

# La industria de la mentira como amenaza a la democracia

JULIÁN MACÍAS TOVAR

Director de *Pandemia Digital*

La mentira como método de comunicación no solo se ha convertido en la principal amenaza para la democracia, sino también en una industria tremendamente rentable gracias a su impunidad. Según un estudio del MIT, en 2018 las noticias falsas se difunden seis veces más rápido que las verdaderas.

Algunos de los motivos que provocan esta situación tienen que ver con la psicología humana: la verdad es aburrida, y la mentira puede ser tan entretenida y puede generar tantas emociones como pueda con el único límite de la creatividad; esto, sumado a la condición humana del sesgo de confirmación, con el cual damos más credibilidad a los prejuicios, odios o miedos que tenemos, hacen que una mentira bien elaborada pueda ser escurridiza a la racionalidad de la corteza cerebral y vaya directa a nuestro bulbo raquídeo de manera eficiente.

Las *fake news* no son algo nuevo, han existido desde hace siglos, pero señalaría dos referentes y puntos de inflexión en las últimas décadas. El primero sería Roger Ayles y la forma de gestionar exitosamente, desde el punto de vista económico, FOX News, el canal de televisión por cable con más ganancias en los Estados Unidos; su modelo de negocio se basa en el sesgo de confirmación que Roger explicaba de la siguiente manera: «La gente no quiere informarse, quiere sentirse informada», y mucho mejor si esta (des)información coincide con mis prejuicios y/o intereses. De esta manera, FOX News, en colaboración con el presidente de Estados Unidos George Bush y aliados como Toni Blair y José María Aznar, intentaron convencer al mundo con mentiras de que en Irak existían armas de destrucción masiva y así justificar la invasión militar para quedarse el petróleo que explotarían en gran parte las personas y empresas que financiaron esa campaña de desinformación.

Un par de décadas después, ya en la era digital y con la omnipresencia de las redes sociales, Cambridge Analytica sofisticó la mentira haciendo que sea



difundida de manera fraccionada en función de las características psicológicas de la persona diana, con la intención de generar emociones que aumentaran el voto para unos candidatos y la abstención de los potenciales votantes de sus rivales. Esta empresa fue fundada y dirigida por Steve Bannon, director de campaña de Donald Trump y por Robert Mercer, uno de los mayores donantes de Heritage Foundation (perteneciente a la red Atlas Network) que apoyaron a presidentes como Ronald Reagan, Bush padre e hijo y, precisamente, Donald Trump, aunque Estados Unidos no fue el único país donde actuó y demostró que la mentira era una arma muy eficaz electoralmente si se usaba con destino, ayudando a Macri a ganar tras una «campaña anti-K» en Argentina, a Bolsonaro en Brasil (con la ayuda del *lawfare* contra Lula) o a la victoria del Brexit en el Reino Unido, con calamitosas consecuencias económicas al contrario de lo prometido en su propaganda.

Al igual que en los medios de comunicación tradicionales, donde los periodistas más honestos son expulsados del *prime time* y las máximas audiencias por ser incómodos a los propietarios y fondos de inversión de estos medios que promocionan a profesionales de la manipulación y la mentira, las plataformas digitales en lugar de luchar contra la desinformación, como venden comunicativamente, la potencian de tres maneras principalmente:

En primer término, haciendo una labor muy laxa de moderación de mentiras y campañas de odio poniendo al mando a *partners* como Atlantic Council, en el caso de Facebook, para combatir la desinformación en procesos electorales, con la relevancia de que este *think tank* pertenece a la OTAN y es dirigido para Europa y América Latina por José María Aznar, quien no solo mintió con las armas de destrucción masiva en Iraq, sino que mintió a todo el mundo sobre la autoría de los atentados de Atocha, la mayor acción terrorista en suelo europeo de toda la historia. Tras estas dos acciones dejó la presidencia del Gobierno y se dedicó a dirigir FAES y el IAGD, ambas organizaciones pertenecientes a la red Atlas Network, y a formar líderes políticos en América Latina mientras cobraba un sueldo millonario de Newscorp (Fox News) como consejero tras difundir sus noticias falsas.

En segundo lugar, por la modificación del algoritmo para que cada vez tengamos cámaras de eco más reducidas con las personas o perfiles que más interactuamos, casi siempre en una especie de burbuja ideológica con la que generalmente estamos de acuerdo y se retroalimenta, y cuyo método más eficaz para romperla y llegar a otras audiencias sea mentir o insultar buscando la interacción de la víctima, perteneciente a otra burbuja, para que el victimario tenga mayor repercusión fuera de la suya propia. Hay que tener en cuenta que en muchas ocasiones las campañas de desinformación son un producto de ingeniería comunicativa que tienen como objetivo ser desmentida; un ejemplo para entenderlo fue cuando, a pocos días de la votación para aprobar la constitución escrita por la asamblea constituyente en Chile, se difundieron



imágenes de figuras religiosas y el incendio de una iglesia diciendo que eran en Nicaragua por cientos de cuentas falsas en diferentes países, algo que fue desmentido, además de por diferentes perfiles o medios, por gran cantidad de *fact checkers*, entre ellos los españoles *Maldito Bulo* y *Newtral*, confirmando que se trataba de un bulo y que esas imágenes eran de Chile, asociadas a las movilizaciones que fecundaron el proceso constituyente. Por lo que algo que fue puntual y excepcional se recuerda a pocos días de las votaciones influyendo para votar por el NO.

En tercer lugar, a la implementación artificial mediante *bots* y *trollcenters* para potenciar la desinformación con el total consentimiento de las plataformas donde operan. Por poner un ejemplo, durante la semana del golpe de Estado de Bolivia en el año 2019, donde se crearon más de cien mil cuentas falsas —curiosamente las cuentas de los golpistas crecieron esa semana la misma cifra de seguidores, entre ellos Jeanine Añez, Camacho, Carlos Mesa, Tuto Quiroga y hasta Marco Pumari, que pasó de veinticuatro seguidores a más de cien mil en un par de semanas— y estas cuentas falsas recién creadas publicaron más de un millón y medio de tuits con HT como #EvoAsesino, #EvoDictador, #EvoFraude, #NoFueGolpeFueFraude. A día de hoy no solo no eliminaron esas cuentas falsas, sino que Facebook hizo un reporte sobre la empresa que creó cuentas falsas para hacer desinformación en Bolivia, Venezuela y México: la empresa era SCL Strategies, y uno de sus directivos fue elegido por Biden como principal *advisor* de la USAID para América Latina, Mark Feierstein.

Curiosamente, las narrativas en estas campañas de desinformación son de copia y pega, así como la estructura de la difusión mediante cuentas, que definiría como «matriz de opinión», donde estarían las cuentas que reciben los retuits y compartidos de las cuentas que conforman la «matriz de difusión», mayoritariamente formadas por cuentas automatizadas o falsas gestionadas por *trollcenters*. Una de las pruebas de este uso es el error masivo con el mismo fallo de ortografía en los HT lanzados que llegaron a ser tendencia gracias a decenas de miles de tuits, como ocurrió en España con #SancheVeteYa, #FechadoConBolsolnaro en Brasil, #AndrésNoMientrasOtraVez en Ecuador o #FraundeEnMesa en Perú.

Tampoco es cuestión del azar que en todas las elecciones donde el bando que lanzaba mentiras de manera sistemática inventaran campañas de desinformación con el argumento del fraude electoral: recientemente, tras la victoria de Lula en Brasil, en un solo día se publicaron más de un millón de tuits con el HT #BrazilWasStolen, acusando desde el bolsonarismo de fraude electoral acompañado de la petición de un golpe militar.

El mismo argumento se dio para promover en Bolivia el golpe de Estado y en Estados Unidos el asalto al Capitolio.

Líderes como Bolsonaro y Trump no solo llegan al poder gracias a las mentiras, sino que durante su mandato mienten de manera compulsiva. Según la



plataforma Aos Datos, Bolsonaro mintió más de cuatro mil veces en solo mil días de gobierno, más de cuatro mentiras por día; nada comparado con Donald Trump, que llegó a lanzar treinta mil mentiras en cuatro años de declaraciones públicas como presidente según el *Washington Post*... y no les pareció suficiente: también salieron del Gobierno con mentiras sobre el fraude electoral de todo su entorno que acabaron con intentos golpistas.

A nadie se le escapa que esta estrategia se repite internacionalmente casi a modo de *copy-paste*. El argumento del fraude electoral fue el motivo para dar el golpe de Estado en Bolivia, también para el asalto al capitolio, el intento o amenaza de golpe militar en Perú ante la victoria de Pedro Castillo o el más reciente asalto a las sedes de los tres poderes en Brasil, que fue alentada por Steve Bannon en el CPAC celebrado en México pocos días atrás; incluso una vez ejecutado el asalto llegó a llamarlo en sus redes «Brazilian Freedom Fighters».

Además del fraude electoral, los mantras inseparables de la red antidemocrática que usa la mentira como principal herramienta política y comunicativa en su particular «batalla cultural», como suelen llamarle, es acusar o dejar la duda de la financiación de sus organizaciones vinculadas a terceros países como Venezuela o directamente del narcotráfico, así como con el terrorismo, mientras repiten como loros la palabra «libertad» como si fueran sus únicos defensores y el resto una amenaza para ella, replicando mantras usados en los golpes militares de la operación cóndor y que vemos replicados cuando el Estado asesina a manifestantes y lanza campañas para acusarlos de terroristas. Un buen ejemplo lo podemos ver en Perú desde que Dina Boluarte sustituyó a Pedro Castillo en la presidencia, nombrando ministro de interior a un militar fujimorista.

Es necesario conocer que la industria del odio y la mentira, además de estar financiada, tiene sus espacios de reunión y *networking* internacional; detrás de estas campañas casi siempre están miembros de algunas de estas cuatro formas:

- La Carta de Madrid propuesta desde la fundación de VOX, Disenso, donde se arrojan como misión recuperar la democracia y la libertad de América Latina en manos del comunismo, financiado por el narcotráfico y a las órdenes de Cuba. Algunos de los firmantes primigenios son Bolsonaro, Milei, Kast, María Fernanda Cabal, Alejandro Chafuen (presidente de Atlas Network durante diecisiete años), Arturo Murillo, ministro de Gobierno de Jeanine Añez tras el golpe de Estado en Bolivia, condenado por blanqueo de dinero y soborno en Estados Unidos, firmante del contrato con CLS Strategies para la creación de cientos de miles de cuentas falsas que apoyaran el golpe de Estado y protector de la visita de VOX y *Okdiario* para la creación de cuentas falsas dándole acceso a información de manera ilegal. Roger Noriega, trabajador de CLS Strategies y vincula-



do al ala derecha del partido republicano, fue funcionario de la USAID y la OEA.

- La CPAC es la convención conservadora que suele realizarse desde hace muchos años en Estados Unidos, donde se encontraban el ala derecha del partido republicano, el Tea Party, el entorno de la FOX News y un gran número de fundaciones de Atlas Network. Desde hace unos años viene celebrándose en diferentes sedes de América Latina, las dos últimas Brasil y México, donde se encontraron gran parte de los firmantes de la Carta de Madrid, y el entorno más ultracatólico vinculado a El Yunque.
- Atlas Network, una organización creada por Anthony Fisher en 1981 tras las victorias de Margaret Thatcher y Ronald Reagan con las fundaciones que las apoyaron y que defendían sus políticas neoliberales siguiendo los principios de la Escuela de Chicago, de Milton Friedman, y de la escuela austriaca de acabar con todo lo público y en defensa de la *libertad*, en la actualidad alberga más de quinientas fundaciones en todo el mundo. En España destacan las fundaciones FAES de José María Aznar y Fundación Internacional para la Libertad de Vargas Llosa; también tiene una presencia importante Esperanza Aguirre desde hace décadas, y en la actualidad Ayuso y Cayetana Álvarez de Toledo (número dos de FAES antes de entrar en política partidista) son dos de sus principales referentes.
- Organizaciones ultracatólicas como El Yunque, Legionarios de Cristo, Opus Dei, Sodalicio o Evangelistas tienen diferentes organizaciones tapadera para influir en medios de comunicación, redes sociales, movimientos ciudadanos y partidos políticos para imponer una agenda conservadora especialmente en cuanto al derecho del aborto, matrimonio igualitario, derechos de la mujer, etcétera. En España, al peso del Opus Dei durante el franquismo, vigente en la actualidad, hay que sumarle la influencia de El Yunque, secta ultracatólica traída a España en los ochenta por Ruiz Mateos tras su pelea con el Opus Dei, y que recientemente se ha vinculado con VOX y con medios de comunicación como *Estado de Alarma* y *7NN*, este último propiedad de miembros de la Fundación Francisco Franco y de VOX y dirigido por miembros de El Yunque como Marcial Cuquerella y Luis Losada.

Por lo tanto hay una evidencia sobre el impacto y la impunidad de la mentira en nuestra sociedad que se convirtió en un negocio sucio y que se ampara en una impunidad insultante a la inteligencia y a la ética humana, especialmente en el ámbito de los medios de comunicación y la política, en la mayoría de los casos financiados con dinero público y con una responsabilidad social



mayor, por tanto. Por eso deberían ser los primeros en ser abordados en un posible marco regulatorio que igualara a otras profesiones, donde la mala praxis se paga con sanciones económicas o la pérdida de la capacidad profesional para ejercer: ¿por qué en el periodismo o en la política no ocurre?

El reto que nos queda por delante es intentar reducir la impunidad en este tipo de campañas de desinformación de manera industrial sin menoscabar los derechos a la libertad de expresión y de prensa, pero devolviéndonos a la ciudadanía el derecho a recibir una información veraz. Es importante separar las líneas editoriales y opiniones, incluso ideología de medios de comunicación, y la deformación o manipulación de los hechos. En muchas ocasiones se utiliza la mentira para reforzar las líneas editoriales, y esto es lo que pervierte la democracia y nuestros derechos. Quizás un marco regulatorio podría ser una solución siempre que sea un avance en derechos y no un retroceso, pero paralelamente es necesaria una pedagogía que promueva el pensamiento crítico, ya que todos podemos ser víctimas del sesgo de confirmación. También es necesario no quedarse en la acción de los *fact checkers* para decir qué es verdad o es mentira, sino también señalar los métodos, la financiación y las personas, medios y organizaciones que difunden mentiras de manera reiterativa. ★

