

INFOLIBRE

José Miguel Contreras y Eva Baroja

contacta@infolibre.es

Conspiranoicos: el auge de la estupidez humana

- La eclosión de las redes sociales, la intervención de fuentes interesadas y la aparición de fenómenos como el cambio climático y el coronavirus han facilitado un crecimiento de los seguidores de la sinrazón y el delirio
- El boom *conspiranoico* empieza a amplificarse en la vida política en EEUU a través del movimiento QAnon, que ha superado todos los límites existentes

Conspiranoicos: el auge de la estupidez humana | Comunicación política

La pandemia provocada por el coronavirus se ha convertido en un vergel donde cultivar cualquier estafalaria revelación.

Afirma Harari que “jamás debemos subestimar la estupidez humana”. Hay dos convenciones frente al poder de la estulticia que deberíamos dejar de lado. Por un lado, que se trata de un sector que en realidad es muy poco numeroso. En segundo lugar, que su poder de influencia directa no es determinante. Sería un error pensar así. Un descerebrado con solo apretar un botón o accionar un instrumento ya ha cambiado la historia en más de una ocasión. El problema es que **el hábitat donde el disparate mental crece con mayor vigor** parece estar potenciándose y extendiéndose en los últimos años.

Hasta hace unos meses, el debate mundial en torno al cambio climático sirvió de plataforma de exposición de negacionistas de todo tipo, entre ellos algunos de los principales dirigentes mundiales como Donald Trump. Los movimientos populistas de todo signo también han abierto amplio espacio para la difusión de diferentes teorías abracadabrantes que **pretendían alertar al mundo de oscuros males que nos acechaban**. Estas últimas semanas, la pandemia provocada por el coronavirus se ha convertido en un vergel donde cultivar cualquier estafalaria revelación.

Un colectivo muy heterogéneo

El fenómeno de los *conspiranoicos* vive un período de gran eclosión propiciado por diferentes factores imposibles de desenmarañar. Hace unas semanas vimos una exótica congregación de fieles negacionistas del covid-19 que reunió en Madrid a alrededor de 3.000 seguidores. En Berlín, este fin de semana se reunieron casi 30.000 personas atendiendo un llamamiento similar. Llama la atención **la heterogeneidad de los militantes de esta causa**. Podemos encontrar a fascistas marchando junto a hippies trasnochados; a seguidores de las medicinas alternativas junto a fieles de iglesias semidesconocidas; a jóvenes desorientados junto a veteranos caídos en el abismo de la sinrazón. Se pueden unir profundos ignorantes con artistas consolidados, líderes de opinión o conocidos estafadores profesionales.

Tal y como explica Carlos Mateos, director de la agencia COM Salud y coordinador de #SaludSinBulos, “en la pandemia hemos encontrado algo muy curioso. **Hay dos extremos ideológicos que están coincidiendo en el tema del negacionismo** del coronavirus: la extrema derecha, que considera que la mascarilla es una forma de control social, y las corrientes alternativas y hippies, que apoyan los movimientos antivacunas”.

Cómo hablar con un *conspiranoico*

Es muy complicado intentar establecer los rasgos comunes que pueden definir la mentalidad de un *conspiranoico* respecto a su consumo de medios. Al final, suelen vivir refugiados en una especie de **círculo vicioso que nace en la falta de información y termina en la falta de confianza**. Resulta difícil

romper esa barrera. Ese círculo defensivo del *conspiranoico* respecto a la comunicación convencional se asienta en las siguientes convicciones:

- Sus tesis no están basadas en ningún tipo de prueba científica ni hecho contrastado.
- La falta de evidencia se transforma en sí misma en una poderosa evidencia.
- Sospechan de todo lo que tiene que ver con la información oficial y las instituciones.
- Creen que todo el mundo tiene intenciones oscuras y ocultas.
- Piensan que son víctimas de una persecución organizada y un enorme engaño.
- Los medios de comunicación son cómplices del engaño.

En una situación como la actual, surge el debate de cómo se puede manejar una correcta política de comunicación que ayude en plena emergencia sanitaria a que prevalezcan los mensajes constructivos y eficaces. La cuestión es compleja porque, como señala Mateos, “**el argumento racional no es suficiente** para llegar a este tipo de público que es inmune a cualquier tipo de información empírica que se quiera trasladar en campañas. No sirve explicarles por qué el 5G no tiene ninguna relación con el coronavirus, porque siempre encuentran alguna salida o alguna explicación”.

Carlos Mateos recomienda **tener claro el destinatario de las campañas, su contenido y su forma**: “1) Los mensajes y las campañas tienen que ir dirigidos no a los fanáticos, sino a las personas neutras. 2) Las campañas tienen que ser unánimes y sobre temas muy concretos. 3) Hay que servirse de argumentos emocionales y también del humor, que es la forma de llegar a la gente joven y a la máxima gente posible”.

QAnon, la madre de todas las conspiraciones

En EEUU, el *trumpismo* ha abierto un amplio espacio para dar cobertura a este tipo de mundos que en otras épocas permanecían más o menos ocultos en la sociedad. El propio presidente norteamericano es un habitual propagador de teorías *destarifadas* y hace de altavoz permanente de grupos más necesitados de atención siquiátrica que de atención mediática. En estos últimos tiempos, incluso se ha llegado a desarrollar la gran madre de todas las conspiraciones. Se trata de un **movimiento denominado QAnon**, que **parte de un principio abierto a cualquier tipo de bulo, rumor, demencia o pura ficción** creada para la ocasión.

El QAnon va a dar mucho que hablar de aquí a las elecciones de noviembre. Surge de la supuesta existencia de altos funcionarios (el nivel Q se otorga en la Administración estadounidense a quienes tienen acceso a la información más reservada y oculta que tiene el Estado) que están denunciando **la existencia de una organización delictiva y criminal** formada por el Partido Demócrata que tiene como fin acabar con los logros y la lucha por la virtud emprendida por la Administración Trump. Este grupo de denuncia trabaja de forma anónima. De ahí la denominación QAnon, que proviene de fusionar la categoría Q y el término *Anonymous*.

Entre la conspiración y la secta

Según Roberto Rodríguez Andrés, profesor de la Universidad de Comillas y de la Universidad de Navarra, “este tipo de movimientos comparten muchos elementos con el propio funcionamiento de las sectas, que en un principio proponen algo que va en sintonía con lo que tú quieres escuchar y en las que se produce un control absoluto sobre las maneras de pensar. Los seguidores se convierten en **fanáticos que no prestan atención a nada que contradiga la teoría**”. Un **informe reciente de NBC News** reveló que Facebook había realizado un estudio interno sobre la presencia de QAnon en su plataforma y que la conclusión era que había miles de grupos de QAnon, con millones de miembros en conjunto.

Las investigaciones realizadas por QAnon hasta ahora insisten en la existencia en redes de políticos demócratas que practican la pedofilia como afición preferida y que tienen tras de sí todo tipo de crímenes ocultos y una extensa retahíla de delitos a cuál peor. Evidentemente, **jamás se ha aportado una sola prueba**, aunque eso no ha sido óbice para facilitar todo tipo de nombres encabezados por los Clinton, los Obama y ahora Joe Biden. Suena todo a broma, pero el propio Donald Trump ha mostrado públicamente su apoyo al movimiento y ha contribuido a difundir algunos de sus infundios.

Directos a la Cámara de Representantes

A lo que muchos apenas prestaron atención en un primer momento, empieza a preocupar. **El movimiento empieza a tener significativa presencia dentro del Partido Republicano**. Jo Rae Perkins ganó las primarias republicanas al Senado en el estado de Oregón. Marjorie Taylor Green, destacada predicadora de la causa QAnon, va a ser casi con toda seguridad congresista en noviembre. Esta corriente ideológica empieza a ser considerada **con mayor peso y capacidad de penetración que el Tea Party** hace una década. La letra Q ha empezado a convertirse en el símbolo de una difusa corriente ideológica que forma parte del *trumpismo* como plataforma de todo tipo de teorías conspiranoicas ante la próxima campaña electoral. Su presencia en las redes sociales cobra fuerza día a día sin que parezca que sirva de freno la suma de barbaridades y demencias que difunden.

Las teorías de la conspiración no son un fenómeno nuevo, pero la pandemia del coronavirus, la incertidumbre que ha traído consigo y el aumento de horas conectados ha hecho que aumente su difusión. Un **artículo en The Wall Street Journal** afirma que el número de miembros de los diez grandes grupos de Facebook dedicados a QAnon **había crecido más del 600 por ciento desde que iniciaron los confinamientos**. QAnon funciona como un **videojuego para atraer a la gente**, invita a participar en una realidad compartida, llena de personajes recurrentes, narrativas cambiantes y misiones intrincadas de resolución de acertijos.

Nada sería posible sin internet

Internet ha sido indispensable para el auge de este tipo de movimientos estrafalarios que captan adeptos en todo tipo de caladeros. La crisis económica vivida la pasada década y el crecimiento de la desigualdad han permitido asentarse **una lógica desconfianza generalizada en el funcionamiento del sistema político y económico** en el mundo occidental. Desde diferentes sectores se han desarrollado respuestas sociales que se han rebelado contra una época de descontrol económico y de inaceptable permisividad de una clase política durante décadas. Rodríguez Andrés considera que “las teorías de la conspiración surgen en torno al fenómeno del nuevo orden mundial, que estaría dirigido por poderes ocultos formados por multimillonarios y grandes fortunas que manejan el mundo en la sombra mientras los políticos son meros títeres”.

Esta crisis profunda sistémica ha servido de caldo de cultivo de todo tipo de iniciativas, muchas de ellas alejadas del mínimo sentido común, que **han encontrado en la red una extraordinaria autopista de circulación y extensión**. Un especialista como Álex Comes explica que “hay dos principales motivos por los que este tipo de teorías de la conspiración funcionan tan bien en Internet: por el anonimato que ofrecen las redes con las cuentas falsas y por los *bots*, que permiten multiplicar tu mensaje de forma exponencial”.

Las redes y la información del coronavirus

Una reciente investigación del Pew Research Center en Estados Unidos ha concluido que los estadounidenses que se informan prioritariamente a través de las redes sociales son los que se preocupan menos por seguir la cobertura de covid-19, y, además, son los que **reconocen haber accedido a mayor número de noticias poco convincentes o disparatadas** sobre la pandemia. La cuestión es especialmente trascendente teniendo en cuenta que hablamos de una emergencia sanitaria. Para Elena Lázaro, presidenta de la Asociación Española de Comunicación Científica, **la desinformación “puede llegar a ser muy peligrosa** en un contexto de crisis sanitaria como ésta. Si hay personas que se niegan a tomar medidas básicas como la mascarilla y son asintomáticos pueden generar un verdadero problema de salud pública. Lo vimos con el movimiento antivacunas y el surgimiento del sarampión en Italia”.

El clásico aforismo, que algunos atribuyen a los estrategas del nazismo, de que “una mentira repetida mil veces acaba por aceptarse como verdad” parece haber cobrado sentido en el mundo de Internet. A través de un simple *tuit*, un *post* de Facebook, un canal de Youtube o el *blog* de cualquier *influencer* puede arrancar **una cadena de distribución de cualquier disparate que puede inundar determinadas comunidades**. Como la investigación ha corroborado repetidas veces, el

consumo en la red se fundamenta básicamente en el llamado sesgo de confirmación, **concepto acuñado por Peter Wason** en los años 60.

La importancia del sesgo de confirmación

Al final, la idea del sesgo de confirmación, aplicado al consumo de contenidos en Internet, plantea que **la mayor parte de la gente cree principalmente aquella información que busca de antemano**. Es decir, los principales seguidores de teorías *conspiranoicas* son precisamente quienes las buscan para corroborar su convicción de que existen. El periodista mexicano **Esteban Illades ha investigado** el fenómeno y explica lo que ha sido bautizado como **La cámara de eco**. Según Illades, “si yo tengo amigos que opinan lo contrario a mí, tenderé a ignorarlos o alejarme de ellos porque sus puntos de vista no concuerdan con los míos, y su lugar lo ocuparán personas cuyas ideas congenien conmigo”.

Todo acaba en la creación de las conocidas burbujas digitales que congregan y aíslan a miembros de una comunidad reconocible más allá de los entornos naturales de sus miembros. Álex Comes recuerda que “no podemos olvidar que este tipo de mensajes **se amplifican en las redes sociales gracias al filtro burbuja y a los algoritmos**. Según los *likes* y la navegación, realizan una predicción para decidir qué es lo que el usuario ve o no en las redes”.

Roberto Rodríguez Andrés interpreta que “en los últimos tiempos, está habiendo un aumento de la polarización del electorado porque hay sectores de la población cada vez más radicalizados que **creen que la única verdad es la suya**. Aunque se les den pruebas, van a creer que los demás están mintiendo y que son pruebas manipuladas. Además, la proliferación de noticias falsas refuerza a los *conspiranoicos* porque los únicos contenidos que consumen van en relación con lo que ellos piensan y quieren oír”.

La ira frente a la incertidumbre es la clave del discurso

El elemento aglutinador de este tipo de movimientos está identificado por quienes los han estudiado. **El especialista norteamericano en redes sociales Ryan Holiday** mantiene que hay un elemento **clave para entender cómo funciona lo que conocemos como viralidad**. La capacidad más poderosa para que un contenido estalle en la red y se extienda sin límite es, a su juicio, la ira. Según cuenta Holiday como ejemplo, “la ira tiene un efecto tan profundo que un aumento de la desviación estándar en el nivel de ira de un artículo equivale a pasar tres horas más como artículo de cabecera en la portada de NYTimes.com”.

Parece más que demostrado que las teorías conspirativas **viven de explotar las debilidades de los ciudadanos** incapaces de hacer frente a fenómenos que les superan y ante los que no son capaces de encontrar una respuesta gratificante. Según el **Manual de teorías conspirativas** elaborado por la Universidad de Bristol y el *Center for Climate Change Communication*, entre los factores que explican por qué la gente se cree y comparte este tipo de teorías destacan que se alimentan del sentimiento de impotencia, sirven para dar respuestas a la incertidumbre, permiten hacer frente a amenazas y sirven también para enfrentarse a la política dominante.

Parece claro que la incertidumbre y el desconocimiento no ayudan a detener la extensión de la desinformación. Tal y como señala Elena Lázaro, “estas teorías de la conspiración son la prueba de que **el ser humano maneja mal la incertidumbre** y la ciencia es pura incertidumbre, por lo que la comunicación de la ciencia tampoco puede implantar la verdad absoluta”.

El poder ha descubierto la conspiración como instrumento

Hay otro factor de gran trascendencia que va unido al peso creciente que Internet tiene como gran difusor de esta especie de mundo alternativo que son las teorías conspiranoicas. En realidad, va unido a esa creciente capacidad de conexión con los ciudadanos. Hay poderes que han decidido **utilizar el fenómeno con fines ideológicos y, por tanto, alimentarlo y potenciarlo**. Estas técnicas de manipulación y alteración de la realidad no son por tanto ahora resultado de la inocente o irresponsable creatividad de gente mentalmente desafiada. Hablamos de sofisticadas maquinarias que trabajan este terreno y establecen avanzadas técnicas de innovación.

La Universidad de Toronto, a través de su Citizen Lab, ha realizado un seguimiento de algunos de estos contenidos para determinar su origen y su construcción. Entre sus conclusiones, establecieron cómo los hackers rusos han descubierto en los últimos años que una de las técnicas más eficaces para alterar la realidad no es sustituirla por una versión ficcionada. Han comprobado que **resultan más creíbles sus relatos si mezclan hechos y datos reales y comprobables con bulos o desvaríos.**

La espectacularización de los medios como problema

Hablamos de hechos que evidentemente son difícilmente comprobables por experiencia propia y que, por tanto, sólo a través de los medios de comunicación pueden ser conocidos por un ciudadano medio. Si ese receptor, además, está deseoso de recibir información en una dirección diferente a la verdad oficial y reconocida buena parte del trabajo ya está realizado. La gente da además **mayor credibilidad a aquello que resulte a sus ojos especialmente trascendente y llamativo.** Ya en 1987, el propio Donald Trump, en su libro *El arte de la negociación*, confesaba uno de sus recursos de comunicación preferidos: “Yo juego con la imaginación de la gente [...] La gente quiere creer que algo es lo más grande, lo más importante y lo más espectacular”.

Este efecto de espectacularización es especialmente adorado por algunos medios de comunicación tradicionales, poco dados a buscar la confirmación de los datos. Para muchos de ellos, resulta imbatible la mezcla de acontecimientos, sean o no reales, que sumen un asunto de interés de su agenda informativa y **sean muy lucrativos al despertar el interés de la audiencia.** Estamos acostumbrados a ver en determinados canales de TV o medios de prensa cómo se hacen eco de lo que llaman “fenómenos en la red” para darles una difusión que no merecería debido a la falsedad que difunde. Para Elena Lázaro, “la alarma social y el amarillismo en los medios no ayuda a nadie porque contribuye a la crispación y en ese ambiente, el *conspiranoico* se crece. Necesitamos divulgación y explicación y no quedarnos en la anécdota”.

La búsqueda de la polémica

El otro elemento que contribuye a potenciar este tipo de discursos *conspiranoicos* y a sus portavoces es su valor como generador de confrontación. Hay amplios sectores de la audiencia que adoran acercarse a los contenidos a través de la polémica y la abierta discusión pública. En una tertulia cara a cara entre dos oradores, **los medios potencian la diversidad de opiniones** por encima del valor real del peso de sus argumentos.

Una investigación de la Universidad de California del año pasado centrada en las polémicas públicas entre los negacionistas del cambio climático y los científicos que alertaban de su extensión concluía que “los datos muestran que aproximadamente la mitad de la visibilidad de los principales medios de comunicación se dirige a los negadores del cambio climático, muchos de los cuales no son científicos del clima. Esta proporción aumenta significativamente cuando se incluyen blogs y los llamados *nuevos medios*, lo que señala el creciente papel de los medios personalizados en la difusión de la desinformación.

Cómo enfrentarse a este fenómeno

Surge también la duda respecto a cómo enfrentarse a este tipo de fenómenos. Hay medios que los difunden con efusivo interés. Hay otros que buscan desacreditarlos para intentar restarles importancia. Pero, como señala Álex Comes, “hay que tener en cuenta que las personas que no están a favor y que critican este tipo de mensajes en las redes ayudan a viralizar esos contenidos. También, otra vía de difusión **son los propios medios de comunicación que, en muchas ocasiones, amplían los seguidores de la causa.** Por ejemplo, a la manifestación de los antimascarillas se le dio mucho bombo, por eso hay que tener cuidado con la cobertura informativa de este tipo de teorías”.

Además, muchos medios de gran consumo, al igual que las redes sociales, **adoran lo estrafalario, lo exótico, lo anormal.** Los portavoces de este tipo de discursos basados en el desvarío, la incoherencia y la desinformación suelen obtener un espacio de atención completamente desmesurado y fuera de otra lógica que no sea la del beneficio económico que supone la obtención de grandes auditorios. Este hecho ha llegado a ser explotado por algunos personajes que, sabedores de

lo que los medios demandan, no dudan en recurrir a la invención descabellada y a la hipérbole en busca del foco de atención.

En la serie documental *El caso Alcáser*, que se emite en Netflix, aparece un documento sobrecogedor. El padre de una de las jóvenes brutalmente asesinadas reconoce que en aquellos años **inventó historias alejadas de toda realidad** en la que vinculaban incluso a nombres conocidos de políticos y otras personalidades con el fin de poder seguir apareciendo en los *late-nights* de las televisiones de la época. Aún hoy siguen circulando por Internet leyendas urbanas y teorías conspiranoicas relacionadas con aquellas famosas emisiones televisivas.