

NOTA DE PRENSA

Fake News. La fábrica de mentiras podrá verse en la planta 3 del Espacio Fundación Telefónica de manera gratuita hasta el 19 de noviembre de 2023

EL ESPACIO FUNDACIÓN TELEFÓNICA PRESENTA ‘FAKE NEWS. LA FÁBRICA DE MENTIRAS’, UNA EXPOSICIÓN QUE REFLEXIONA SOBRE EL IMPACTO DE LA DESINFORMACIÓN EN NUESTRA SOCIEDAD

- A través de piezas históricas, obras de artistas contemporáneos y casos de estudio reales, *Fake News. La fábrica de mentiras* nos invita a comprender la complejidad del fenómeno con el objetivo de identificar distintos tipos de desinformación, aprender a reconocerlos y combatir su difusión.
- La exposición cuenta con alrededor de 120 piezas, entre ellas, algunas de diez creadores, entre los que destacan, las de los colectivos Domestic Data Streamers, Tactical Tech o The Yes Men, junto a grandes nombres como Joan Fontcuberta, Jonas Bendiksen o Hao Li.

Madrid, 14 de junio de 2023.- En plena era digital, disponemos de más información que nunca, información que se genera a una velocidad sin precedentes. En el mundo, cada segundo se publican 6.000 tuits, 740.000 mensajes de WhatsApp y 694 posts de Instagram. Sin embargo, nuestra exposición a la manipulación incrementa en paralelo. Cada día nos enfrentamos a noticias y estrategias de desinformación que ponen a prueba nuestra capacidad para distinguir qué es verdadero y qué es falso. Aunque nos encontramos ante un fenómeno complejo con siglos de historia, Internet y los canales de difusión masiva han hecho que la repercusión de este fenómeno adquiriera una proporción desconocida.

Las *fake news* hacen más necesaria que nunca una alfabetización mediática. ¿Qué son realmente y cómo se propagan? ¿Con qué herramientas contamos para fabricarlas? ¿Cómo podemos detectarlas y combatirlas? A través de piezas históricas, obras de artistas contemporáneos y casos de estudio reales, *Fake News. La fábrica de mentiras* pretende abordar la revisión del fenómeno de las noticias falsas a lo largo de los siglos y plantear una reflexión sobre el impacto que generan actualmente en nuestra sociedad.

La exposición, comisariada por el periodista Mario Tascón y Fundación Telefónica, con la colaboración de la Biblioteca Nacional de España, la Universidad CEU San Pablo y la Fundación Maldita.es, cuenta con alrededor de 120 piezas, entre los que destacan los colectivos Domestic Data Streamers, Tactical Tech o The Yes Men, junto a Joan Fontcuberta, Jonas Bendiksen, Daniel

Howe o Hao Li. *Fake News. La fábrica de mentiras* podrá verse en la planta 3 del Espacio Fundación Telefónica de manera gratuita hasta el 19 de noviembre de 2023.

¿Qué son las *fake news*?

En 2017, la expresión *fake news* fue elegida entre más de 4.500 términos como la Palabra del Año por el diccionario 'Collins', coincidiendo con la batalla electoral entre Hillary Clinton y Donald Trump y la cascada de desinformación que se derivó de ello. La muestra nos introduce en estos conceptos a través de algunas portadas animadas de varios medios como *The Guardian* o *BBC News* que destacaron esta noticia, así como de frases célebres de personajes que a lo largo de la historia se han referido a este fenómeno, como Maquiavelo, George Orwell o Platón. Además, para adentrarnos en este mundo de la manipulación informativa, una gran instalación en forma de escalera define y distingue entre los conceptos *deepfakes*, *fake news*, desinformación, propaganda y descontextualización, que tan a menudo se confunden entre sí.

El cerebro nos engaña

El gusto por aprender —que nos lleva a privilegiar la información nueva— y, sobre todo, la pulsión por formar parte de un grupo social, son dos rasgos esenciales en la evolución del cerebro humano que arrojan algo de luz sobre nuestra predisposición a las noticias falsas. También la búsqueda de eficiencia del cerebro humano da lugar a los llamados atajos cognitivos: automatismos inconscientes que buscan agilizar procesos mentales, pero que a menudo nos llevan a percibir la realidad a través de juicios inexactos y conclusiones ilógicas. Además, a esto hay que sumarle la economía de la atención; vivimos sumidos en un mundo colmado de estímulos, donde la exageración, la personalización de contenidos, la inmediatez, la rápida propagación de la información o la escasa verificación de fuentes aumentan el éxito y la propagación de noticias falsas.

Esta sección contiene tres proyecciones audiovisuales. Una de ellas presenta una selección de 10 sesgos cognitivos —como el de confirmación, autoridad, el efecto en tercera persona o el falso consenso— que afectan nuestra manera de consumir y entender la información. Junto a ello, otra proyección explica el denominado 'índice de verosimilitud', donde se destacan dos elementos clave para que un bulo funcione: la emoción del receptor y la sofisticación o calidad de la simulación.

La tercera de las instalaciones hace una disección de las *fake news* en base a los canales donde se propagan, el tipo de contenidos, la velocidad y la cantidad. Los datos muestran que los contenidos falsos se difunden y se comparten más rápido, y que generan más interacción. Aquellos vinculados a la política son los que alcanzan mayor difusión por delante de temas como el terrorismo, la economía o los desastres naturales. De hecho, un estudio de la Universidad Complutense de Madrid afirma que el 90% de los españoles ha compartido noticias falsas alguna vez.

Noticias falsas en la historia

El término *fake news* nos remite inmediatamente a nuestro mundo actual, pero a pesar de su novedosa apariencia, la falsedad, el sensacionalismo y la manipulación han marcado, desde siempre, estrategias con fines dudosos en la transmisión de la información. Su expansión ha dependido, por un lado, de los soportes de la comunicación, y por otro, de la evolución de los medios para propagarse durante cada época. Este avance tecnológico ha ido en paralelo a la evolución de la estructura de la información misma, desde la mera exposición de los hechos hasta la apelación de las emociones del receptor.

Esta sección recorre, a través de diferentes períodos y soportes, algunas de las noticias falsas más icónicas que se han sucedido a lo largo de la historia. Desde la Antigüedad hasta la actualidad, explora de qué manera la evolución de los medios ha contribuido a su propagación y viralización, para lo cual Internet, las redes sociales y la reciente irrupción de la inteligencia artificial han jugado un papel decisivo.

Antigüedad

Además del derecho, la ingeniería civil o la cultura, también en la creación de *fake news* somos herederos de la antigua Roma. Mentiras en forma de leyendas, bulos, difamación y propaganda malintencionada trascienden con el paso de los siglos para ensalzar a unos y hundir a otros. ¿Es posible que Nerón no incendiase Roma o que Livia no planeara el asesinato de todos sus herederos al trono? Son muchos los bulos propagados en la Edad Antigua que todavía hoy resuenan, pero aún más fuertes son aquellos que los propios romanos contaron sobre sí mismos, especialmente en el ámbito político.

Edad Media

En la Edad Media, destaca principalmente la ***Donación de Constantino (1520)***, considerada como la *fake news* por excelencia de esta época: un documento fabricado que sirvió de pretexto para legitimar las aspiraciones políticas papales.

Edad Moderna

Durante la Edad Moderna, la desinformación crece a pasos agigantados por varios motivos. La aparición de la imprenta de Gutenberg, entre otros aspectos, genera una rápida propagación y marca lo que consideramos los antecedentes de la prensa actual. Esto da lugar a una proliferación de propaganda religiosa —destacando los libelos de sangre y los alegatos anticatólicos— y propaganda política —alimentada por los intereses de las grandes potencias europeas, que conducen a la manipulación de la información, como puede verse en una carta que narra la falsa victoria de la Armada Invencible. Para ilustrar este ámbito, se cuenta con valiosos ejemplares originales de la Biblioteca Nacional de España.

Edad Contemporánea

En la Edad Contemporánea, con la Revolución Industrial, entramos ya en una explosión de la circulación de la información, gracias a los avances en los transportes y las nuevas rotativas de alta velocidad, elementos que popularizaron la prensa barata y sensacionalista. También, con el auge de los totalitarismos en el siglo XX irrumpe con fuerza la radio, con su punto álgido en la Segunda Guerra Mundial como medio de propaganda. Y ya en 1950, se populariza la televisión y se convierte en el *mass media* más poderoso, tanto por su capacidad de persuasión como por su accesibilidad a la población. Ejemplos de ellos son **“La Gran Mentira de la Luna” de *The Sun* (1835)**, considerada la primera gran falsedad de este período, que se mostrará junto a la transmisión radiofónica de **“La Guerra de los Mundos” de Orson Welles (1938)** y el **Proyecto**

“**Ojos sobre Saddam**” (2003) sobre supuestos emplazamientos de armas de destrucción masiva en Irak, argumento esgrimido por EEUU para justificar el lanzamiento de la campaña militar.

Actualidad

En la actualidad, la capacidad de difusión masiva a través de las redes sociales ha supuesto un giro radical respecto a la forma en la que el público accede, consume y difunde noticias. En gran medida, este cambio se basa en el interés de las redes sociales por construir comunidades, las llamadas «cámaras de eco», que responden a burbujas digitales en las que los propios miembros comparten informaciones que respalden sus puntos de vista y que son terreno de cultivo propicio para la expansión de las *fake news*. De esta forma, se polariza la forma de pensar y se fomenta la división en dos polos de pensamiento, dos extremos antagónicos. Todo ello ha supuesto, por lo tanto, un golpe a la calidad de la democracia.

Partiendo de la premisa de la infoxicación que vivimos en la actualidad, el colectivo artístico **Domestic Data Streamers** busca reflexionar a través de la pieza inmersiva *Data Heartbreak* (2022) sobre el vertiginoso consumo de información al que estamos expuestos.

Fabricar mentiras

Los avances tecnológicos han facilitado la construcción de mentiras hasta llegar a nuestros días, cuando los canales de difusión masiva, unidos a la inteligencia artificial, han llevado la manipulación visual al alcance de muchos. En este apartado, artistas y creadores de la actualidad se hacen eco de este fenómeno para ofrecer así su particular reflexión desde el humor, la crítica o la divulgación. Entre las piezas destaca *The Book of Veles* del fotógrafo noruego **Jonas Bendiksen**, quien durante la pandemia del Coronavirus fotografió las calles vacías de la localidad macedonia de Veles —la cual, durante la campaña electoral entre Hillary Clinton y Donald Trump en 2016, se convirtió en un *hub* desde el que se difundieron noticias falsas. Luego, editó las imágenes añadiendo avatares y las complementó con relatos generados por un robot. El resultado fue un engaño que fascinó a la escena fotográfica internacional y que se llegó a aceptar como verdadero.

Otro ejemplo es *The New York Times Special Edition*, una propuesta artística del colectivo **The Yes Men**, que una semana después de las elecciones que llevaron a Obama a la Casa Blanca, se unió a cientos de escritores, artistas y activistas para crear y repartir, en un proyecto que duró seis meses, 80.000 ejemplares de una falsa edición del *New York Times*. En ella se anticipaba cómo serían las noticias de los próximos 18 meses, con un tono esperanzador y optimista, que anunciaban, entre otras, el final de la guerra de Irak o la gratuidad de las universidades. Similar es la propuesta *Nice Fake News*, de **Oli Frost**, un artista y hacker ruso que creó una página web donde compartir noticias falsas con un tinte de humor y optimismo como, por ejemplo, la erradicación del tráfico para 2026.

Esta sección muestra la aclamada obra *Sputnik* de Joan Fontcuberta, un proyecto que causó gran revuelo y que algunos medios tomaron como real. Narra el caso del supuesto coronel Ivan Istochnikov, cuya desaparición en plena carrera espacial entre EEUU y la URSS en 1968 provocó que fuera borrado de la historia por las autoridades soviéticas.

En esta sección se muestran además una veintena de fotografías desde el siglo XIX hasta la actualidad que han sido alteradas a través de diferentes técnicas o descontextualizadas. Entre ellas se encuentran una imagen trucada de Putin conversando con Trump y Erdogan o la reciente

imagen del Papa Francisco llevando un abrigo blanco de Balenciaga. También destaca *G255 nº2 (2022)* de **Alain Josseau**, un dispositivo capaz de construir en directo, valiéndose de un croma, imágenes falsas de bombardeos urbanos y escenas bélicas y convertirlos en una maqueta.

Este apartado se completa con varios ejemplos de *deepfakes*, una técnica de inteligencia artificial basada en el aprendizaje profundo y desarrollada en dos fases: en la primera, los algoritmos se nutren de imágenes y vídeos reales sobre los cuales construir nuevos contenidos; en la segunda, se van entrenando de forma automática con el objetivo de detectar errores y así mejorarlos. Fruto de ello resultan creaciones artificiales con un asombroso parecido con la realidad, que han dado lugar a engaños de tan alta calidad que resulta casi imposible discernir lo verdadero de lo falso. Estos contenidos fabricados constituyen hoy una peligrosa arma con la que desprestigiar a personalidades y personas anónimas y que inundan hoy las redes y mensajes de WhatsApp, llegando incluso a traspasar la barrera virtual para llegar a los medios tradicionales.

Otra de las obras donde se aprecia esta técnica de inteligencia artificial es *In Event of Moon Disaster (2019)* de un grupo de artistas e investigadores del MIT, liderado por **Halsey Burgund & Francesca Panetta**. A través de herramientas audiovisuales de *deepfake*, se recrea en una televisión de un típico salón americano de 1969 cómo hubiera sido el discurso del presidente Richard Nixon en caso de que el Apolo 11 no hubiera llegado a la Luna. La instalación invita a retroceder en el tiempo hasta esta historia alternativa y a descubrir cómo las nuevas tecnologías pueden distorsionar, redirigir y ofuscar la verdad que nos rodea.

Siguiendo con las piezas protagonizadas por inteligencia artificial, nos encontramos con *Big Dada / Public Faces (2019)* de Daniel Howe y Bill Posters. Se trata de una instalación audiovisual donde se muestran cuatro avatares creados mediante tecnología *deepfake*, que suplantán a Donald Trump, Kim Kardashian, Mark Zuckerberg y Morgan Freeman. Y a través de la instalación interactiva *Real-Time Deepfake (2022)*, **Hao Li**, el desarrollador de *deepfakes* más famoso del mundo gracias a sus célebres algoritmos y fundador de Pinscreen, especializada en la creación de avatares mediante IA, presenta un *deepfake* capaz de reconocer el rostro del visitante e intercambiarlo por el de un famoso en tiempo real. De esta forma, el creador alerta del gran peligro que se esconde detrás del uso indebido de la manipulación de vídeos.

Combatir mentiras

El Foro Económico Mundial sitúa la desinformación como uno de los principales riesgos para nuestras sociedades y el último informe de Reporteros sin Fronteras de 2023 advierte de qué manera “la diferencia entre lo verdadero y lo falso, lo real y lo artificial, los hechos y los artefactos se difumina, poniendo en peligro el derecho a la información”. ¿Cómo podemos saber si una foto, un video o un tuit son auténticos o veraces? ¿Qué tipo de desinformación se comparte y se propaga y qué papel jugamos nosotros en esto?

La exposición culmina dando respuesta a estas inquietudes a través de tres piezas del colectivo Tactical Tech, dos de ellas interactivas *Fake or Real* y *Doublecheck*, donde el usuario podrá poner a prueba las técnicas y conocimientos aprendidos sobre la desinformación y la manipulación informativa en su visita. Además, un gran mural *Laboratorio Deepfake* cierra la muestra con una guía orientativa para detectar y combatir *deepfakes*.

VISITAS COMENTADAS PÚBLICO GENERAL

Visitas comentadas para particulares con reserva en la [web de Espacio](#) a partir del 27 de junio de martes a viernes a las 12 y 17 horas y en julio de martes a viernes 12 horas.

Para más información: espacio.fundaciontelefonica.com