

Para combatir el CORONABULOS (I)

1. ¿Qué son los bulos?

Antonio Campuzano Ruiz

1.- ¿Qué son los bulos?	p 1
2.- Algunos tipos de bulos	p 2
2.1.- Bulos recoge-datos	p 2
2.2.- Bulos que buscan reforzar el poder de determinados grupos o intereses	p 3
2.2.1.- El bulo religioso	p 3
2.2.2.- El bulo económico	p 4
2.2.3.- El bulo comercial / la publicidad	p 4
2.2.4.- El bulo político / la propaganda	p 5
2.2.5.- El bulo sanitario	p 5
2.2.5.- El bulo Político-Económico-Militar / Intoxicación	p 6
3.- El desarrollo de las tecnologías	p 6
3.1.- ¿Qué es Big DATA?	p 7
4.- ¿Cómo reconocer los bulos?	p 8

1.- ¿Qué son los bulos?

Siempre ha habido bulos, pero antiguamente no solían salir del pueblo, salvo si disponían de una red de difusión, por ejemplo las iglesias. Hoy, gracias a Internet y al Big Data, el sistema político-económico necesita bulos nacionales e internacionales y se fabrican y difunden industrialmente, lo que llaman “bots” (de robots). Esta es la principal diferencia entre el “bulo artesano” y el “bulo industrial”: la enorme multiplicación de su número y su capacidad de difusión y contagio.

Dice Neil Postman ⁽¹⁾ que cuando se inventó el telégrafo, a mediados del siglo XIX, la información pasó de la velocidad del caballo a la de la luz. También dice que cuando se conectó Gran Bretaña con EEUU mediante cable submarino, la primera noticia que se comunicó fue que la princesa Adelaida tenía tosferina.

Las tecnologías de la información han avanzado tanto que ya cualquiera puede comunicar. Esto, podría ser fantástico, pero muchas veces resulta un problema porque la mayoría de los informantes no tienen nada que decir y aunque no distinguen entre lo verdadero y lo falso o/y entre lo útil y lo inútil, no por eso dejan de comunicar. En muchos casos, se limitan a clicar lo que han recibido, sin verificar su veracidad, creando una polución informativa que intoxica la conciencia y dificulta ver y entender la realidad. Separar el trigo de la paja resulta así cada vez más trabajoso.



Dice Postman ⁽²⁾ que la aparición del telégrafo provocó un torrente de información que puso al individuo en la situación del naufrago sediento en una isla: rodeado de agua, pero nada para beber.

Internet y las *redes sociales* han facilitado el crecimiento exponencial de ese torrente con poca información y mucha desinformación.

¹⁾ POSTMAN, Neil (1985) *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «show business»*. Trad. Enrique Odell. Ed. La tempestad, Barcelona 1991, 189 pp

²⁾ Postman. Obra citada.

El bulo “industrial” es una modalidad nueva de publicidad y/o propaganda propia de la sociedad de mercado que tiende a la individualización del consumo. Una técnica de Marketing.

2.- Algunos tipos de bulos

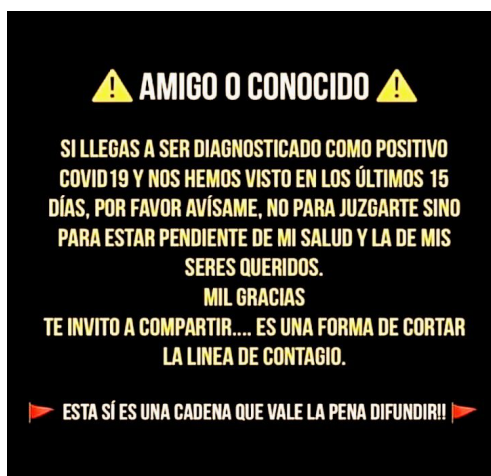
En función de sus fines. Podemos hablar, al menos de dos grupos. Bulos recoge-datos y bulos que buscan fortalecer el poder de determinados grupos. Algunos sectores sólo aceptan como bulos los del primer grupo, pero esa opción nos deja indefensos ante los del otro grupo que son mucho más dañinos.

2.1.- Bulos recoge-datos

Funcionan como un robot que va recogiendo datos -la huella digital- de todas las personas por las que pasa y los manda al lugar en que se hace negocios con ellos. Es sobre todo una máquina caza-datos. Esta información volcada al Big Data, permitirá a las empresas que paguen por ello, obtener perfiles sobre los que diseñar y promocionar sus productos. Este tipo de bulos abunda en WhatsApp, Telegram, redes sociales, etc.

La invención y emisión de bulos, es también una nueva industria que comercializa esos datos y perfiles de las personas. Existen muchas dudas sobre la legalidad de estas operaciones en relación con el derecho a la protección de datos.

La wikipedia, en la introducción de Bulo⁽³⁾, dice que no suele tener fines lucrativos, pero estamos viendo como hay industrias que comercializan los datos que obtienen con ellos. Esta afirmación de la introducción, se contradice en el apartado “Bulos en redes sociales”, en el que menciona varios usos comerciales.



Utilizan recursos variados para llamar la atención. En este bulo de whatsapp se apela a la amistad.

También los hay engañosos, sobre posibles peligros (alimentos envenenados, enfermedades contagiosas, etc.) o de apariencia bien intencionada, pero igualmente engañosos, como éste que no permite cumplir la función que dice, ya que no se identifica el que lo envía y al no saber quién es, no le puedes avisar, pero te invita a difundirlo e insiste justificando esta difusión porque

“Esta sí es una cadena que vale la pena difundir”. Esto es realmente lo que de busca con este bulo: que

circule.

Este otro, está cortado por el mismo patrón. Puede ser de la misma fábrica. También es de whatsapp y apela a la amistad y la salud.

Hay bulos que parece que tienen buena intención, pero, este por ejemplo, tiene algunos rasgos que resultan sospechosos: No se sabe quién lo manda, resalta que “¡Esta sí es una cadena que vale la pena difundir compártela!”, insiste mucho en compartir (lo que es positivo), pero le falta una coma antes de “compártela”, esto no lo haría una institución y, sobre todo, al final aparece “Gobierno” como supuesto firmante,



³⁾ Bulo <https://es.wikipedia.org/wiki/Bulo>

pero ningún gobierno lo haría con ese extraño logotipo. Todo esto hace sospechar que se trata de un bulo internacional para recoger datos. El mensaje puede ser provechoso, pero oculta su intención de capturar nuestros datos.

2.2.- Bulos que buscan reforzar el poder de determinados grupos o intereses



Los bulos modernos, no son exclusivamente un negocio, también se utilizan para la manipulación política, económica, cultural, social, etc.

Estos son más peligrosos porque se suelen basar en informaciones ciertas, distorsionándolas o sesgándolas para acomodarlas a las necesidades y conveniencias de sus emisores, buscando modificar mentalidades, conductas, intereses, etc.

La verdad sesgada: “Dicho de una determinada información o interpretación tendenciosa, parcial, que no dice la verdad completa.”⁽⁴⁾, se puede considerar bulo y es un truco muy empleado en los medios de comunicación. Consiste, por ejemplo, en dirigir la atención de la audiencia hasta un personaje o motivo que no es el principal, para ocultar la responsabilidad de este y redirigir la atención del receptor hacia otros motivos o protagonistas en defensa de unos intereses determinados.

En este sentido, podemos distinguir varios tipos de bulos:

2.2.1.- El bulo religioso.

Es el más antiguo. Desde el principio de la civilización, el pensamiento mítico se empleó para justificar la autoridad. Esa es la finalidad de los templos y en el último milenio la red de púlpitos permitió extender el bulo religioso por toda la cristiandad.

La Edad Media es la edad de oro del pensamiento mítico ya que, ante la debilidad del poder político en Europa, la religión consigue imponer una verdadera Teocracia capaz de coronar emperadores.

En la Edad Moderna, con el desarrollo del comercio y las teorías humanistas, el pensamiento mítico comienza a perder fuerza pero las monarquías absolutistas lo acogen y refuerzan para justificar su autoridad. La moneda proclama al Rey o al Emperador “por la Gracia de Dios”.

A finales del XVIII y en el XIX, el desarrollo de la industria, la burguesía y el pensamiento científico hacen decaer el pensamiento mítico y nuevos sectores sociales como la propia burguesía y el proletariado organizado, crean sus propios medios de comunicación para propagar su discurso y contrarrestar los intentos de volver

eldiario.es

Coronavirus: Mapa fases Fase 2 Fase 3 Nueva normalidad Mortalidad Reutil

INTERNACIONAL

Trump responde con una mano en la Biblia y otra en el Ejército a la mayor crisis social de EEUU en décadas

El presidente de Estados Unidos apuesta por la militarización de la policía, el uso del ejército y echa mano de símbolos que profundizan la polarización con manifestantes

Javier Biosca Azcoiti [Follow @@biosca_azcoiti](#)

02/06/2020 - 22:09h



El presidente posa con la Biblia frente a la iglesia St Johns', cerca de la Casa Blanca.

⁴⁾ [Diccionario de la lengua española \(2001\)](#)

atrás de la monarquía absolutista y la Iglesia Católica.

Público

POLÍTICA OPINIÓN MEMORIA PÚBLICA MUJER CLIMA ECONOMÍA TRIBUNALES TREMENDING PÚBLIC PDI

El presidente de la UCAM asegura que la covid-19 es obra "del anticristo" y que Bill Gates y Soros son "esclavos de satanás"

"Quiéren controlarnos con un 'chips' para controlar nuestra voluntad. Pero, ¿qué se han creído, esclavos y servidores de satanás. No les tengáis miedo", afirma el presidente de la Universidad Católica de Murcia, José Luis Mendoza.

16/06/2020

EN LAS REDES

1. Carta abierta a Felipe González
2. El exministro Álvarez-Cascos, denunciado y espionado de su partido por apropiación indebida
3. "Resquejante ser donde los hay": el comentario machista de Marcos de Quinto sobre Irene Montero que ha incendiado las redes
4. Una joven española que reside en EEUU pide ayuda tras quemarse la cara y ojos con sosa cáustica
5. El coronavirus "se está acelerando" según la OMS: "El mundo se encuentra en una nueva y peligrosa fase"

Ha salido El Quiérel.

En la segunda mitad del XX, con la TV, irrumpe el fenómeno de los telepredicadores, sobre todo en Latinoamérica y a principios del XXI lo utilizan también políticos de carácter dictatorial.

Recientemente hemos visto, tras el golpe de Estado, a la dictadora de Bolivia entrar en el Parlamento con la Biblia por delante y a Trump haciéndose propaganda de la misma forma.

El bulo religioso sigue teniendo vigencia en temas como el aborto, la investigación con células madre, el movimiento antivacuna, la eutanasia, el covid-19, etc. porque, en España, hay amplios sectores de la jerarquía católica que siguen resistiéndose al pensamiento científico y sus consecuencias.

2.2.2.- El bulo económico

Resulta muy común encontrar información sesgada sobre materia económica en los medios de comunicación, ya que la mayoría dependen de sus accionistas, que suelen ser importantes actores económicos.

La información bursátil o la salud económica de las empresas, suelen ser maquilladas en los medios afines -por su pertenencia al accionariado del medio o por sus aportaciones como anunciante-. De esta forma, una publicidad puede publicarse con apariencia de información o una información no aparecer si perjudica a esa empresa. Las críticas al sistema económico neoliberal imperante son una ausencia clamorosa en los grandes medios.

Sabemos que Chile es uno de los países en los que la pandemia ha producido una crisis económica importante, lo que ha provocado fuertes movimientos de protesta porque su sistema económico neoliberal, impuesto por Pinochet, ha sido mantenido por los gobiernos posteriores.

El resultado es una economía en la que los servicios fundamentales como sanidad, pensiones, etc. están totalmente privatizados y, como en otros países con medidas similares aumenta la pobreza.

La oposición ha logrado que el Congreso modifique la constitución para que la gente pueda recuperar el 10% de sus fondos de pensiones para paliar el hambre y El País ⁽⁵⁾ critica la medida y carga contra el presidente Piñera, en vez de señalar la injusticia y el fracaso de las políticas neoliberales. Para algo participan los fondos de inversión en su accionariado.

EL PAÍS INTERNACIONAL

EUROPA EE.UU. MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA FOTOS OPINIÓN ÚLTIMAS NOTICIAS

Te quedan 4 artículos gratis este mes

Rocio Montes, Santiago de Chile

24 de julio de 2020

Chile aprueba la retirada del 10% de las pensiones por la crisis en un duro golpe a Piñera

El Gobierno cae derrotado por la rebelión de parte del oficialismo de derecha

2.2.3.-El bulo comercial / la publicidad

Se utiliza para beneficiar o perjudicar marcas o productos del mercado. Cuando se refiere a

⁵⁾ <http://antoniocampuzano.es/2020/07/26/el-sesgo-neoliberal-del-pais/>

productos no suele informar sobre ellos, sino que los asocia con aspiraciones, necesidades o deseos de sus posibles consumidores.



En este anuncio lo que se vende no es el valor alimenticio de leche, sino que ese producto puede guiar hacia la fuente del conocimiento,

Suena bien, pero no sabemos en que consiste dicha fuente, que se presenta como un mito conquistado a través del “arma” de la leche.

Las colonias que te hacen irresistible, lo que te hace sentirte VIP, ... son argumentos que venden más que el propio producto

Hoy, gran parte de la publicidad no busca vender productos o servicios, sino crear o potenciar una marca y esto consiste en ocupar una parte de la mente de los destinatarios. Para ello, se emplean la PERSUASIÓN y la sugestión como técnicas para orientar el COMPORTAMIENTO de los consumidores, hacia los intereses de los anunciantes,⁽⁶⁾.

2.2.4.- El bulo político / la propaganda

Trata de beneficiar o perjudicar a políticos, discriminar o favorecer a algún colectivo social o alguna medida política concreta, etc.

Podríamos considerarlo una herramienta caza-votos y funciona especialmente en las redes sociales y los medios de comunicación.

“A través de los bulos se ataca al adversario político con gran eficacia: no hay que argumentar (basta con ridiculizar), no es necesario un mensaje complejo (cuanto más sencillo, mejor), no comporta grandes inversiones (basta crear un mensaje que se viralice con facilidad en las redes sociales).

Whatsapp, Twitter, Facebook o Instagram no son fuentes de información. Son canales por los que circulan mentiras, verdades, medias verdades, hipótesis, conjeturas, opiniones... Los medios de comunicación periodísticos ayudan a filtrar la información, a separar los contenidos verificados y contrastados de aquellos producidos solo para engañar a los ciudadanos, aunque esto no quiere decir que todo lo que publique un medio periodístico merezca automáticamente credibilidad.”⁽⁷⁾

2.2.5.- El bulo sanitario

Puede tener relación con todos los anteriores y puede ser muy perjudicial para nuestra salud o nuestra economía.

Los antivacunas tienen un factor religioso o económico a favor de una “medicina natural” como el del falso remedio contra el cáncer u otros remedios de curandero.

⁶⁾ La publicidad, industria del deseo http://tv_mav.cnice.mec.es/Audiovisuales/Alumnos/Presentacion.html

⁷⁾ Javier Mayoral, profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la Universidad Complutense de Madrid <https://www.ucm.es/otri/noticias-en-whatsapp-hay-aguas-potables-y-fecales-ya-deberiamos-saberlo-y-no-creemos-cualquier-cosa-que-circula-ahi>

La pandemia ha disparado el número de bulos sobre salud pero, al margen de ella, ya había bulos lanzados por farmacéuticas en busca de beneficios económicos o simplemente de subidas en su cotización en bolsa.

Compromiso contra los bulos

RTVE firma un acuerdo con el Colegio de Médicos de Madrid para desmontar "fake news" sanitarias



La importancia social de este bulo ha hecho que RTVE haya firmado un acuerdo con el Colegio Oficial de Médicos de Madrid, para formar parte del **Observatorio Digital de información sanitaria**, en el que ya colaboran EFE Verifica, Maldita Ciencia, la Asociación para Proteger al Enfermo de las Terapias Pseudocientíficas y SEOM (Sociedad Española de Oncología Médica). RTVE realizará su lucha contra la información médica falsa a través de su servicio Verifica RTVE (8)

En esta web se puede encontrar información científica sobre bulos como que la RAI no

contó que el Covid-19 se creó en un laboratorio chino, que el Nobel de medicina Tasuko Honjo no ha dicho que el virus haya sido creado, que el plátano no bloquea la entrada celular del coronavirus, etc.

2.2.6.- El bulo Político-Económico-Militar / Intoxicación

Es el que busca crear opiniones favorables a conflictos bélicos actuales o futuros con importantes implicaciones económicas.

Muestra opiniones interesadas como si fueran verdades objetivas, basándose, por ejemplo, en la autoridad política o corporativa de quien lo formula.



Así se podrían entender las recientes declaraciones del Secretario General de la OTAN sobre la pandemia, acusando de propaganda a China y Rusia, cuando el país que más ha usado la propaganda es EEUU, del que la OTAN es el brazo armado de su complejo "industrial-militar" que denunció Eisenhower.

Aprovecha la ocasión para crear inquietud sobre posibles crisis bélicas -él dice de seguridad, que es como califican los militares los conflictos armados, con una clara mistificación del lenguaje- en el contexto de la crisis sanitaria y estas posibles "crisis bélicas" inducen a pensar en la necesidad de aumentar el presupuesto armamentístico, que es una de las doctrinas preferidas

de Trump.

3.- El desarrollo de las tecnologías

Las tecnologías son aplicaciones de la Ciencia para lograr fines concretos. No suelen aparecer por generación espontánea. Suelen ser producto de una investigación laboriosa y económicamente costosa.

Una tecnología se desarrolla cuando un grupo social o económico tiene una necesidad o encuentra un nicho de mercado.

8) <https://www.rtve.es/noticias/coronavirus-covid-19/bulos-fake-news/>

La fuerza del vapor la conocían los griegos y la utilizaron para juguetes y entretenimiento. La describió Herón de Alejandría (s. I) ⁽⁹⁾ pero en la sociedad greco-romana había muchos más esclavos que ciudadanos y pudiendo utilizar la fuerza de los esclavos no necesitaban la del vapor. A finales del s. XVIII la burguesía británica la empieza a utilizar en la industria de los telares -Primera Revolución Industrial ⁽¹⁰⁾- y de ahí pasa, en el XIX, al ferrocarril, la navegación y otras aplicaciones en Europa y otros continentes.

Los desarrollos tecnológicos, en un sistema económico de “mercado”, suelen diseñarse a la medida de los intereses de quienes los producen, no de las necesidades de los destinatarios.

Internet, comenzó siendo una red de información militar USA ⁽¹¹⁾ que, al quedar obsoleta, se cedió para uso público y se populariza en torno a 1995.

El concepto de *Red Social*, aparece a finales del s. XIX y se desarrolla durante el siglo XX, pero se implanta y populariza en 1995 cuando confluye con Internet ⁽¹²⁾

En 2001, aparece la Wikipedia, que como ella misma dice ⁽¹³⁾ recibe bastantes críticas, pero para iniciarse en algunos temas, suele ser lo que tenemos más a mano.

WhatsApp aparece en 2009 y es uno de los medios principales de lanzamiento de bulos.

3.1.- ¿Qué es Big DATA?

Macrodatos (Big DATA, en inglés), es la capacidad de recoger, almacenar y analizar, con programas especiales, ingentes cantidades de datos “*para la creación de informes estadísticos y modelos predictivos utilizados en diversas materias, como los análisis sobre negocios, sobre publicidad, sobre enfermedades infecciosas, sobre el espionaje y el seguimiento a la población, o sobre la lucha contra el crimen organizado*” ⁽¹⁴⁾.

Los bulos, pueden ser una herramienta para recoger estos datos porque cada persona que los reciba y/o transmita por teléfono móvil, tablet, ordenador, etc. dejará una huella que será recogida en esas enormes bases de datos.

Esto es una forma de robar datos personales, ya que casi siempre se hace sin pedir permiso y al margen de la legislación de protección de datos.

Shoshana Zuboff, profesora emérita de la Harvard Business School, alerta en su último libro sobre las amenazas de lo que llama "el capitalismo de vigilancia", ese modelo de negocio de las grandes tecnológicas basado en recopilar nuestros datos personales y concluye que la única forma de evitarlo es hacerlo ilegal ⁽¹⁵⁾.

⁹⁾ Herón de Alejandría https://es.wikipedia.org/wiki/Her%C3%B3n_de_Alejandr%C3%ADa

¹⁰⁾ La máquina de vapor https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina_de_vapor

¹¹⁾ La **Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa**, más conocida por su acrónimo **DARPA**, proveniente de su nombre original en inglés *Defense Advanced Research Projects Agency*, es una agencia del [Departamento de Defensa de Estados Unidos](#) responsable del desarrollo de nuevas tecnologías para uso militar.

https://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_de_Proyectos_de_Investigaci%C3%B3n_Avanzados_de_Defensa

¹²⁾ “Red social” https://es.wikipedia.org/wiki/Red_social#Historia_del_an%C3%A1lisis_de_redes_sociales

¹³⁾ Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

¹⁴⁾ Macrodatos o Big DATA <https://es.wikipedia.org/wiki/Macrodatos>

¹⁵⁾ https://www.eldiario.es/tecnologia/shoshana-suboff-forma-socavar-dividendo-genera-vigilancia-tecnologica-haciendola-ilegal_128_6137458.html

4.- ¿Cómo reconocer los bulos?

Los dos tipos de bulos que hemos definido, deben de tener tratamientos diferentes, debido a sus distintas naturaleza e intereses.

La Asociación de Internautas ⁽¹⁶⁾ da algunas pautas para reconocer los bulos que pueden ser útiles para los del primer grupo, los caza-datos, pero no sirven para reconocer los del otro grupo. Esta asociación parece que sólo contempla este tipo de bulos.

Sus pautas, para el reconocimiento, son:

1. Los hoax o bulos carecen de fecha de publicación y están redactados de la manera más atemporal posible para que pervivan el máximo tiempo circulando en la red.
2. Los bulos son anónimos, no citan fuentes (ya que carecen de las mismas) y no están firmados para evitar repercusiones legales.
3. Los bulos contienen un gancho para captar la atención del internauta. El éxito del bulo residirá en cuanto morboso, monetario o generador de miedo sea su gancho.
4. Los bulos normalmente contienen una petición de reenvío: Se solicita el reenvío para alertar a otras personas, para evitar mala suerte, para evitar la muerte, o con cualquier otro motivo. El objetivo de esta petición de reenvío reside en captar direcciones IP, crear bases de datos, realizar posteriores campañas de SPAM o simplemente difundir la información falsa el máximo posible.

Estas pautas sólo sirven para detectar los bulos caza-datos, no para combatirlos.

Para detectar los bulos que buscan reforzar el poder de determinados grupos, es necesario conocer el tema sobre el que hablan y ayuda mucho conocer el funcionamiento e intereses de los medios de comunicación, ya que muchos bulos circulan en ellos, y las redes sociales.

Se dice que todas las cosas que existen, tienen una razón para existir, pero me gusta añadir: aunque no siempre es justificable y es interesante saber a quién benefician los bulos, qué favorece su facilidad para el contagio, y, sobre todo, cómo combatirlos.

Esto lo encontraremos en la próxima entrega: Para combatir el CORONABULOS (II). **2. Los bulos. ¿A quién benefician? y ¿Cómo combatirlos?**

Este artículo, como los siguientes, se podrá encontrar en:
<http://antoniocampuzano.es/educacion-mediatica/>

¹⁶⁾ Al 70% de los internautas le cuesta distinguir un bulo de una noticia fiable.
<https://www.internautas.org/html/5699.html>