoughi, Deb Roy y Sinan Aral, del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) determinaron, al analizar 126 mil historias compartidas por más de tres millones de personas durante diez años, en instancia previa a las elecciones en Estados Unidos en 2016, que las *fake news* se propagan más rápidamente y con mayor extensión que las informaciones verdaderas. Entre las razones que esgrimen para ello está el hecho de que las *fake* “disparan una respuesta emocional más intensa que un tuit normal” (Parrondo, 2018).

El efecto de las *fake news* en las audiencias y más aún, de las *fake news* empleadas como parte de una estrategia de orquestación propagandística sigue en arenas movedizas en la esfera investigativa. Sobre este tipo de engranaje de mensajes se muestra el siguiente ejemplo: un artículo publicado el 7 de septiembre de 2017, titulado “Dictadura y crisis humanitaria: Inventos de Donald Trump para intervenir en Venezuela”, en el portal 15ultimo.com, con la dirección URL <http://www.15ultimo.com/2017/09/07/dictadura-y-crisis-humanitaria-inventos-de-donald-trump-para-intervenir-en-venezuela/>

El texto, que no puede ser considerado una *fake news*, sino un artículo de opinión con vinculación pro gobierno, da visos de la orquestación de la idea del enemigo imperialista de la revolución y combina otra preocupación en la propaganda oficial: la tarea comunicacional de repetir una y mil veces que no existe la crisis humanitaria en Venezuela. En ocasiones se niega de plano la crisis y las violaciones a derechos humanos, aunque el mismo texto acota que, de haber inconvenientes en la adquisición de bienes y medicamentos, habría sido producto de la acción del imperio. También se repite de forma orquestada, en discursos y alocuciones, la premisa del supuesto carácter legítimo de la Asamblea Nacional Constituyente.

Desde el Norte han tratado por todos los medios de desencadenar varias situaciones que les permita justificar la ilícita injerencia en Venezuela. Han querido generar una *crisis humanitaria*, lo han hecho mediante acciones encubiertas de bloqueo financiero internacional, de embargos comerciales de bienes esenciales, especialmente medicamentos, de alteración de los mecanismos de distribución de los alimentos, de ataques a la moneda nacional, entre otros. El objetivo es generar una situación de caos económico que derive, por un lado en la justificación de la intervención norteamericana disfrazada de “canal humanitario”; y por otro, en protestas populares en contra del gobierno ante la situación económica y social. [...] A pesar de los intentos de Barack Obama y de Donald Trump, ni ha habido golpe militar, ni guerra civil, ni crisis humanitaria, ni violación de los derechos humanos en Venezuela. La Fuerza Armada Nacional Bolivariana ha demostrado ser leal a su pueblo y a la Patria. El pueblo venezolano, que es profundamente democrático, consciente, pacífico, sabio y noble, decidió transitar por el camino de la paz. Acudió al llamado de un proceso electoral mediante el cual eligió a 545 constituyentes, quienes tienen la responsabilidad de conducir un gran diálogo nacional en el marco de la democracia, la Constitución vigente y las leyes. [...] Para el caso de Venezuela no inventaron que poseemos armas de destrucción masiva como lo hicieron con Saddam Hussein, y, dado que tampoco lograron desencadenar una guerra civil, no pueden utilizar el formato de las sanciones que aplicaron a Muamar Gaddafi. Las excusas que encontraron para justificar la intervención en la tierra de los libertadores de América, son la supuesta dictadura de Nicolás Maduro, la falsa crisis humanitaria y la supuesta violación de los derechos humanos. (Curcio, 2017)

Otras manifestaciones de la orquestación incluyen elementos que son presentados como hechos fácticos para presentar “la verdad” revolucionaria. El portal *Aporrea* publicó el 26 de mayo de 2016, una noticia titulada “Identificada el arma con que fusilaron célula por célula al Comandante Chávez”, firmada por Antonio José Herrada Ávila, disponible en <https://www.aporrea.org/actualidad/a228913.html> La nota tuvo 199 RT y 44 *likes* en Twitter. El contenido del artículo no presenta prueba física forense alguna

para determinar científicamente la existencia de la presunta arma y solo se soporta en lo que denomina “una investigación documental”, aparentemente con el poder para erigir “la Verdad” [sic] sobre la muerte del extinto presidente Hugo Chávez Frías. Se cita a continuación, respetando los errores del texto original, algunas de las afirmaciones:

Debido a que se desconocía las características del arma homicida, no se podía comprobar mediante una autopsia si el cáncer atípico, que le causó la muerte fue inducido. Por tal motivo se recurrió a la Investigación Documental, con el objetivo de encontrar la verdad sobre el fallecimiento del Comandante Chávez, utilizando un procedimiento técnico científico, que permite obtener una conclusión cien por ciento confiable, sustentada por el rigor del método utilizado y la fuente primaria de los documentos analizados. Los resultados de la investigación concluyen, que existió un complot para asesinar al Comandante Chávez mediante la utilización de una Nano Arma, que le indujo un cáncer atípico y agresivo. [...] La Investigación Documental muestra la Verdad Técnica y Científica, la Verdad Social, Política y Económica, la Verdad Divina y Universal y la Verdad Germinal, que permite sembrar y cultivar conciencia en los venezolanos por una Patria verdaderamente Unida, Independiente, Soberana, de Paz y Justicia. (Herrada, 2016)

Esta *fake news* estuvo continuada de otras cinco con similar estilo argumentativo, de extensa redacción, que se publicaron igualmente en el portal *Aporrea*, al menos hasta el 14 de septiembre de 2016, cuando, con la dirección URL <https://www.aporrea.org/actualidad/a234038.html>, se publicó una nota con el título “El 15 de Septiembre del 2005 el Imperio Norteamericano le inculcó cáncer al Comandante Chávez”. Se aprecia el desgaste de la supuesta revelación conspirativa con respecto a su primera aproximación, pues solo siete personas hicieron RT de la información, de acuerdo con consulta realizada en Twitter el 3 de agosto de 2018. Se cita, respetando errores del texto original, un frag-

(...) las *fake news* combinadas con la ausencia de juicio crítico sobre los medios por muchos miembros de la generación del milenio representan el mayor reto para las democracias en el mundo.

AGENDA PÚBLICA

mento en el que se aprecia un supuesto despliegue técnico investigativo, con uso de siglas para referirse a variables y con cruce de información y lenguaje especializado, pero ninguna evidencia forense asociada en el abordaje.

La identificación del arma utilizada para inocularle cáncer al Presidente Constitucional de la República Bolivariana de Venezuela Hugo Rafael Chávez Frías (Comandante Chávez), permitió determinar el Plan Estratégico, que implementaron para asesinarlo y además precisar, que el día Jueves 15 de Septiembre del 2005, fue atacado para inocularle cáncer en el momento, que era trasladado desde un aeropuerto militar hacia la ciudad de New York en los Estados Unidos de Norteamérica EE.UU (Imperio Norteamericano). Esta afirmación está basada en el análisis de la Conducta Política del Imperio Norteamericano CPIN y la Conducta Política de sus Operadores Nacionales CPON, entiéndase a los Operadores Nacionales como la Oposición venezolana, dentro de un período definido por el inicio del último intento de golpe de estado y el día del anuncio de la enfermedad. El método utilizado para precisar esta fecha, fue la derivación de la CPIN en intervalos tiempos, todos estos intervalos acotados por la fecha de inicio del “Paro Petrolero” (02/12/2002) y la fecha en que el Comandante Chávez informó, que padecía de cáncer (10/06/2011), detectándose, que el 15/09/2005 ocurrió un punto de inflexión o quiebre muy significativo de la CPIN, cuando el avión que transportaba al Comandante no se dirigió al aeropuerto internacional John F. Kennedy ubicado a 20 Km de la ciudad de New York, siendo dirigido sin justificación a un aeropuerto militar situado a más de 200 Km de la isla de Manhattan y gran parte de su personal de seguridad y médico, que lo acompañaba, no se le permite abandonar el avión, quedando prácticamente secuestrados dentro de este, durante los tres días que duró la visita del Comandante, con motivo de su participación en la Sexagésima Asamblea de la Organización de Naciones Unidas. Luego de este hecho, se detecta que el 04/12/2005 ocurrió un punto de inflexión o quiebre muy significativo de la CPON, cuando la Oposición retiró a última hora los candidatos a las elecciones parlamentarias de ese día. (Herrada, 2016)

EFFECTO PASTICHO: RENOVACIÓN CONSTANTE DE PROPAGANDA A LA VENEZOLANA

Para la revista *Comunicación*, número 182, el periodista Jeanfreddy Gutiérrez se refería al uso de los *fake news* en Venezuela y aludía a la percepción del fenómeno de atiborramiento de información por “capas”.

El comunicador social, experto en infocidadanía y redes sociales, Luis Carlos Díaz, cita el “efecto pasticho”, que sería la forma criolla del principio de renovación del propagandista nazi Joseph Goebbels. El mismo implica la acumulación de varias “capas” de noticias que se superponen, al ser difundidas una tras otra a un ritmo que impida que la respuesta del atacado llegue o permanezca en el *top of mind* o la opinión pública, que ya está hablando de algo más. Así lo bautizó el portal *Runrunes* en una nota de Liseth Boon del 6 de marzo de 2015. La nota señalaba que la aprehensión del alcalde metropolitano de Caracas, Antonio Ledezma y la destitución de la alcaldesa de Guasdalo, en el estado Apure (fronterizo con Colombia), del partido opositor Voluntad Popular, el asesinato de cinco estudiantes en tres ciudades distintas, el aumento del pasaje, el posible allanamiento de la inmunidad parlamentaria del diputado opositor Julio Borges, el cierre de la edición diaria del periódico *Tal Cual* que pasaba a semanario y el regreso del polémico programa “La Hojilla” (cesado tras la filtración de un audio en el que su presentador, Mario Silva, hablaba muy mal de varios dirigentes del gobernante Partido Socialista Unido de Venezuela) se conocieron entre el 16 de febrero y el 2 de marzo. (Gutiérrez, 2018)

GLOBOS DE ENSAYO Y EL TEMOR SOBRE LA PROPIEDAD EN VENEZUELA

El juego de los rumores a través de las redes sociales y de subsiguientes desmentidos de la fuente oficial se ha repetido en diversas ocasiones en los últimos años en Venezuela, tal como sucedió, entre mayo y junio de 2018, con el supuesto interés gubernamental de expropiar los apartamentos de quienes abandonaron el país.

En todos los países, a ciertos diarios y algunos comentaristas radiales, se les encarga el lanzamiento de ‘globos de ensayo’. La manera de

reaccionar de la opinión nacional e internacional es una preciosa indicación para orientar la política. El ‘globo de ensayo’ se emplea, sobre todo, en la propaganda de guerra o para preparar un cambio de política exterior. Son estas, a veces, ‘misiones sacrificadas’. Si la reacción de la opinión pública es desfavorable, o si las circunstancias cambian súbitamente, el diario o el informador encargado de lanzar el globo de ensayo es desautorizado y acusado de falta de seriedad, o aun de ‘provocador’ al servicio del adversario. (Domenach, cuarta reedición en español, 1968: 64)

En mayo de 2018 se corrió en redes y notas de prensa el temor a un supuesto plan que se llamaría “Ubica tu Casa”. Por redes sociales circuló el mensaje:

El plan ‘ubica tu casa’ será nacional a partir de junio, es así: Alguien ubica una vivienda que esté vacía (generalmente de personas que emigraron) y junto al consejo comunal de la zona y un fiscal, se levanta un acta de abandono y se le asigna la vivienda a esa persona.

Alimentaba el temor las declaraciones de Roybert Sojo, presidente del Consejo Legislativo de Vargas, quien señaló en una entrevista al canal *Venevisión*, difundida el 12 de junio, que “las cosas son de quien las necesita”, promoviendo las invasiones en las casas de Misión Vivienda que no estuvieran ocupadas.

**El plan "ubica tu casa" será a nivel nacional a partir de junio, es así:
Alguien ubica una vivienda que esté vacía (generalmente de personas que emigraron) y junto al consejo comunal de la zona y un fiscal, se levanta un acta de abandono y se le asigna la vivienda a esa persona.**

A la postre, el rumor fue desmentido por altos funcionarios a mediados del mes de junio, quienes atribuyeron el asunto a temores infundados. Para citar un ejemplo reciente sobre el hipotético empleo de *globos de ensayo*, recordemos como a raíz de la declaración del presidente Nicolás Maduro, del pasado 29 de julio, sobre la venta de combustible a precio subsidiado solo a quienes presenten el carnet de la patria, suscitó una serie de rumores, en el marco del censo de vehículos ordenado por el mandatario.

El pasado 3 de agosto, por la red social de WhatsApp circularon numerosas “cadenas” en las cuales se dijo que la medida tendría la intención de declarar a los vehículos privados “propiedad social”. Citamos el mensaje que rodó –de grupo en grupo– al respecto, elaborado con supuesto testimonio presentado con número de cédula, nombre y apellido –el número de identificación correspondía a un caballero, no a una mujer, de acuerdo con registro del Consejo Nacional Electoral en línea–:

URGENTÍSIMO DESDE PERÚ. Soy Migdalia Emilia López Mendoza C.I. 4.766.220. Trabajé para el Ministerio de Transporte de Venezuela por 9 años esto del censo vehicular para controlar el pueblo a través de la gasolina, está planteado desde el 06/04/16. POR ORDEN DE CUBA. Yo participé en esa reunión. Por eso emigré del país. PAISANOS OJO PELAO Todo Vehículo que se cense el propietario automáticamente pasa a ser Miembro del PSUV. Y en vehículo pasa a ser de propiedad privada a propiedad social, sea particular o colectivo. El subsidio de gasolina es una tremenda mentira más, para seguir engañando al que se deja engañar. DESPUÉS VIENE EL CENSO CASA POR CASA Que también pasarán de propiedad privada a propiedad social. Ustedes son libres si lo toman o lo dejan. Yo vendí carro y casa y saqué del País a toda mi familia a varios países.

El juego de los rumores a través de las redes sociales y de subsiguientes desmentidos de la fuente oficial se ha repetido en diversas ocasiones en los últimos años en Venezuela, tal como sucedió, entre mayo y junio de 2018, con el supuesto interés gubernamental de expropiar los apartamentos de quienes abandonaron el país.

CORRECTIVOS CONTRA FAKE NEWS

Mucho se ha normado sobre la publicidad y la propaganda. No obstante, la Internet y las redes sociales siguen siendo una selva virgen en la materia de imposición de responsabilidades. El deseado control de *fake news* es un campo no explorado en el respeto requerido para la expansión

de la intersubjetividad humana. Aunque existen ejemplos de imposición de censura con bloqueos y castigo de cárcel para *twitteros* en Venezuela –esto más alineado con intereses hegemónicos gubernamentales y no de protección a las audiencias– por ahora sería descabellado determinar las autorías definitivas de las noticias falsas o pseudoperiodísticas y las sociedades aún parecieran estar inmersas en el fenómeno sin entender del todo sus consecuencias e implicaciones políticas y jurídicas.

El investigador Antonio Pasquali, filósofo y comunicólogo, en entrevista realizada el 24 de julio de 2018, señala que “aún no existe un *she-riff* para ese espacio recién conquistado por la expansión de la intersubjetividad”, por lo que aún los creadores de *fake news* gozan de libertad sin límites en el panorama actual. Por tanto, el “quien” preciso del esquema de Laswell queda supeditado a la sospecha, a la presunción de autoría en función de la comunidad de intereses asociados con la naturaleza del “qué” y la perspectiva de “con qué efectos”.

Pasquali propone un organismo internacional que vele por el respeto a los ciudadanos en las redes. La tecnología y las plataformas digitales como Facebook y WhatsApp, no obstante, ya evalúan métodos para contrarrestar los intentos de desviación o manipulación de la opinión pública, apelando a la ayuda de las propias audiencias.

Por la proliferación de *fake news* en WhatsApp, el servicio de mensajería emprendió en julio de 2018 una campaña para evitar la propa-

gación de información falsa en la plataforma, promoviendo la validación de calidad y corroboración del contenido con otras fuentes, entre otras recomendaciones.

Facebook ya había lanzado, en 2017, un proyecto de periodismo para desarrollar productos e informar a comunicadores sociales sobre las posibilidades de la red social, tras las críticas recibidas por la publicación de *fake news* durante la campaña electoral de Estados Unidos.

Para luchar contra las *fake news* en época electoral, al menos veinticuatro medios de Brasil lanzaron en agosto de este año la plataforma “Comprova” (Comprueba) para contrarrestar efectos de las informaciones falsas que pudieran tomar a Internet en el marco del proceso comicial para la presidencia del país amazónico. Bajo el apoyo técnico y financiero de Google y Facebook, la plataforma fue lanzada el 6 de agosto, con la coordinación de la Asociación Brasileña de Periodismo de Investigación (Abraji, por sus siglas en portugués). Se trata de un esfuerzo colaborativo entre los profesionales de la comunicación social en el país vecino.

Se requiere promover una cultura de la credibilidad, en la cual cada ciudadano se haga responsable de sus comunicaciones y contenidos a difundir.

Como Descartes lo enseñó, contra la invasión de la mentira y el mito hay que levantarse y fortificar la facultad de rechazo, sin la cual no existe la moral ni tampoco la inteligencia: la facultad de mantenerse en suspenso para examinar, para sustraerse al prejuicio –aunque sea éste compartido por cien millones de hombres–, la facultad de resistir al llamado devorador de los mitos, “seductores refugios que remplazan, para cada uno, la grandeza conquistada por la grandeza aclamada, el esfuerzo interior por el servilismo cómodo. (Domenach, cuarta reedición en español, 1968: 64)

LEÓN HERNÁNDEZ

Periodista. Magíster en Comunicación Social, mención Comunicación para el Desarrollo Social por la UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Para citar un ejemplo reciente sobre el hipotético empleo de globos de ensayo, recordemos como a raíz de la declaración del presidente Nicolás Maduro, del pasado 29 de julio, sobre la venta de combustible a precio subsidiado solo a quienes presenten el carnet de la patria, suscitó una serie de rumores, en el marco del censo de vehículos ordenado por el mandatario.

Referencias

- CURCIO, P. (2018): “Dictadura y crisis humanitaria: Inventos de Donald Trump para intervenir en Venezuela.” Portal *15 y Último*. [Documento disponible en línea en: <http://www.15yultimo.com/2017/09/07/dictadura-y-crisis-humanitaria-inventos-de-donald-trump-para-intervenir-en-venezuela/>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- DOMENACH, J. (1968): *La propaganda política*. Cuarta edición en Español. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Argentina. [Documento en línea disponible en: http://www.archivochile.com/carril_c/cc2013/cc_2013_00008.pdf] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- GUTIERREZ, J. (2018): “Fake news en Venezuela: laboratorios, abuso de poder y propaganda en pasticho”. En: revista *Comunicación* N° 182.
- HERRADA, A. (2016): “Identificada el arma con que fusilaron célula por célula al Comandante Chávez”. Portal *Aporrea*. [Documento disponible en línea en <https://www.aporrea.org/actualidad/a228913.html>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- HERRADA, A. (2016): “El 15 de Septiembre del 2005 el Imperio Norteamericano le inoculó cáncer al Comandante Chávez”. Portal *Aporrea*. [Documento disponible en línea en <https://www.aporrea.org/actualidad/a234038.html>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- HITLER, A. (1925): *My Kampf (My Struggle)* Colchester Collection. [Documento disponible en línea en: <http://childrenofywhw.com/multimedia/library/Hitler/mein-kampf.pdf>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- LAZER, D.; Baum, M., y otros. “The science of fake news”. En: revista *Science*. [Documento disponible en línea en: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094>] Fecha de recuperación: 28 de julio de 2018.
- PARRONDO, N. (2018): “Un estudio explica por qué las ‘fake news’ resultan más seductoras que la propia verdad”. En: revista *GQ*. Documento disponible en línea en [<https://www.revistagq.com/noticias/tecnologia/articulos/fake-news-verdad-estudio-mit/28400>] Fecha de recuperación: 28 de julio de 2018.
- Reason Why, 2018. *Pesimistas y ansiosos, así son los Post-Millennials según M&CSaatchi*. [Documento en línea disponible en: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/sociedad-y-consumo/postmillennials-estudio-mcsaatchi-2018-04-11>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.
- Redacción Lechuginos, 2018. “¡YANQUIS ACECHAN! El imperialismo norteamericano ataca al pueblo venezolano con el golpe suave”. [Documento en línea disponible en: <http://www.lechuginos.com/imperialismo-ataca-venezuela/>] Fecha de recuperación: 27 de julio de 2018.
- ROBIE, D. (2018): “‘Fake news and millennials’ lack of media judgment a challenge, says leading Indian academic”. Asia Pacific Report. [Documento disponible en línea en <https://asiapacificreport.nz/2018/06/12/fake-news-and-millennials-lack-of-media-judgment-a-threat-says-leading-indian-academic/>] Fecha de recuperación: 28 de julio de 2018.
- STEPHEN, J. (2018): “Millennials y elecciones; fake news y política en América”. En: revista en línea *Aleteia* [Documento en línea disponible en <https://es.aleteia.org/2018/02/20/millennials-y-elecciones-fake-news-y-politica-en-america/>] Fecha de recuperación: 3 de agosto de 2018.

Notas:

- 1 Esta primera parte de la transcripción se hizo del video colgado en Youtube por el canal AFP Agency con dirección URL <https://www.youtube.com/watch?v=XeVpuWZxOn8>, consultado el 3 de agosto de 2018.