

TOPIA.

El rumor en la comunicación cyborg

César Hazaki



La cantidad de rumores inútiles que un hombre puede soportar es inversamente proporcional a su inteligencia. Arthur Schopenhauer

El nuevo domicilio del rumor

La circulación de rumores por internet nos permite analizar cómo surgen permanentemente obstáculos para el pensamiento crítico, los mismos están en las propias redes que utilizamos para comunicarnos. Está extendida la idea de que somos lo que comunicamos en la web. Sin embargo la versión más ajustada de adaptación social actual a la cultura dominante es que somos mucho más lo que las redes nos formatean de lo que aceptamos. Es por ello que hay severas resistencias a analizar los cambios que la placenta mediática -esa envoltura comunicacional que no vemos, pero

que envuelve todo el planeta de imágenes y sonidos que funciona en tiempo real las veinticuatro horas los siete días de la semana- viene estableciendo en el modo de ser de las personas. Recordemos que venimos definiendo este maridaje entre hombres y máquinas como un proceso novedoso y único, hasta ahora en la historia de la humanidad, que va convirtiendo a los seres humanos en cyborg, es decir, una unión original de organismos y cibernética. Producto del amor a las máquinas, de la fascinación por ellas los humanos vamos mutando hacia esta nueva y sorprendente forma de ser y estar en el mundo. En la parafernalia de máquinas de comunicar, en cómo las mismas se van haciendo más pequeñas y portables se redefinen modos de ser y estar en el mundo. Un proceso que trae nuevas formas de informarse y en el que la denominada posverdad viene trayendo consecuencias graves para el pensamiento crítico. En este proceso cultural capitalista nos encontramos con el avance impactante de las posverdades, es decir, la mentira y sus consecuencias políticas, sociales y subjetivas. En este artículo trataremos de seguir el hilo del rumor y sus consecuencias.

Para ello recorrer algunos mojones de la historia del rumor se hace necesario para cuestionar los modos habituales de comunicación en el mundo cyborg que vivimos. **Conocido desde siempre, el rumor, tiene mucha tela para cortar, hoy es una de las fuentes de las noticias falsas, una de las vías regias que busca la descalificación y desvalorización de la verdad y sus consecuencias. La vigencia y propagación de rumores mella sistemáticamente el capital simbólico de los usuarios y promueve, sin prisa y sin pausa, el deterioro del pensamiento crítico.**

Empecemos por establecer qué son los rumores: versiones sobre personas o hechos sociales que no se han contrastado, ni verificado. El rumor resalta por su gran capacidad de propagación. Se suele llamar usina de rumores a esos oscuros y diversos sitios de internet, desde los cuales se los lanzan con objetivos que, en primera instancia, van mucho más allá de la información que contienen. Quienes los preparan no son para nada inexpertos, conocen al dedillo su tarea, por eso, tratan de apuntar a cuestiones emocionales que logren hacer casi imposible ejercer algún tipo de pensamiento crítico.

La vigencia y propagación de rumores mella sistemáticamente el capital simbólico de los usuarios y promueve, sin prisa y sin pausa, el deterioro del pensamiento crítico

El rumor trata de capturar al usuario para manipularlo y lograr conducirlo de la forma menos racional posible. Con la manipulación se intenta constituir masas homogéneas guiadas por creencias primarias. Con cada rumor que el usuario replique, los algoritmos de la web oscura lo anotarán como candidato sensible a la mentira que recibió. Sin que lo sepa será incorporado al enorme grupo de interesados en ese tipo de falsas noticias, es decir lo anota como influenciable. De esta manera Facebook, Google, Twitter, y demás multinacionales cuando tienen incorporada a una masa enorme de usuarios catalogados, puede hacer operaciones políticas, de marketing, es decir, sugerencias masivas prácticamente en silencio. Esto sirve para luego manipular elecciones, no hay más que recordar cómo Facebook vendió datos a *Analytics* para manejar datos a favor de Trump. Para esto trabajan lo que podemos denominar cibertropas: Trolls, robotsbots, blogueros, y muchos más que operan incansablemente con el objetivo de expandir rumores y noticias falsas para ganar adeptos para distintas causas.

La circulación de estos rumores improbables es prácticamente imposible de detener dado que los sectores de poder y los partidos políticos han descubierto su eficacia hace ya mucho tiempo. El usuario-cyborg es presa fácil de estos señuelos dado que existe una desconfianza extendida sobre los medios de comunicación, en consecuencia, se inclinan a enterarse por las redes sociales y es allí donde existe la más extendida campaña de desinformación y engaños.

Lo cierto es que existen muchas versiones preparadas y lanzadas a circular que tocan la sensibilidad y le hacen creer a quien lo recibe que, con esa información urgente y supuestamente precisa, puede ver lo oculto de un conflicto, de una situación política, siempre lo inclina a pensar que hay un chivo expiatorio que excluir o eliminar, que conseguido esto último se morigerarán sus males. Veamos algunos ejemplos de aquellos rumores que con su información sacuden en forma inmediata, de esos que abarcan distintos rubros: puede llamar a proteger la humanidad de una peste, de una catástrofe, de un acto de sabotaje mundial que destruirá máquinas de comunicar; puede que avise de una gaseosa en mal estado que hará que quien la consume muera en pocos minutos, otro caso es el que alerta sobre un medicamento mal elaborado y peligroso, otro advierte que los Estados Unidos está preparando en secreto reemplazar al dólar por otra moneda para declarar una guerra comercial mundial, otros lanzan advertencias sobre medicamentos que contienen un componente altamente peligroso, etc. Los rumores que se propagan suelen invocar que el origen del mismo es producido por algún tipo de organización gubernamental, por ejemplo, el ministerio de salud pública, o un organismo internacional como la Organización Mundial de la Salud, etc. Es decir, convocan a una supuesta fuente inobjetable y de renombrado prestigio que avale el asunto que se demanda transmitir en forma perentoria. Hacerlo salva vidas, alerta contra los peligros que siempre son inminentes, acorrala a quienes atacan la comunidad, etc.

El rumor como aporte a la desmemoria

Pese a la infinidad de advertencias sobre las noticias falsas que circulan por las redes sociales un altísimo porcentaje de los usuarios replican noticias falsas por vía del WhatsApp, Twitter, Facebook, o el mail a sus contactos. ¿Por qué? En primera instancia retengamos que quien lo recibe en su *Smartphone* tiene una alta disponibilidad a dar por verosímil lo que lee. Es decir: quiere creer en el contenido del mensaje, y también en su misión de informar “la nueva verdad al mundo”. Por su historial, analizado permanentemente por robots, ya está catalogado como sensible al contenido que recibe, está incluido sin que lo sepa en una enorme serie donde millones como él tienen ideas predeterminadas que los unen.

Excitado por el contenido, con el que seguramente se siente identificado o le produce temores atávicos, el cyborg hace los reenvíos al modo de una eyaculación precoz, replica, replica y replica en forma instantánea

Esa información viene avalada por la confiabilidad en la placenta mediática, producto de la filiación amorosa establecida con las máquinas, por eso el usuario cree lo que recibe y actúa con rapidez: retransmite los contenidos. Se da por verdadero lo que se lee sin ningún tipo de ejercicio de pensamiento crítico. Reiteremos que quien lo recibe tiene una alta sintonía con el mensaje, lo

percibe como cercano a sus propios intereses, tanto que muchas veces no termina su lectura, a la mitad de la misma comienza su retransmisión. **Excitado por el contenido, con el que seguramente se siente identificado o le produce temores atávicos, el cyborg hace los reenvíos al modo de una eyaculación precoz, replica, replica y replica en forma instantánea. Acciona por la primera impresión, sin procesar esa información que solo repite lo que ya es parte de sus creencias previas. Tanta premura termina siendo su aporte personal a la desmemoria, a limitar la posibilidad del pensamiento crítico, es decir, disminuir el capital simbólico tanto propio como el de sus contactos.** El accionar como un cruzado al servicio de una causa que cree justa le devuelve autoestima por un rato, dado que confirma su pertenencia a un grupo homogéneo que trata de anular las discrepancias que lo pondrían en peligro.

Ese estado de urgencia, modo habitual de funcionamiento estándar en las redes (donde se recibe, se lee a medias y se cliquea su reenvío) no tiene nada que ver con los procesos reflexivos, va precisamente en dirección contraria y apunta a hacerlos disminuir o hacer desaparecer el capital simbólico. Podríamos decir que este es el sentido más profundo de todos los rumores: trabajar para minar sistemáticamente el pensamiento crítico, generar convicciones para la xenofobia, el racismo, el prejuicio, etc. El rumor produce una devaluación de ese capital simbólico que siempre es necesario para que el pensamiento crítico pueda desplegarse, el que requiere de un tiempo distinto, alejado de la velocidad dado que necesita pausas que son requeridas para cuestionar y profundizar lo que lee.

El rumor busca lo contrario, va hacia la emoción y las lógicas binarias. Tiene éxito dado que el cyborg está entrenado en la velocidad y la fugacidad de los asuntos, ergo pasa de un asunto a otro. En el cyborg el efecto de conmoción o indignación dura poco. Quien está conectado tiene como objetivo primordial seguir en la superficie de la comunicación. Obedece así al modo en que las multinacionales de la comunicación (Google, Facebook, Microsoft, Twitter, Apple, Level 3, etc.) con sus plataformas hegemónicas imponen. **De esta manera el cyborg adaptado e inducido por el funcionamiento de las redes, reafirma lo contrario al pensamiento crítico: inflama el sentido común cuya mirada es estrecha y muy corta.** Es el sentido común de la repetición más tradicional y conservadora. Promueve sus prejuicios más arraigados, así los rumores son parte importante de su vida cibernética, la que tiene como objetivo surfear la mayor cantidad de datos e imágenes en el menor tiempo posible. En consecuencia el usuario que replica estos rumores otorga una data importantísima para esos infatigables recolectores de datos: los robots y sus algoritmos.

Todo el contenido pasó a la velocidad de un nanosegundo, es decir, lo más cercano a la velocidad de la luz que las máquinas de comunicar proveen y permiten en nuestra civilización cyborg. El mensaje falso ha realizado su trabajo, cumplió su objetivo y el/los usuarios han respondido al llamado inmediatamente y en forma tribal. **Pero lo que está tan a la vista, tan obvio, se hace invisible: los dueños de las poderosas empresas de la web han engordado sus *big data* y el cyborg dominado por la velocidad se hace cada vez más fusión de máquina y hombre.**

La antigua advertencia de Marshall McLuhan tiene una vigencia extraordinaria: “el medio es el mensaje”. Es decir, la ideología del mensaje falso no es solamente lo que dice, sino cómo la plataforma usada hace actuar al cyborg para su propio beneficio. Los usuarios de este mundo

cibernético trabajan infinidad de horas diarias para estas plataformas. Tampoco es novedad que estas multinacionales de los medios necesitan engrosar las *big data* para manipular usuarios. En consecuencia el verdadero asunto, no está en el cuerpo del rumor lanzado como mensaje, está en cómo las grandes como Twitter, Facebook, WhatsApp, etc., toman todo el tiempo para sus oscuros negocios los datos de cada cyborg repetidor serial del mensaje falso.

Este es el sentido más profundo de todos los rumores: trabajar para minar sistemáticamente el pensamiento crítico, generar convicciones para la xenofobia, el racismo, el perjuicio, etc.

Quienes son tecnofílicos convencidos, como Manuel Castell, sostienen férreamente la idea de que podemos utilizar las redes como si fuéramos individuos libres, sin embargo, por lo que venimos sosteniendo, esta idea se desmorona. El rumor en internet demuestra lo contrario y nos hace perder de vista la mega operación sistemática y generalizada del robo de datos, el lado B de las poderosas empresas que manejan internet. **Para ellos no hay individuos libres, hay personas catalogadas, definidos sus perfiles hasta el último detalle, etc., con esos datos se realiza una comercialización generalizada que va desde el consumo personal a inundar con noticias falsas en elecciones políticas, el objetivo ya se conoce: dirigir sin que nadie se entere a quienes tienen que votar.** Con el amor a las máquinas, con la fascinación que esta comunicación en tiempo real produce, disminuye la capacidad de atención del usuario. Un enamoramiento que no cesa, una fascinación mayúscula que no parece tener fin y de consecuencias nefastas.

Son estos cada vez más poderosos medios de comunicación de internet los verdaderos amos, los que conocen la vida de cada uno más allá de nosotros mismos y por eso marcan las tendencias. Estos medios han pulverizado la intimidad, conocen hasta lo más recóndito de cada usuario y el rumor es una de las formas de llegar a más contactos ya sesgados por lo que reciben y envían, prueban la reacción de los internautas para ajustar todo el tiempo sus algoritmos de captura. El *hoax* fue una de las primeras formas de apropiación de datos por vía ilegal, un anticipo de cómo se irían perfeccionando las noticias falsas. Hemos conocido el *hoax*, en el lenguaje coloquial, como virus que infectaba las computadoras. Después fuimos descubriendo que su objetivo último era/es ajustar cada vez más el profundo conocimiento que las multinacionales tienen de cada usuario. Es el reinado del algoritmo que roba y clasifica a cada usuario-cyborg sin cesar. Dispositivos que buscan capturar el mundo interno de cada usuario-cyborg con absoluta facilidad.

Del *hoax* a las noticias falsas

Podríamos decir que todo comenzó con el *hoax*, al que conocimos primero en el correo electrónico como mensajes engañosos o falsos, los mismos fueron bautizados en inglés como *hoax*. En los primeros momentos eran las muy conocidas cadenas de mails. Podían ser una princesa árabe pidiendo ser rescatada y que ponía a disposición de quien lo hiciera la fortuna que heredó de su padre, una colecta para alguien en estado de necesidad, una cadena de oraciones para un afectado de una extraña enfermedad, etc. Este tipo de *hoax* tenía como objetivo organizar una estafa.

Las cadenas de solidaridad o de advertencia iban en otra dirección, trataban de capturar contactos. Lo valioso era engrosar la cantidad de direcciones que a través de los reenvíos se conseguían.

Solían ser una de las formas en que los virus penetraban en las computadoras apenas el usuario hacía doble clic sobre el mensaje. Caído casi en desuso el mail como modo hegemónico de comunicación entre las personas, el *hoax* no ha perdido vigencia. Se renovó y alojó con comodidad en Twitter, en el Whatsapp, Facebook, y en los muros personales donde circula estimulando el mundo emocional sin respiro. Aggiornado a las nuevas plataformas que se van creando, **el *hoax* ha contribuido considerablemente a construir el mundo de las noticias falsas. Fue una de sus bases, dado que demostró la eficacia del grado de ingenuidad con que los usuarios replican mensajes.**

Es interesante observar que el mensaje le llega al usuario de alguien conocido, puede que inclusive sea una persona a quien le han robado la dirección y desde la cual operan los propagadores de rumores. Una cuestión importante para la circulación de las noticias falsas es lograr que lleguen y se propaguen desde fuentes confiables, esto ayuda a sugestionar a quien lo recibe y borra la oscura procedencia del mismo. En la web, al igual que el rumor en su forma clásica, el texto se origina en forma anónima, es decir, si se rastrea nadie sabe casi nunca de dónde proviene.

Reiteramos que el mensaje logra mayor confiabilidad cuando nos llega de parte de alguien conocido en quien confiamos. Esto da rápidamente filiación afectiva y el consecuente convencimiento para que el usuario que lo recibe sea parte activa de su propagación. Se hace cargo de la misión y lo reenvía todas las veces que puede.

Cuanto más grave es la sensación de “fin del mundo”, de apocalipsis, más ancha y larga es la autopista de los rumores

Es imposible negar la relación entre el estado de sobreexcitación permanente del cyborg que las relaciones que la placenta mediática promueve, (como sabemos en el campo comunicacional de la cultura global no puede existir el silencio, dado que el mismo hace mella en el cyborg, lo conduce a tonos depresivos, a estados donde la autoestima flaquea sin remedio) y esta forma de hacer circular noticias falsas es, como la pornografía, altamente necesaria. Para que este maridaje entre rumor, noticias falsas y circulación de mensajes se haya constituido se precisó de este estado permanente de excitación en la recepción y envío de mensajes (ya imágenes, ya textos, ya música) del tipo alarmante, de advertencia engañosa. Los rumores tienen algo de las teorías sexuales infantiles que observó S. Freud: se despliegan desde la curiosidad infantil, contienen una parte de verdad y con aquello que no se conoce, el usuario, recurre a formas del pensamiento infantil, donde las relaciones que se establecen son inesperadas, fantasías que se arraigan en las maneras primarias del pensar. Formas del pensamiento infantil diría S. Freud. La primer parte, la parte verdadera del asunto es que el usuario sabe que existen las fábricas de mentiras y que son utilizadas por los gobiernos para desviar la atención de los asuntos graves, y para ello busca, necesita respuestas. Su falla es que la sobreexcitación lo domina y queda a merced de cualquier pensamiento que le permita completar el circuito, como si la realidad se pudiese comprender al modo de un cuento infantil con ogros devoradores. Al predominar el narcicismo y replicar el rumor

que completa sus carencias, de acuerdo a su imaginario, queda entregado de pies y manos a la manipulación, que es el objetivo del rumor. Con su alto impacto emocional busca alimentar los estereotipos más primarios del pensamiento. Se convierte en parte de una masa que sigue a un líder difuso, no visible pero eficaz que enlaza por amor a los contenidos del *hoax*.

De la guerra a la vida cotidiana

Sabemos que en los períodos de guerra, como las crisis sociales o las catástrofes, los rumores circulan a gran velocidad (antes se podría decir que corrían como reguero de pólvora, hoy esa metáfora ha perdido vigencia por el aumento exponencial de la velocidad comunicativa). También que muchos estudios sobre el rumor y sus caracterizaciones se hicieron durante la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo en los Estados Unidos fueron conocidos los trabajos de psicología social de Allport & Postman, los que pusieron el acento en cómo funcionaba la distorsión de información que ocurría con el rumor y las sensaciones de peligro que la circulación de los mismos producían en los implicados, agregaban que el rumor se agotaba entre la quinta y sexta comunicación. Claro que se referían al boca a boca, es decir, un mundo moderno donde no existían los desarrollos de internet.

Recordemos, por otra parte, que cada participante en un conflicto armado tiene su propia usina de rumores para debilitar tanto a las fuerzas armadas como a la sociedad civil que quiere doblegar. Además de los frentes de batalla, todas las formas de crisis son como volcanes en erupción que arrojan angustia en forma permanente; reina allí el malestar social que producen y en ellas los rumores buscan chivos expiatorios para aliviar en forma irracional el malestar social. Cuanto más grave es la sensación de “fin del mundo”, de apocalipsis, más ancha y larga es la autopista de los rumores. Por ejemplo: en la crisis argentina del año 2001, por ejemplo, en el barrio comercial mayorista del Once, en la ciudad de Buenos Aires, corría la voz de la llegada de piqueteros que venían en horda para romper vidrieras y robar mercaderías. Varias veces se repitió el rumor y jamás ocurrió. No se debe omitir que muchos rumores son producidos por las propias oscuras usinas de los poderes del estado: los servicios de inteligencia que operan con sus propias lógicas, y que están fuera del alcance de los usuarios de las redes sociales.

Se dice...

La inundación de rumores es constante: todo aquello que sirva para que el temor, la seducción o el odio circule con premura. Para Marc Argemí el eje está en la capacidad de desinformar que las redes han instalado como parte de la capacidad de los usuarios de expandir noticias: “Todo el mundo puede desinformar, incluso auto engañarse. El periodista asegura que “la posverdad es la nueva muda de la mentira” con dos características nuevas, la primera de las cuales es que está “descontrolada”, porque “antes era muy costoso desinformar y necesitabas tener un periódico o una televisión, y ahora lo puede hacer prácticamente todo el mundo”. También agrega la responsabilidad que cada usuario tiene en este sistema expansivo de fomentar rumores y las mentiras que hoy se denominan posverdad. A las declaraciones del autor del libro “El sentido del rumor” agreguemos que el rumor nunca se aparta de las ramificadas y variadas fuentes de poder, las que también hacen uso del mismo para sus propios intereses.

Constatar lo que ya se piensa, establecer una línea dura de lógicas binarias del tipo “ellos y nosotros” hace desvanecer cualquier posibilidad de pensamiento crítico

En esa transmisión tipo eyaculación precoz lo único que se promueve y se acepta es el sentido de lo conocido y propio. Es decir lo que es parte del espejo donde cada uno se mira. El regodeo narcisista funciona de esta manera como única manera de estar en el mundo. Constatar lo que ya se piensa, establecer una línea dura de lógicas binarias del tipo “ellos y nosotros” hace desvanecer cualquier posibilidad de pensamiento crítico.

En definitiva en las redes funciona con éxito la unión por afinidad (lo que cada uno desea, lo que cada uno odia y, finalmente, lo que cada uno teme). Esto es, formas narcisistas que promueven lo homogéneo y más primitivo. Modos de pensar y actuar que están en las antípodas de la acumulación de capital simbólico de los ciudadanos, sin esa acumulación el empobrecimiento de los diversos modos del sentido común, ramplón y acrítico y alejadísimo del pensamiento crítico, ganan la partida. Se inunda el mundo de versiones, el rumor gana espacio, trabaja activamente para la posverdad. O sea que es el imperio de la mentira. Y esta última frase no es un rumor.