

Bergstrom, C. T. & West, J. D. (2021). *Bullshit: Contra la charlatanería*. Capitán Swing.

Carl T. Bergstrom y Jevin D. West, expertos en estadística y biología computacional, plasman sus conocimientos sobre análisis de datos en un libro que han titulado “Bullshit: Contra la charlatanería”. El texto, publicado en 2021 con la editorial Capitán Swing, pretende facilitar al lector herramientas para protegerse de la desinformación en una época marcada por los bulos y las mentiras.

El manual está compuesto por once apartados que podrían aglutinarse en tres grandes bloques: una introducción al “bullshit”; un recorrido por los errores más frecuentes en la interpretación de datos; y unos consejos finales para detectar y refutar el “bullshit”.

En los tres primeros capítulos definen el concepto de “bullshit” y lo diferencian de otros términos semejantes como el de “fake news”. Es necesario aclarar que no existe un concepto en castellano que contemple la totalidad de lo que los autores entienden por “bullshit”, ya que este no se refiere a las mentiras hechas de forma deliberada, sino que quien difunde “bullshit” suele ser ajeno a la veracidad o falsedad de los enunciados que emite.

Podemos definir el “bullshit” como toda información que confunde al lector u oyente con afirmaciones que no se ajustan a la realidad o que aprovecha la brecha existente entre la literalidad del enunciado y su implicatura provocando que el receptor extraiga conclusiones erróneas. Lo más característico y peligroso de este fenómeno es el hecho de que la creación y difusión de “bullshit” es muy sencilla, barata y rápida, pero, sin embargo, señalarlo y refutarlo requiere más tiempo, recursos e inteligencia. Por este motivo, se afirma de manera muy acertada que “la falsedad vuela y la verdad viene cojeando tras ella”.

Aunque en nuestra vida diaria nos encontramos sin quererlo con muchos tipos de “bullshit”, los autores se centran en advertirnos sobre el más dañino de todos: el que hace uso de un lenguaje matemático, científico y estadístico para dar una imagen de veracidad y rigor. Esto cobra sentido si sabemos que en la Sociedad del Conocimiento todo lo relacionado con lo científico goza de un mayor prestigio, reconocimiento y legitimidad frente a otros modelos anteriores donde los argumentos que apelaban a valores tradicionales tenían un mayor peso en el imaginario colectivo. Este tipo de “bullshit” al que denominan “de nueva escuela” es tremendamente efectivo ya que la gran mayoría de las personas no están cualificadas para poner en duda aquello que se presenta en forma de datos.

Para hacernos conscientes de la importancia de atender a esta problemática, el siguiente bloque de capítulos lo dedican a extraer el “bullshit” de numerosos ejemplos o casos reales en los que se ha hecho un mal uso de la interpretación de los datos, ha habido sesgos en la selección muestral, se han establecido relaciones causales cuando había una correlación simple de variables o se han extraído conclusiones erróneas de un estudio porque resultaban más “atractivas” para la audiencia. Al finalizar este gran apartado, el lector puede quedarse con una sensación de vulnerabilidad al darse cuenta de que constantemente está siendo engañado por diversos agentes sociales que le hacen modificar su visión del mundo en función de sus intereses. Es entonces cuando los autores proponen una guía de acción para evitar ese estado de aturdimiento que puede derivar en inmovilidad y pasividad si no se recupera la percepción de control sobre la realidad que le rodea.

Por lo tanto, en el último bloque de capítulos, una vez puesto en evidencia los casos de estudio, se hace una invitación al lector a que se entrene en la detección de “bullshit” a través de seis pasos o consejos cotidianos: en primer lugar, se debe cuestionar siempre la fuente de información, es decir, averiguar cuál es el interés del emisor de la noticia. En segundo lugar, hay que tener cuidado con las comparaciones injustas porque los *rankings* suelen ser muy atractivos, pero también suelen emplear técnicas poco precisas. La siguiente regla la emplean como una constante de forma casi automática en su rutina y es que “si algo es demasiado bueno o demasiado malo para ser cierto, es muy probable que no sea del todo verdad”, porque la realidad no suele ser tan sorprendente. También recomiendan pensar en magnitudes de orden para hacer cálculos mentales rápidos aproximados sobre una realidad concreta. Y, por último, advierten sobre el error más común, el sesgo de confirmación, mediante el cual aportamos mayor credibilidad a aquello que encaja con nuestra propia visión del mundo.

Tras la lectura del texto, cabe preguntarnos: ¿Son suficientes estas técnicas para no ser engañados por el telediario, las Redes Sociales, los artículos científicos, los políticos o incluso nuestros propios allegados? La respuesta es no, pero no en todas circunstancias. Estamos expuestos diariamente a un sinfín de estímulos y

eso nos hace difícil la tarea de estar en constante alerta. Como humanos, nos sería imposible estar procesando la información por ruta central continuamente porque no nos quedaría energía para el resto de las actividades vitales. Ese es el motivo por el que seguimos siendo potenciales víctimas del “bullshit”, a pesar de conocer sus dinámicas y su entramado. Sin embargo, con estos consejos podemos tener más lucidez y acceder a una mayor calidad de datos a la hora de filtrar qué tipo de información es merecedora de nuestro tiempo cuando queremos indagar sobre un tema concreto. Es decir, si lo llevamos a un terreno bélico, el simple hecho de conocer la realidad del enemigo -sus debilidades y fortalezas- ya nos hace contrincantes más poderosos y, de esta forma, tanto el ataque como la defensa va a poder ser ejecutado de manera más estratégica e inteligente.

Otro de los temas importantes que abordan los autores es la crítica a su profesión. El hecho de que hagan autocritica de los errores que se cometen en su propio sector transmite una mayor credibilidad en su discurso. Es decir, no solo “culpan” a los medios de comunicación de difundir titulares que llamen la atención pese a la falsedad de estos, sino que reconocen que desde el mundo académico también se propaga “bullshit”. Es cierto que es preocupante que las personas que se dedican a la investigación hagan mal uso de los datos que manejan para que el resultado sea el que el autor espera, pero también es verdad que las propias estructuras académicas no son favorables para que se publiquen investigaciones donde los resultados son negativos. Esto es un error porque saber que algo no es como se esperaba también aporta conocimiento a futuros investigadores que puedan evitar determinadas hipótesis de partida en sus trabajos.

Como conclusión, considero que el punto fuerte del libro está en la combinación del terreno matemático-estadístico con el comunicacional porque, a pesar de ser expertos en datos, explican a la perfección las dinámicas de los medios de comunicación y de las audiencias en un plano político y social. Por ejemplo, conocen y analizan la problemática de que el valor económico de las noticias dependa del número de clics, ya que este modelo promueve entornos cada vez más impactantes y extremistas donde la calidad de la información queda en un segundo plano y la división ideológica del público termina siendo un negocio lucrativo para las plataformas que diseñan sus algoritmos a partir de esta lógica de la polarización social.

Esto deriva en que, cuando una persona comparte una información que es falsa, en muchas ocasiones no está hablando de ese tema en cuestión, sino de sí misma. Es decir, aunque descubra después que lo que ha publicado no se ajustaba a la verdad, no se va a arrepentir -por norma general- de haberlo difundido porque su intención no era divulgar conocimiento, sino reforzar su visión del mundo, introducirse en un grupo social o mostrar cómo es en un plano identitario haciendo uso de discursos con un marco de significados determinado. Es gritarle al mundo “pienso así luego soy de este modo”.

Esta batalla es muy difícil de ganar porque significa que ya no se enfrentan ideas, sino identidades. Por ello, el capítulo final del libro parece muy acertado y necesario. Este tiene que ver con la manera en la que se señala el “bullshit” de otros. Y es que, si entendemos que las visiones del mundo forman parte de la identidad individual, refutar un argumento puede ser interpretado como un ataque personal si no se aborda con delicadeza. En este contexto, los autores destacan la importancia de ser humildes, correctos, comprensivos y entender que detrás del “bullshit” puede haber un error de planteamiento sin malas intenciones. También es importante esforzarse en buscar puntos comunes al inicio de la conversación para que el entorno sea favorable antes de querer refutar un argumento, emplear también técnicas como el humor, o entender cuándo es mejor quedarse en silencio. Así, señalar el “bullshit” no se convertirá en un ejercicio de “yo soy más inteligente que tú”, sino en algo útil que pueda generar debates o procesos sociales más sanos y constructivos.

María Villarta García
Universidad Complutense de Madrid