

Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM y Máster en Periodismo Económico y Comunicación Empresarial por la Universidad Nebrija. Ha cursado también el Programa de Liderazgo en la Gestión Pública del IESE. Además de directora y presentadora de "Código Samboal" en Trece Televisión, también firma como columnista en el periódico digital de reciente aparición *El Debate*.

Previamente, en Trece Televisión, ha dirigido y presentado "La Lupa de la mañana". En Telemadrid, ha sido directora y presentadora de "Diario de la noche", "KM-0" y ha dirigido especiales informativos sobre la abdicación del rey Juan Carlos, noches electorales o debates de candidatos en campaña. Sus primeros pasos como periodista los dio en Expansión TV como editora y presentadora de informativos y, durante un año, fue asesora del Ministerio de Presidencia. Como periodista, ha colaborado en "La Mañana de Herrera" y "La Linterna", en Cope y ha firmado artículos de opinión en *El Economista*, *La Gaceta* o *Chesterton*. Además, colabora en cursos de formación de portavoces. Ha sido profesora de la Escuela de Unidad Editorial y Esic. Ha publicado dos libros: *Gabinete de crisis* y *Nacida para triunfar*, la primera biografía de Ana Botín. Ha ganado a título personal la Antena de Plata de TV y el Premio al Mejor informativo del año que otorga la Asociación de Telespectadores y Radioyentes por la dirección de "Diario de la noche". Recibió la Antena de Oro como miembro del equipo de "Trece al día". Además del Premio Joven y Brillante de Periodismo Económico.

## Ana Samboal

Directora y presentadora de "Código Samboal" en Trece Televisión



# LAS "FAKE NEWS" DE HOY, las mentiras de siempre

Ana Samboal

**E**s tan vieja como el hombre, habita en su naturaleza. La mentira ha existido siempre. Obedece a la tentación de persuadir o manipular al otro con un determinado fin, en principio en favor de los intereses particulares del mentiroso o del grupo al que pertenece. Los libros dan fe de un sinnúmero de falacias que han logrado torcer el rumbo de la historia.

En el colegio, estudiamos el destierro del Cid. La causa -nos diría una gran mayoría a la que pudiéramos preguntar al azar, porque así nos lo enseñaron- fue que el Campeador, al tomar juramento a Alfonso VI, le instó a renegar de su participación en el contubernio que condujo al vil asesinato de su hermano Sancho. El cine se ha hartado de replicar la escena. Y, efectivamente, el caballero lo hizo. Era su deber. Pero no fue este, según los historiadores, el origen de sus pesares. Ciertamente es que el monarca, tras ceñirse la corona, le destituyó como alférez -un puesto de estrecha confianza- para trasladar esa responsabilidad a uno de sus hombres más cercanos. Sin embargo, a lo largo de los siete años siguientes, Rodrigo Díaz de Vivar permaneció en la corte como embajador y le encargó misiones tan delicadas como el cobro de los tributos a los reinos vecinos. Fue otra y no el juramento la causa de sus desgracias. Tras el ataque musulmán al castillo de Gormaz, del que salió victorioso, los nobles, al parecer celosos, le acusaron ante el rey. A decir de

aquellos, se había enfrentado, en ausencia del monarca, a uno de los aliados de Castilla. Alfonso VI tomó buena nota y entonces, solo entonces, rompió el vasallaje con el guerrero natural de Burgos, forzándole a abandonar sus reinos en busca de mejor fortuna<sup>1</sup>.

Es doble la mentira. Al acusar al Cid, los cortesanos retuercen los hechos para adaptarlos a su conveniencia con el fin de apartar a un serio adversario, con peso político, de entre los favoritos del monarca. La falsedad que atribuye a la toma del juramento su caída en desgracia, queda también escrita para librarles de responsabilidad entre las gentes de su tiempo y las generaciones venideras. La ambición de poder, de rédito personal, guía a los conspiradores.

Veamos un caso más reciente, el que Inocencio Arias describe en *Esta España nuestra*. El embajador, con el fin de recomendar prudencia a sus compañeros de diplomacia, echa mano de la triste experiencia de Dupuy de Lôme, ministro plenipotenciario ante el gobierno de Estados Unidos en 1989. Los independentistas cubanos, en enfrentamiento abierto con Madrid, airearon en la prensa estadounidense una carta privada en la que De Lôme calificaba al presidente McKinley como un "político barato". Leña al fuego para un conflicto que ya estaba al rojo vivo y en el que lograron al fin su

<sup>1</sup> Vidal, C. *Enigmas Históricas al descubierto: de Jesús a Ben Laden*. Planeta, 2002.

propósito de involucrar a Estados Unidos tras la posterior voladura del Maine en el puerto de La Habana. La prensa sensacionalista norteamericana y los libros de historia no tardaron en atribuir aquella masacre a la “traidora España”.

Años después, en 1912, el presidente William Howard Taft, en la ceremonia de repatriación de los cadáveres, pone en cuestión, aunque de forma implícita, aquellas graves atribuciones: “No quiero acusar de responsable al gobierno de España de la explosión del Maine, pero nadie puede dudar de que dicha tragedia fue en parte la causa que provocó la guerra”. Ese hecho, la voladura del barco, metió a Estados Unidos en la guerra. Es, a día de hoy, lo único probado. La consecuencia de aquella noticia aireada por los tabloides de Hearst y Pulitzer, jamás verificada, es que los independentistas cubanos, merced al apoyo de sus vecinos del norte, lograron su objetivo, que no era otro que liberarse de la ligazón con España y tomar el poder en la isla<sup>2</sup>.

Disfrazado de libertad, de todas las buenas intenciones que se quiera, es el poder lo que se persigue al usar la mentira. El poder sobre el otro en la relación interpersonal, el poder sobre el grupo, el poder que se pretende birlar al enemigo o adversario. Alcanzar el poder de cualquier índole. O conservarlo. Con ese fin, la escuela -ya lo hemos visto anteriormente- puede resultar una de las más valiosas herramientas.

“Las instituciones públicas dejaron de ser neutrales hace años y se convirtieron en una herramienta más del poder político para realizar política y propaganda. En el caso de la educación -dice Jano García en *El Rebaño*<sup>3</sup>-, no podemos decir que fue neutral en algún momento de su existencia, salvo contadas excepciones. Desde el principio, se recurrió a ella como forma de adoctrinamiento para asegurarse que las nuevas generaciones crecían dando por bueno al oficialista imperante del momento y por malo todo aquello que se salía del guión marcado”. La acerada crítica del economista alcanza también a los medios de comunicación, a los que acusa de extender el mensaje de los demagogos, los gobernantes que, a su juicio, “dejaron de buscar el bien común y se centraron en retener el poder gracias al voto de la masa” halagándola con promesas imposibles y generando debates artificiales.

Promesas imposibles... Debates artificiales... A pesar de que suena terriblemente familiar y cotidiano a nuestros oídos, no es cosa de hoy. Jano García retrotrae esa práctica a los tiempos de Sócrates, Platón, Aristóteles, Jenofonte o Demóstenes, que llegaron a la conclusión de que el sistema democrático acabaría siendo perjudicial para el pueblo, puesto que “bastaba con dirigirse a las emociones más primitivas del ser humano” para arañar su apoyo y “sustituir la verdad por la demagogia irracional”.

*Si es tan antigua como la historia del hombre, ¿por qué es ahora cuando nos preocupa la mentira? ¿Por qué, cuando ni siquiera tienen reseña en nombre de capítulo en los libros de historia o teoría política, hoy ocupan horas de pensamiento y análisis, tertulias y líneas y líneas de texto en Internet?*

Ayer, como hoy, se mentía. Ayer, como hoy, se hacían falsas promesas. Ayer, como hoy, se apelaba a las emociones más primitivas del gobernado para granjearse su apoyo. Lo hacen las democracias y lo hacen las dictaduras. Si es tan antigua como la historia del hombre, ¿por qué es ahora cuando nos preocupa la mentira? ¿Por qué, cuando ni siquiera tienen reseña en nombre de capítulo en los libros de Historia o Teoría Política, hoy ocupan horas de pensamiento y análisis, tertulias y líneas y líneas de texto en Internet? Más de dos mil millones de entradas aparecen en Google al iniciar una búsqueda con las palabras “fake news”. ¿Por qué?

Repetir mil veces una mentira -decía el propagandista del nazismo Joseph Goebbels- acaba convirtiéndola en verdad. A fuerza de enviarle el mismo mensaje, el receptor acabará por sentirlo, por hacerlo suyo, transformándose en cómplice y actuando como altavoz. La víctima de la falacia, transmutada en instrumento útil de la misma. Posiblemente, esta sea una de las razones que explica nuestra desazón: nos sabemos vulnerables ante el manipulador. El fabuloso desarrollo tecnológico de los

<sup>2</sup> Arias, I. *Esta España nuestra. Mentiras, la nueva Guerra Fría y el tahúr de Moncloa*. Plaza & Janés, 2021.

<sup>3</sup> García, J. *El Rebaño: Cómo Occidente ha sucumbido a la tiranía ideológica*. La esfera de los libros, 2021.



Foto: Joshua Miranda

últimos años ha puesto en nuestras manos el teléfono móvil que nos permite estar conectados, disponer de información, recibirla y enviarla, durante 24 horas al día los 365 días del año, en casi cualquier lugar del mundo. La posibilidad que esa conectividad nos da de multiplicar un mensaje es infinita. Hay algunos recurrentes. Sorprendentemente, aparecen con cierta periodicidad, después de haber tenido tiempo de dar varias veces la vuelta al mundo. De poco sirve alertar a nuestro interlocutor de que son falsos, porque te advierte de que, *por si acaso*, seguirá reenviándolo.

Es más confortable sentirse parte de una colectividad que llamar la atención llevando la contraria a la masa. Esta es una de las razones que explica el fulgurante éxito de las mentiras. “La verdad siempre trae problemas y yo defiendo la hipocresía en aras de la convivencia pacífica. Si todos fuésemos por ahí hablando con la precisión inapelable del doctor House, pronto nos quedaríamos solos y la propia sociedad se volvería inviable: todo lazo comunitario caería segado por la crueldad de los sinceros”. Concluye el periodista Jorge Bustos en *La granja humana*<sup>4</sup> que, en la fábula de “El rey desnudo” la clave del éxito del engaño social no reside tanto en la vanidad del rey como en la del pueblo, pues

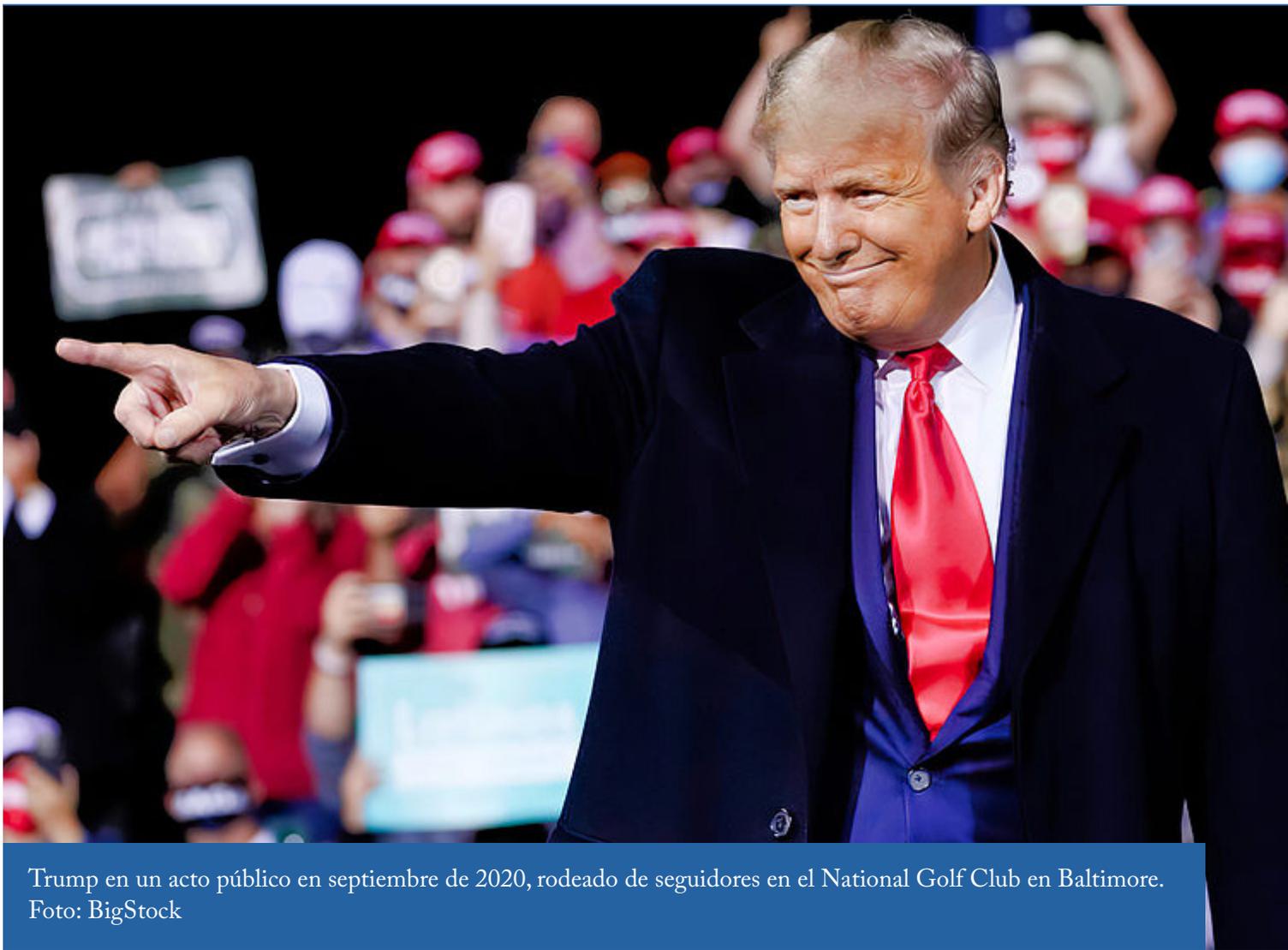
habiendo entendido los astutos pícaros el rumor de que la tela solo les resultaba invisible a los bastardos, ninguno se avenía a canjear el confort de la apariencia por el orgullo de la verdad.

Queremos sentirnos parte de un todo, necesitamos saber de nuestra pertenencia y nos aprestamos a reafirmarla. Un “me gusta” en redes sociales, un reenviado rápido que dé fe al mundo de nuestra identidad acoplada en el marco de una colectividad. Los mensajes falsos se difunden con más rapidez y en un volumen exponencialmente más alto que los verificados. Podemos quedarnos con la respuesta más simple a la hora de explicar esa evolución: resulta más sencillo reenviar de forma automática un texto o un vídeo que recibimos por WhatsApp, que nos agrada o satisface nuestras expectativas, antes que tomarnos la molestia de comprobar si es o no veraz su contenido. Y, en ocasiones, es cierto y falso a un tiempo, las mentiras se camuflan mejor entre las medias verdades.

El mecanismo que usa el manipulador para sumar nuestros esfuerzos a su bando es simple y, al mismo tiempo, elaborado: ante todo, queremos ser felices, dice Marc Amorós en *¿Por qué las fake news nos joden la vida?*<sup>5</sup> Y, en nuestra búsqueda de la felicidad, nos afectan las noticias que recibimos. Cuatro de cada diez personas opina que

<sup>4</sup> Bustos, J. *La granja humana. Fábulas para el siglo XXI*. Ariel, 2015.

<sup>5</sup> Amorós, M. *¿Por qué las fake news nos joden la vida?* Lid Editorial, 2020.



Trump en un acto público en septiembre de 2020, rodeado de seguidores en el National Golf Club en Baltimore.  
Foto: BigStock

esas noticias son demasiado negativas. Otras tres están cansadas de ellas. Y las tres que quedan confiesan que, a menudo, optan por evitarlas. Es la mejor noticia para el que desea intoxicar al personal: ¿por qué no regalarles los oídos contándoles lo que quieren oír? “Ya no buscamos las noticias -concluye el periodista-, son ellas las que nos encuentran”.

Nunca como ahora nos habíamos desnudado de tal modo ante nuestros semejantes. En Facebook, Instagram, Youtube, Tik-Tok o Twitter, colgamos imágenes de la vida pública, la privada e, incluso, la más íntima. Enseñamos al resto del mundo dónde estamos, qué comemos, dónde y cuándo viajamos, a qué espectáculos asistimos. Declaramos lo que nos gusta y nos disgusta, exponemos con descaro nuestras opiniones. Buscamos la información que nos satisface y rehuimos la que nos desagrada. El teléfono registra nuestros pasos y nos muestra las opciones que están a nuestro alcance en cualquier lugar del mundo en función de nuestras preferencias. Los dueños de las tarjetas de crédito y las entidades financieras saben en qué, cuándo y cómo gastamos nuestro dinero y del que disponemos.

Aceptamos sin rechistar y sin leer los farragosos párrafos de las cláusulas de privacidad. Pueden frotarse las manos. Hemos dado a esas multinacionales un ingente poder sobre nuestras mentes, les hemos mostrado sin resistencia alguna todos nuestros flancos débiles. Les hemos dado, libremente, poder sobre cada uno de nosotros. ¿Por qué no iban a usarlo?

Los robots nos observan, nos estudian, nos diseccionan, nos clasifican. Nos hemos convertido en un producto, el más valioso del mercado, que se puede monetizar cediéndolo, siquiera temporalmente, a un sinfín de intereses económicos y políticos, de ahí el elevado valor con el que esas empresas cotizan en los mercados de valores. Las hemos convertido en poderosas fábricas de dinero. Pueden vender nuestro perfil al que manufactura artículos de consumo, al que pretende que contratemos sus servicios o al que busca captar nuestro voto en unas elecciones.

Es precisamente en el marco de una campaña electoral, la que lleva a Donald Trump a La Casa Blanca, cuando se populariza el término “fake news”, noticias falsas. El entonces aspirante a presidente lo utiliza con fruición para desacreditar las informaciones que sobre él publican los medios de comunicación tradicionales, primero los

críticos y después los más afines. No es él el primero que usa las redes sociales y la información que vertimos en ellas en su provecho, esa fue precisamente una de las claves del éxito de la campaña de Barack Obama, aunque, en ese momento, el grado de desarrollo era incipiente. Pero sí es Trump el que da el salto cualitativo al lograr descolocar, en el mejor de los casos, a unos periódicos, radios y canales de televisión que, hasta entonces, vanidosos, incluso soberbios, se habían sentido todopoderosos. El candidato busca destruirlos para, posteriormente, suplantarlos. Cuando lo logra, la mitad del recorrido hacia su objetivo está hecho.

Hoy en día, cualquier individuo puede ser emisor de información. Se siente fuerte, importante. Es dueño de sus propias palabras y puede recibir lo que desea directamente de las fuentes gracias a sus cuentas en redes sociales. Trump, que, en su condición de presidente, era fuerte e importante, marcó ese camino. Desacreditó y debilitó a la prensa tradicional para prescindir de ella, para conectar con su potencial votante y seguidor sin molestos intermediarios que podían interponer obstáculos en su carrera, para eliminar, en definitiva, el filtro verificador del profesional de la información. En su descarga, habrá que admitir que, bien por la escasez de medios materiales, bien por los intereses particulares de las empresas informativas, por la relajación de costumbres del periodista a la hora de trabajar, bien por pura vanidad, una parte al menos de razón encerraba su crítica. Pero el péndulo ha pasado de uno a otro extremo.

La victoria de Trump y el triunfo de la campaña del Brexit suponen dos hitos, dos grandes triunfos de las fake news. Los robots han detectado a los candidatos susceptibles de emitir un voto en favor de sus candidaturas. Si me apuran, hasta les han hecho el programa electoral que acogerán con agrado. A partir de ahí, en palabras de Marc Amorós, las "noticias" que esos ciudadanos estaban esperando para ir al colegio electoral para apoyarles expresamente, apareció dispuesta a recibir un "like" al acceder a sus perfiles en redes sociales. ¿Les asustaba la inmigración ilegal? Nada como disponer de "informaciones" acerca de altercados protagonizados por inmigrantes. El Brexit lo evitaría cerrando las fronteras del Reino Unido a la Europa continental. ¿Les preocupaba la seguridad? Podrían desasosegarse más accediendo las "noticias" sugeridas sobre conflictos. Trump se ocuparía de garantizar que todo el mundo tuviera en casa un arma para defenderse. La victoria, el poder, estaba garantizado. El sistema no lo vio, no supo defenderse.

Sus triunfos sorprendieron a la política tradicional, al *establishment* que, desde la distancia que marcan los despachos del poder con la calle, había sido incapaz de detectar el malestar y los temores de los ciudadanos ante un mundo que ya no respondía a las directrices que habían aprendido en el colegio. Les faltó el tiempo para analizar las causas y se pusieron manos a la obra para

## *La victoria de Trump y el triunfo de la campaña del Brexit suponen dos hitos, dos grandes triunfos de las fake news. Los robots han detectado a los candidatos susceptibles de emitir un voto en favor de sus candidaturas*

evitar una segunda edición. Dictaron leyes para acotar el reenvío masivo de mensajes, autorizaron y azuzaron a los propietarios de redes sociales a opacar o anular los mensajes que, a su buen entender -siempre de parte-, incitaran al odio y espolearon y apoyaron el nacimiento de "verificadores" guardianes de la verdad. ¿Y cuál es la verdad en una opinión? ¿Qué pátina angelical adorna a los que están dispuestos a mostrárnosla? ¿Hemos batallado durante siglos para garantizar la libertad de expresión y opinión para abrir ahora, de par en par, la puerta a nuevos y sibilinos censores? ¿Qué gran error!

El desarrollo tecnológico nos ha abierto las puertas de un mundo fascinante. Los ciudadanos disponemos, al alcance de un clic, de un volumen ingente de información. Somos también emisores. Pero ese derecho lleva asociada una responsabilidad de la que no podemos ni debemos abdicar. El mejor antídoto contra las fake news es una educación libre que permita al individuo entender, discernir, usar de acuerdo a sus intereses o necesidades los datos que proporciona sobre su propia realidad. Siendo consciente de que tienen un valor y, por tanto, un precio. En esa tarea, la de informar y formar, los medios de comunicación y los periodistas tenemos un trabajo ingente por delante y un reto formidable: el de encontrarnos con el lector, el oyente, el telespectador, el de crear o fortalecer el vínculo con ellos, ofertándole un producto útil y valioso, generando y afianzando una relación de confianza que nunca debería haberse debilitado o perdido. Ganaremos todos si lo logramos.