

Efectos de la posverdad en el audiovisual: hacia una ética preventiva de *deepfakes*

E. Joaquín Suárez (UNLP, CONICET)

Resumen: El investigador Bruce McComiskey ofrece un sintético y lúcido enfoque de las características de la posverdad partiendo de la antigua distinción aristotélica entre *logos*, *pathos* y *ethos*. Según su perspectiva, el *ethos*, en cuanto la persuasión que es ejercida por el carácter del orador (por ejemplo, en términos weberianos, de un líder carismático), y el *pathos*, en cuanto la apelación a las emociones del auditorio más que a su capacidad de razonamiento, han terminado por ocultar por completo la dimensión del *logos*, esto es, la búsqueda de representar los hechos de manera precisa, la argumentación lógica y el razonamiento válido. Una de las formas más nocivas en la que se manifiesta el paradigma posverídico de la información son las *fake news* y las *deepfakes*. En esta ponencia expondremos sus características y algunos de los desafíos éticos que presenta.

Palabras clave: posverdad; *fake news*; *deepfake*; audiovisual; ética de los medios de comunicación.

Introducción

Según el diccionario de Oxford (2016), quizás el primero en legitimar formalmente dicho término, la posverdad (*post-truth*) “se vincula con o denota circunstancias en las cuales los datos objetivos resultan menos influyentes en la formación de opinión pública que la apelación a la emocionalidad o a las creencias personales”. En su libro *Post-truth rhetoric and composition* (2017), el investigador Bruce McComiskey ofrece un sintético y lúcido enfoque de las características de la posverdad partiendo de la antigua distinción aristotélica entre *logos*, *pathos* y *ethos*. Según su perspectiva, el *ethos*, en cuanto la persuasión que es ejercida por el carácter del orador (por ejemplo, en términos weberianos, de un líder carismático), y el *pathos*, en cuanto la apelación a las emociones del auditorio más que a su capacidad de razonamiento, han terminado por ocultar por completo la dimensión del *logos*, esto es, la búsqueda de representar los hechos de manera precisa, la argumentación lógica y el razonamiento válido. Sentadas estas bases, no solo el orden de la verdad desaparece sino incluso el de las falacias, dado que al no existir una referencia a partir de la cual sea posible caracterizar como falaz un argumento o una descripción de hechos, dicha acusación no tiene sentido. El lenguaje, sentencia el investigador, se ha convertido en una herramienta estratégica para ser usada según sea

conveniente a los fines particulares de aquellos que poseen el poder suficiente como para influir en la opinión pública (McComiskey, 2017, p. 6).

Paralelamente, una de las formas más nocivas y, al mismo tiempo, más cotidianas en la que se manifiesta el paradigma posverídico de la información son las *fake news*. Tal como precisan Egelhofer y Lecheler (2019), según sea su uso este concepto puede comprenderse en dos sentidos. En primer lugar, es una “etiqueta” cuando es utilizada por parte de algún personaje influyente a nivel político con el fin de desacreditar la información que perjudica sus intereses. En términos de McComiskey, esta acepción se vincularía con la dimensión del *Ethos*. Situaciones en las cuales Donald Trump acusa de *fake news* a las perspectivas críticas de su gestión son un claro ejemplo de ello (Egelhofer y Lecheler, 2019, p. 9). En segundo lugar, la noción se entiende como un “género” cuando remiten a “información fabricada que imita el contenido de los medios de noticias solo en su forma, no en su proceso organizativo o intención” (Lazer et al., 2018).

Resulta evidente que los sesgos cognitivos vinculados al nivel emocional de la cognición (el *pathos*), muestran ser una condición necesaria para el establecimiento del paradigma posverídico de la información en general y de las *fake news* en particular. Se comprende, entonces, que una de las dificultades fundamentales que exhiben la manipulación de conceptos como “objetividad” o “verdad” en la actualidad es el hecho de que, a la apelación a las emociones que caracteriza a la posverdad en general, subyacen una serie de condicionamientos cognitivos que dificultan la búsqueda de soluciones efectivas. En otros términos, el fenómeno posverdad es un problema que no se limita solo a las características de los medios de comunicación en sí mismos, sino que se extiende también a los aspectos psicológicos que favorecen su establecimiento.

Teniendo en cuenta el contexto recién descrito, es preciso tener en cuenta que uno de los subgéneros de *fake news* que mejor evidencia las características de la posverdad en el audiovisual son los *deepfakes*. En esta ponencia se expondrán algunas de sus características. No obstante, en primer lugar se comenzará con los aspectos generales de la “posverdad”.

Posverdad

El análisis crítico del concepto “verdad” es tan antiguo como la filosofía misma. Se emparenta con las prístinas discusiones gnoseológicas entre filósofos y sofistas, entre relativistas y universalistas o entre escépticos y dogmáticos. De modo que, a la luz de las características que suelen atribuírsele a la posverdad, es válido interrogar por qué la discusión sobre la relativización de la verdad suele ser presentada como una diatriba nacida en la

contemporaneidad. Por ejemplo, examinando las características del debate, especialistas en el concepto “posverdad” como Lee McIntyre e Ignas Kalpokas se preguntan si acaso el estadio actual no consiste, más bien, en una suerte de pre-verdad (McIntyre, 2018, p. 165) o en un regreso a estadios primigenios del vínculo con la verdad (Kalpokas, 2019, p. 2). Ambos coinciden, no obstante, que hablar de un paradigma posverídico tiene pertinencia en tanto en cuanto permite enfatizar el rol fundamental que los medios masivos de comunicación ejercen en esta relativización de la verdad o, más específicamente, en la manipulación de la información verídica y en la verosimilitud de la información falsa.

En la caracterización del diccionario de Oxford mencionada en la introducción está ausente un componente sumamente importante para comprender las connotaciones de dicha noción, a saber, el hecho de que el paradigma posverídico es promovido y aprovechado por grupos que poseen el poder suficiente como para influir en los medios masivos, de modo tal que les permita, al mismo tiempo, influir en la opinión pública. De allí que este concepto posea una connotación crítica, ya que el prefijo “post” no señala algo posterior en términos temporales, sino que busca evidenciar que la objetividad de la información está cada vez más subordinada a los intereses particulares impuestos por diversos grupos dominantes. En palabras del especialista Lee McIntyre: “¿La posverdad es solo mentir? ¿Es un simple giro político? No precisamente. Tal como se presenta en el debate actual, la palabra ‘posverdad’ es irreductiblemente normativa. Representa una expresión de inquietud por parte de quienes se preocupan por el concepto de verdad y sienten que está bajo ataque” (2018, p. 6).

Vale resaltar, entonces, que el paradigma posverídico no trae consigo una borradura total del hecho o de la verdad, dado que se caracterizaría por ser un fenómeno en el cual, a partir de hechos, es posible favorecer el asentamiento en la opinión pública de una interpretación que sea acorde con los intereses de determinados grupos de poder (McIntyre, 2018, p. 11). Actualmente, un hecho, por más recaudos metodológicos que se tomen en su representación o registro, muestra ser pasible de ser manipulado o reemplazado (como sucede con los denominados “hechos alternativos” [Cooke, 2017]). En otros términos, los productos posverídicos obtienen su legitimación del halo de objetividad que poseen los conceptos de “hecho” o de “verdad”, sin por ello mantener nada parecido a la objetividad.

Como se ha mencionado en la introducción, uno de los derivados informativos (o, más bien, desinformativos) de la posverdad son las *fake news*. El siguiente apartado estará dedicado a un particular tipo de ellas.

Deepfakes

Uno de los subgéneros de *fake news* que mejor evidencia las características de la posverdad en el audiovisual son los *deepfakes*. Se trata de videos manipulados por inteligencia artificial, con el fin de simular convincentemente los discursos o acciones de personas, generalmente reconocidas públicamente o relacionadas con contextos específicos (Ahmed, 2021). Su realización no precisa de grandes centros de procesamiento de información, sino que su producción puede ser realizada con computadoras domésticas equipadas simplemente con una tarjeta gráfica estándar y a partir de programas generalmente de acceso público (Karnouskos, 2020). Si bien comenzaron siendo videos manipulados con técnicas de intercambio de caras (como, por ejemplo, el programa *DeepFaceLab*), su rápida evolución en lo que refiere al perfeccionamiento de la simulación indica que pronto podrían convertirse en un riesgo público (Fraga-Lamas y Fernández-Caramés, 2020). Siguiendo la síntesis de Ahmed:

Los deepfakes representan un modo letal de desinformación, dado que manipulan la realidad. Son una forma visual de desinformación que cumple con la ‘heurística del realismo’, según la cual los usuarios de internet tienen más probabilidades de confiar en la información visual en lugar de una descripción textual. A medida que evolucione la tecnología utilizada en la creación de *deepfakes*, más difícil será distinguir los hechos de la ficción. (Ahmed, 2021, p. 7)

Por ejemplo, el uso de *deepfakes* ya ha sido registrado en algunas campañas políticas con el fin de deslegitimar a rivales, lo cual sugiere que pueden ser usados para engañar a los ciudadanos y dismantelar la integridad de los procesos democráticos (Parkin, 2019; Turk, 2019). A su vez, se ha estudiado que los *deepfakes* también pueden arrojar confusión sobre información fáctica, favoreciendo una suerte de “dividendo del mentiroso” según el cual ciertas personas pueden usar la tendencia actual de los *deepfakes* para deslegitimar información confiable (Chesney y Citron, 2019). Siguiendo a McComiskey, los *deepfakes* muestran ser un claro ejemplo del tipo de apelación al *pathos* propio del paradigma posverídico, donde el análisis racional y el cotejo de evidencia queda desplazado a un segundo plano.

Fenómenos como los *deepfakes* parecen confirmar la ya clásica crítica de André Bazin al “mito del cine total”, a saber, la idea de que el cine progresa hacia un estado mimético cada vez más perfecto. En palabras de Bazin:

El mito que dirige la invención del cine viene a ser la realización de la idea que domina confusamente todas las técnicas de reproducción de la realidad que vieron la luz en el siglo XIX,

desde la fotografía al fonógrafo. Es el mito del realismo integral, de una recreación del mundo a su imagen, una imagen sobre la que no pesaría la hipoteca de la libertad de interpretación del artista ni la irreversibilidad del tiempo. (1990, p. 37)

De manera opuesta a lo que supone el mito advertido por Bazin, los *deepfakes* evidencian que el acercamiento progresivo al realismo conlleva, paradójicamente, una imagen cada vez más engañosa. A su vez, esta borradura de la frontera entre los hechos y la ficción que avanza a través de los medios digitales, parece hacer cada vez más cercano el temor de Vivian Sobchak (2004), quien aludiendo a la crítica de Ryle a Descartes, afirmaba “estamos en peligro de convertirnos en meros fantasmas en la máquina”. Esto es, si bien la concepción cartesiana de una mente desligada del cuerpo –el fantasma– que maneja un artefacto orgánico exquisitamente construido –la máquina– parecía ser una idea completamente obsoleta, la posibilidad actual de generar eventos ficticios lo suficientemente convincentes como para influenciar la opinión pública, provoca una suerte de *revival* de dicha concepción. En este caso no por una escisión inconmensurable entre una *res cogitans* y una *res extensa*, sino por el hecho de que la realidad digital parece estar gradualmente reemplazando la realidad “concreta”.

Conclusión

El acento de la manipulación posverídica puesto particularmente en la apelación al *pathos* de la audiencia, evidencia explotar tendencias psicológicas previamente existentes (la “heurística del realismo” y la “confusión semiótica” son ejemplos que se suman a los mencionados en el apartado anterior). El fenómeno *deepfake*, si bien resulta ser un ejemplo claro, no es sino la punta del iceberg. Existen estrategias discursivas de la composición de las imágenes que muestran ser igual o más peligrosas, y menos identificables. Pero entonces, ¿dónde sería posible encontrar una solución al esparcimiento del paradigma posverídico siendo que toda representación parece ser cooptada por él? A su vez, ¿es posible dar lugar a una ética de medios que sea efectiva en este contexto? Estas preguntas quedarán pendientes para próximos desarrollos⁹⁰.

Referencias bibliográficas

⁹⁰ Una argumentación más extensa y detallada del contenido de esta ponencia podrá encontrarse en Suárez-Ruiz (2021a). Sobre las dificultades de la ética de los medios de comunicación tradicional en el contexto de la posverdad, véase Suárez-Ruiz (2021b).

- “Post-truth” (2016), Oxford Dictionaries, Oxford University Press, <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.
- Ahmed, S. (2021). “Who inadvertently shares deepfakes? Analyzing the role of political interest, cognitive ability, and social network size”. *Telematics and Informatics*, 57, 101508.
- Bazin, A. (1966). *¿Qué es el cine?* Madrid: RIALP.
- Cooke, N. A. (2017). “Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age”. *The Library Quarterly* 87(3), 211-221.
- Egelhofer, J. L. y Lecheler, S. (2019). “Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda”. *Annals of the International Communication Association* 43, 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Fraga-Lamas, P. y Fernández-Caramés, T. M. (2020). “Fake news, disinformation, and deepfakes: Leveraging distributed ledger technologies and blockchain to combat digital deception and counterfeit reality”. *IT Professional*, 22(2), 53-59.
- Kalpokas, I. (2019). *A Political Theory of Post-truth*. Londres: McMillan Palgrave.
- Karnouskos, S. (2020). “Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deepfakes”. *IEEE Transactions on Technology and Society*, 1(3), 138-147.
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, J., Berinsky, A., Greenhill, K., Metzger, M.,...Zittrain, J. (2018). “The science of fake news”. *Science*, 359(6380), 1094–1096. Doi: 10.1126/science.aao2998
- McComiskey, B. (2017). *Post-Truth Rhetoric and Composition*. Utah State University Press.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.
- Parkin, S. (2019). “Politicians fear this like fire”. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2019/jun/22/the-rise-of-the-deepfake-and-the-threat-to-democracy>
- Sobchack, V. (2004). “The Scene of the Screen: Envisioning Photographic, Cinematic and Electronic Presence”. En V. Sobchack, *Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture*, UCLA Press.
- Suárez-Ruiz, E. Joaquín. (2021a). *Representar audiovisualmente la realidad en la era de la posverdad. El fuera de campo como punto de partida para una ética de medios fundada en la teoría audiovisual*. (Trabajo final de grado de licenciado en Comunicación

Audiovisual. Orientación en Investigación y Planificación). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Artes.

<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=tesis&d=Jte2221> .

Suárez-Ruíz, E. (2021b). “Ética de los medios de comunicación después de la COVID-19: repensar la disciplina a la luz del caso de las teorías conspirativas antivacuna”. *Estudos em comunicação* (33), 33-55. <http://dx.doi.org/10.25768/20.04.03.33.03>

Turk, V. (2019). “Deepfakes are already breaking democracy. Just ask any woman”. *WIRED*.