

LOS EFECTOS DE LA POSVERDAD EN LA DEMOCRACIA

RAFA RUBIO NÚÑEZ

SUMARIO

1. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. 1.1 VERDAD Y POLÍTICA: UNA RELACIÓN EXTRAÑA 2. UNA NOVEDAD NO TAN NUEVA. 3. ¿QUÉ ES LA POSVERDAD? 3.1 ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LA POSVERDAD? 3.1.A. FICCIÓN Y REALIDAD 3.1.B EL PESO DE LA IMAGEN. 3.1.C. LA DISTORSIÓN DE LA REALIDAD. 3.1.D. LOS TIEMPOS. 3.1.E. TRANSPARENCIA Y EXCESO DE INFORMACIÓN. 3.1.F. LA PERCEPCIÓN Y LAS DISONANCIAS COGNITIVAS. 3.1.G. FRAGMENTACIÓN Y POLARIZACIÓN. 3.1.H. LA HIPERCONEXIÓN Y LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN. 4. VERDAD Y DEMOCRACIA. 5. LOS EFECTOS DE LA POSVERDAD EN LA DEMOCRACIA. 6. CATALUÑA: BANCO DE PRUEBAS DE LA POSVERDAD.

Fecha recepción: 21.02.2018
Fecha aceptación: 4.09.2018

LOS EFECTOS DE LA POSVERDAD EN LA DEMOCRACIA

RAFA RUBIO NÚÑEZ¹

Universidad Complutense de Madrid

1. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Algunas de las compañías más grandes del mundo como Google, Facebook y Twitter fueron convocadas en el mes de octubre de 2017 a comparecer ante el Comité de inteligencia del Congreso de los Estados Unidos. El motivo no era económico, ni tecnológico, sino político y tenía que ver con la investigación sobre las injerencias de Rusia en las elecciones presidenciales del año 2016. La acusación consistía principalmente en que a través de estas plataformas tecnológicas millones de estadounidenses habían sido expuestos a información falsa (fake news) generada por Rusia, para provocar la discordia en la sociedad norteamericana y favorecer la candidatura del candidato republicano Donald Trump. Según los testimonios presentados la propaganda rusa habría llegado a 126 millones de usuarios en EEUU sólo a través de Facebook, un número que probablemente se incrementaría exponencialmente si tuviéramos en cuenta otras plataformas de comunicación digital como whatsapp o Telegram.

El asunto no era nuevo, ni acabaría ahí, meses antes se había detectado el uso de tácticas similares durante el referéndum convocado en el Reino Unido, en el que los británicos decidían sobre su permanencia en la Unión Europea.

Los casos se multiplican y tienen internet como principal escenario de operaciones. Se acusa a Rusia de inundar la red de noticias falsas en su disputa con Ucrania. Se habla de que China impulsa 448 millones de mensajes propagandísticos, que sin necesidad de difundir mentiras ni censura, les permite ofrecer una visión positiva de la realidad

¹ Departamento de Derecho Constitucional. Facultad de Derecho. Universidad Complutense de Madrid. Ciudad Universitaria s/n. 28040 Madrid. Email: rafa.rubio@gmail.com

Este trabajo ha sido elaborado con el apoyo de los Proyectos I+D+I de Excelencia del MINECO, «El avance del Gobierno Abierto. Régimen jurídico constitucional de la implantación de políticas de transparencia, acceso a la información, datos abiertos, colaboración y participación especialmente a través de las TIC y del gobierno electrónico» DER2015-65810-P (2016-2018), e «Interacción entre representación y participación en la producción normativa» DER2015-68160-C3-3-P (2016-2018), así como del Grupo de Investigación UCM sobre participación, tecnología y democracia.

china. Venezuela presume de la capacidad de su ejército de «formadores de opinión» para hacer frente a las críticas al gobierno en las redes sociales, especialmente a las internas. Se denuncia la injerencia de millones de cuentas falsas en las elecciones norteamericanas, donde las principales «fake news» tuvieron mucho más alcance en Facebook que las historias reales difundidas en la misma plataforma². Hoy mismo, el presidente elegido, Donald Trump, no deja pasar un día sin criticar, desde twitter, las Fake news con las que califica las informaciones que distintos medios de comunicación, especialmente *The New York Times*, ofrecen sobre su persona y su gestión.

En todos ellos internet, en general, y las redes sociales, en particular, han jugado un papel relevante para la generalización de estas prácticas y su progresivo perfeccionamiento con bots que producen propaganda y la creación de medios de comunicación creados para explotar las redes sociales y los algoritmos de búsqueda logrando una amplia visibilidad y, lo que es más peligroso, una integración natural con otros contenidos. Esto ha despertado todo tipo de reacciones sobre los peligros que estas suponen para la democracia³ pero, a pesar de lo mucho que se ha publicado es difícil encontrar un análisis de las relaciones entre desinformación, propaganda, redes sociales y su influencia en la democracia.

Quizás por eso en los últimos tiempos las «fake news» se han colado en análisis periodísticos, discursos políticos, estudios académicos sobre la actualidad e incluso en algunas propuestas normativas. Pero ¿estamos ante una realidad distinta? ¿O no es más que la versión 2.0 de la desinformación tradicional, bautizada con una expresión feliz que ha hecho fortuna? Algunos señalan como el término «fake news» debería ser evitado por resultar demasiado genérico⁴, políticamente peligroso⁵; indistinguible de otras formas de desinformación⁶; vinculado a una idea demasiado simple que entiende la verdad como una imagen exacta de la realidad⁷, porque el término no refleja el aspecto más relevante y peligroso del fenómeno: su capacidad de difusión⁸ o simplemente por resultar un oximorón⁹.

² «Hasta 126 millones de usuarios de Facebook podrían haber visualizado contenido producido y difundido por agentes rusos. Por su parte, Twitter declaró que había descubierto 2.752 cuentas controladas por rusos, y que más de 36.000 «bots» rusos produjeron 1,4 millones de tuits durante las elecciones. Finalmente, Google reveló que había encontrado en Youtube 1.108 videos con 43 horas de contenido relacionado con la injerencia rusa» Puig, S. «Desinforma, que algo queda»: el fenómeno de las «fake news» en el siglo XXI. Agenda Pública. <http://agendapublica.elperiodico.com/desinforma-algo-queda-fenomeno-las-fake-news-siglo-xxi/>

³ The Economist, Social media's threat to democracy. Nov, 4th-10th, 2017. Págs. 21-25

⁴ Tandoc, E. Wei Lim, Z. & Ling, R. (2017) «Defining "Fake News"», Digital Journalism, 811, 2017. Págs. 1-17.. (<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143>)

⁵ Wardle, C. & Hossein, D. (2017) Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy-making (Report to the Council of Europe).

⁶ Jack, C. What's Propaganda Got To Do With It? ([https:// points.datasociety.net/whats-propaganda-got-to-do-with-it-5b88d78c3282](https://points.datasociety.net/whats-propaganda-got-to-do-with-it-5b88d78c3282))

⁷ Lynch, M. (2017) Post-truth, alt-facts, and asymmetric controversies, First 100 Days, (<http://first100days.stsprogram.org/2017/02/06/post-truth-alt-facts-and-asymmetric-controversies-part-i/>)

⁸ Jenkins, H., Ford, S. & Benjamin Green, J. (2017), Spreadable media. New York: New York University Press, (<http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>)

⁹ Suarez, E. El globo. Cómo puedes combatir la desinformación y por qué no debes usar la expresión «noticias falsas» (<http://theobjective.com/tribuna/zibaldone/el-globo-desinformacion-noticias-falsas-fake-news/>)

Las explicaciones del fenómeno son variadas: una herramienta de la movilización social; la creación artificial de un peligro que ofrezca una excusa para aumentar el control informativo del gobierno; el fin de la desintermediación; el precio de adoptar este tipo de plataformas sociales en las que el elemento económico es primordial o un aviso del fin del consenso sobre las instituciones básicas... De cualquier modo, las «fake news» no parecen más que el fenómeno más visible, la punta del iceberg, de este fenómeno informativo que algunos han denominado posverdad.

1.1. Verdad y política: una relación extraña

La relevancia del fenómeno de la posverdad es fruto del papel que juega la comunicación en la sociedad actual. La comunicación no es sólo un aspecto de la vida en común o de las acciones realizadas en grupo, sino que es una de sus más fundamentales condiciones. Es sobre la información sobre la que se construyen las relaciones laborales, económicas, industriales, culturales, religiosas, de ocio... basadas en el intercambio de información que configuran la sociedad. La sociedad es esencialmente comunicación, hasta el punto de que sin comunicación no hay sociedad.

La comunicación tiene una triple proyección social, la interpersonal, uno a uno (P2P) que nos permite hacer cosas en común y configura la base sobre la que se configuran las otras dos, a saber, la social, que es la distribución de información de uno a muchos (P2M) llevada a cabo normalmente por organizaciones, empresas fundamentalmente a través de los medios de comunicación, y, por último, una especialidad de esta comunicación P2M que sería la comunicación institucional, en la que un tipo específico de organizaciones, las institucionales, normalmente de base comunitaria, se relacionan con los miembros de su comunidad, a través de mecanismos propios, que no excluyen la comunicación personal ni la que se realiza a través de los medios de comunicación. Hoy las fronteras existentes entre cada una de ellas, que venían siendo condicionadas por los medios utilizados para realizarlas, se van difuminando y esta división, hasta ahora más o menos clara, va desapareciendo y con ella desaparecen los códigos y reglas propias de cada una de ellas.

En su proyección institucional la comunicación se vuelve política. Adopta como fines principales la adhesión a ideas, proyectos, propuestas y personas, en busca de la cohesión social y, como tal, estaría sometida a las reglas de la política. Para muchos autores la política es una realidad autónoma con reglas propias, al margen de consideraciones morales, entre las que no estaría la verdad. Así, por ejemplo, Maquiavelo recoge en su «razón de Estado» la necesidad de separarse de determinadas reglas morales para garantizar la estabilidad social, y señala como: «Está bien mostrarse piadoso, fiel, humano, recto y religioso, y asimismo serlo efectivamente; pero se debe estar dispuesto a irse al otro extremo si ello fuera necesario. Y ha de tenerse presente que un príncipe, y sobre todo un príncipe nuevo, no puede observar todas las cosas gracias a las cuales los hombres son considerados buenos, porque, a menudo, para conservarse en el poder, se ve arrastrado a obrar contra la fe, la caridad, la humanidad

y la religión»¹⁰. Max Weber distingue entre la «ética de la convicción», vinculada a las normas morales, y la «ética de la responsabilidad» propia del político, que debe dejar a un lado sus convicciones para hacer lo que debe como representante político¹¹.

De esta manera la mentira sería admitida por muchos como un elemento connatural a la política, parte de las reglas del «juego», «una herramienta necesaria y justificable no sólo para la actividad de los políticos y los demagogos sino también para la del hombre de Estado»¹².

Se presenta así una dicotomía entre los que plantean la política como un ámbito de conocimiento cierto, reservado por tanto a sabios y tecnócratas, que no dejaría espacio para el engaño. Y aquellos que plantean la política como el campo de lo opinable y como tal abierto al conflicto, donde lo propio será la deliberación, el intercambio de opiniones y el posterior acuerdo o conflicto, el diálogo como condición indispensable de la vida política, donde la mentira se justificaría como un mal menor o incluso como un bien necesario.

Es cierto que la política versa sobre cuestiones complejas susceptibles muchas veces de interpretaciones diversas y en las que se mezclan hechos, intereses y visiones diferentes del bien. Esta diversidad lleva a algunos a concluir la imposibilidad de contar con un consenso sobre la verdad, asumiendo su inaccesibilidad y, como consecuencia lógica, su condición subjetiva.

Ante la subjetividad de la verdad, el hombre pasa a ser la medida de la misma, y es necesario acudir a procedimientos que permitan llegar a un acuerdo, en cada materia, sobre la misma. Este procedimiento se plantea en términos deliberativos, según la cual los debates públicos serían algo parecido a una discusión racional que dejara fuera toda referencia a la verdad, en busca de un ideal, el de la esfera pública perfecta, propio de planteamientos republicanos de inspiración kantiana. La deliberación pública se presenta como el instrumento para lograr acuerdos y equilibrios, el mecanismo para convencer, y lograr las diversas perspectivas que cualquier tema admite, y que nadie puede agotar desde su propia posición.

Aun así, este ideal ha sido rechazado por autores que, sin negar la importancia de la discusión racional pública, observan con realismo los condicionamientos de cualquier conversación humana de ese estilo, agravados como consecuencia de los cambios operados en la estructuración de la comunicación en las sociedades del presente y las limitaciones institucionales del ámbito político, que exige la toma de decisiones por la autoridad¹³. La crítica señala como las reglas del juego de esta deliberación racional deberían dejar fuera cualquier concesión a la mentira para lograr su objetivo, pero son esas propias reglas del juego las que excluyen la definición previa de esta, considerando las categorías de verdad y mentira como peligrosamente totalitarias. De esta

¹⁰ Maquiavelo, N. (2013) *El príncipe*, Grupo Planeta, Madrid.

¹¹ Weber, M. (2005) *El político y el científico*, Alianza Editorial, Madrid.

¹² Arendt, H. (1993) «Verdad y política», en *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*, Península, Barcelona.

¹³ Spaemann, R. (1979). *Crítica de las utopías políticas*, EUNSA, Pamplona.

manera, el diálogo imprescindible para el procedimiento deliberativo, es sustituido por la negociación entre intereses¹⁴ o por el debate. Se produce la pérdida del etos dialógico en la sociedad¹⁵, con una disminución del diálogo y un aumento del debate planteado, como contraposición de diversos planteamientos, opiniones puestas en pie de igualdad, que no entran en relación con las demás, dejando de lado la razón esencial de un argumento, y apelando a justificaciones adyacentes lo que, como advertía Max Weber, crea un politeísmo de verdades que termina transformándose siempre en el universal panteísmo de la mentira¹⁶.

Cuando la deliberación se convierte en debate lo importante es vencer no convencer, y trasladar el mensaje propio al mayor número posible de personas. La comunicación se convierte en un concurso por la construcción de relatos paralelos y el lenguaje entonces se torna en arma arrojadiza para lograr la victoria política sobre la oposición. De esta manera, el olvido de la verdad, hace que la deliberación pública, sea sustituida por una concepción de la política como una forma de guerra¹⁷, una guerra de la información por alcanzar y mantener el poder. La política implica la renuncia a la violencia física, que sería sustituida por otras armas de menor calibre como la mentira, o el ataque verbal, etc. De esta manera el lenguaje, que operaba como el arma principal de cualquier conflicto, antes de llegar a la agresión física, se convierte en sustituto de las armas, con efectos aún más destructivos y una gran eficacia para alcanzar los fines de la guerra, ahorrando recursos materiales y humanos. Una vez admitido el lenguaje como arma de guerra, que puede tener efectos devastadores, aunque estos no sean tan visibles de manera directa, la política se consagra como la sustitución de la guerra por otros medios y el lenguaje se reconoce como arma política, sometida exclusivamente a las normas de la guerra. Así lo señala Laclau cuando se refiere a la «frontera antagónica»¹⁸ entre unos y otros, y utiliza el concepto de Gramsci de la «guerra de posiciones»¹⁹, fuera de la cual no existiría auténtica política.

Este planteamiento se ha aceptado como condición necesaria de la vida política, asumiendo como principio que en el mundo político la palabra dada pierde su valor, provocando la inversión de la presunción de veracidad en la comunicación, y entendiendo la alteración de la realidad como parte de las reglas del juego, sin reparar en el grave daño para el desarrollo de las personas y las comunidades que esta normalización de la mentira provoca. Nunca, como hasta ahora, esta presencia sistemática de

¹⁴ Kelsen, H. (2003) *La esencia de la democracia*, KRK Ediciones, Oviedo. 2006

¹⁵ Barrio Maestre, J. M., (2003) «Tolerancia y cultura del diálogo», *Revista Española de Pedagogía*, LXI:224, enero-abril. Págs. 131-152.

¹⁶ Citado por De Vega, Pedro, (2017) en *El indulto aquí y ahora, Obras escogidas de Pedro de Vega* (ed. Rafael Rubio), Cepc. pág. 795

¹⁷ Foucault, M.(2006) *Defender la sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México.

¹⁸ Laclau, E. (2005) *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica, 2005

¹⁹ Gramsci, A. (1999) *Cuadernos de la cárcel*, Tomo 5. Ediciones Era. 1999. Pág. 68

la mentira y el ocultamiento en la política se había planteado, tan directa y mayoritariamente, como una amenaza para el sistema democrático.

2. UNA NOVEDAD NO TAN NUEVA

No es de extrañar que, en este campo, la batalla conceptual no sea baladí. Aunque en el plano teórico se distinguen las «fake news», producción deliberada y distribución, algorítmica y masiva, de información falsa, de la «posverdad», que sería la «(d)istorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales»²⁰. En la práctica ni es habitual ni es sencillo realizar tal distinción y se utilizan ambas palabras como caras de una misma moneda. Esto se lleva a sus últimas consecuencias con la utilización que determinados políticos hacen del término «fake news», cuando lo que nació como un ataque a la manipulación informativa de determinados políticos se convierte en punta de lanza de los ataques de la prensa, y Presidentes como Trump o Peña Nieto se han acostumbrado a esconderse bajo el escudo de acusar de «fake news» a cualquier tipo de crítica.

En el debate terminológico han aparecido otros términos como: «hechos alternativos», «verdad a la carta», «patologías informativas» o, los más clásicos, «manipulación», «desinformación», «intoxicación», «propaganda» o, simplemente, «mentira de toda la vida», que algunos, por aquello de la originalidad, han elevado hasta «multimentira», vino viejo en botellas nuevas²¹.

Nosotros preferimos hablar de «trastornos de la información» (*Information Disorders*), que describiría de una forma más amplia un fenómeno complejo que, además de bulos, incluye la descontextualización espacial o temporal de noticias, el uso del humor, con los famosos memes, para transmitir estereotipos que no se corresponden con la verdad, los errores informativos, la manipulación política y la alarma social²².

La distribución masiva de desinformación, con diversos nombres, no es un fenómeno nuevo. Ya en 1726 se hablaba de «informes falsos o inventados que se difunden maliciosamente por gente malintencionada, sin confirmación, con mala intención, o quizás por gusto o placer»²³. Años después, «(E)n 1769, John Adams (uno de los padres fundadores de los EEUU) escribió alegremente en su diario sobre pasar la

²⁰ Diccionario de la Real Academia Española, actualización de 2017. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=TqpLe0m> (consultado 25/01/2018)

²¹ Darnton, R (2017) «The True History of Fake News», *The New York Review of Books*, (<http://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>) (consultado 25/01/2018)

²² <https://medium.com/@jlori/trastornos-de-la-informaci%C3%B3n-mejor-que-fake-news-7a9ae44f7cc7> (consultado 25/01/2018)

²³ Dovifat, E. (1980) *Política de la información*. EUNSA, Pamplona. P. 404 se refiere a la definición de rumor publicada en 1726.

noche ocupado con “un empleo curioso. Cocinando Párrafos, Artículos, Ocurrencias, etc. – ¡trabajando en el Motor político!”. Adams, junto con su primo Sam y un puñado de otros patriotas de Boston, estaban difundiendo historias falsas y exageradas para minar la autoridad real en Massachusetts»²⁴.

Otros antecedentes más recientes los encontraríamos en la propaganda militar y las radios y octavillas a través de las que se hacía llegar información al bando enemigo para minar su moral (empleadas de forma prolongada y sistemática en los dos conflictos mundiales). El mismo George Orwell en 1938, antes de escribir 1984 y Rebelión en la granja, atribuía a la España de la guerra civil la triste condición de pionera: «... ningún periódico cuenta nunca con fidelidad cómo suceden las cosas, pero en España vi por primera vez noticias de prensa que no tenían ninguna relación con los hechos, ni siquiera la relación que se presupone en una mentira corriente. (...) Estas cosas me parecen aterradoras, porque me hacen creer que incluso la idea de verdad objetiva está desapareciendo del mundo.»²⁵

No hay duda que la generalización de la tecnología ha aumentado el alcance de estos fenómenos. En España en el año 2004, los SMS jugaron un papel esencial en la difusión de información, verdadera y falsa, tras el atentado del 11-M²⁶. Perú en el año 2009, culpó a la desinformación creada por las redes sociales de amplificar un conflicto local²⁷. Estados Unidos reconocía que en 2011 utilizó cuentas falsas en Afganistán. Recientemente Venezuela instaba a la Fuerza Armada Nacional Bolivariana (FANB) a comenzar a prepararse para «incluir el máximo uso de los «medios no convencionales», (redes sociales), para hacer frente a los ataques al chavismo»²⁸....

Según el último informe «Freedom of the Net 2017»²⁹, gobiernos de 30 países producen y difunden contenidos para distorsionar a su favor la información que circula en internet. Entre ellos destacan los regímenes de Turquía, Venezuela y Filipinas, que también emplean ejércitos de «formadores de opinión» para difundir iniciativas gubernamentales, impulsar determinadas agendas y contrarrestar las críticas al gobierno en las redes sociales. Lo que nos hace plantearnos si se trata de un cambio cuantitativo que afecta al volumen de información y la velocidad de propagación de la propaganda tradicional, o tiene elementos propios.

²⁴ Puig, S. «Desinforma, que algo queda»: el fenómeno de las “fake news” en el siglo XXI. Agenda Pública. <http://agendapublica.elperiodico.com/desinforma-algo-queda-fenomeno-las-fake-news-siglo-xxi/> citando Parkinson, R. «Fake news? That’s a very old story»

https://www.washingtonpost.com/opinions/fake-news-thats-a-very-old-story/2016/11/25/c8b1f3d4-b330-11e6-8616-52b15787add0_story.html?utm_term=.7b615c1ec3cc (consultado 25/01/2018)

²⁵ Orwell, G. (2013) Homenaje a Cataluña. Editorial Debolsillo.

²⁶ Ugarte, David de. (2004), *11M: Redes para ganar una guerra*. Icaria. Madrid.

²⁷ Neyra, A. Rubio, R. (2018) «Cancillería Peruana: de la digitalización a la modernización» en Revista Mexicana de Política Exterior, 113. México DF.

²⁸ <http://www.latercera.com/noticia/ordenan-al-ejercito-venezolano-vigilar-medios-redes-sociales/>

²⁹ Disponible en <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> (consultado 25/01/2018)

Cuando se asume esta condición compleja de la comunicación, es fácil caer en el escepticismo y asumir la imposibilidad de la verdad y la obligatoriedad de la mentira. Como ya hemos recordado en otro lugar³⁰, son muchos los que niegan la idea de que verdad y mentira sean claramente distinguibles, y la correspondencia entre lo que decimos y lo que queremos decir. ¿Existe la verdad o como decía Constant, «(l)a verdad sólo existe en los matices»? ¿Hay alguna diferencia entre la verdad y la mentira, si todo son interpretaciones? ¿Hay alguna diferencia entre convencer, persuadir y manipular? ¿No será la comunicación siempre propaganda? ¿introduce algún cambio en este planteamiento la posverdad?

3. ¿QUÉ ES LA POSVERDAD?

Como hemos visto, definir qué es la verdad, y si existe una distinción clara con la mentira, resulta prioritario para nuestra vida en sociedad. Quizás por eso la pregunta sobre la verdad es una constante en la historia de la filosofía y la política. Todos recordamos la escena del Evangelio de San Juan, en la que Poncio Pilato pone sobre la mesa una pregunta ¿Qué es la verdad?, a la que sigue un enorme silencio³¹. O la respuesta de Bill Clinton, siglos más tarde, cuando interrogado sobre si una afirmación era verdad, contestó: «it depends upon what the meaning of the word “is” is»³².

La verdad se definiría como la adecuación de la información transmitida con la realidad, «la relación, oral o escrita, de la verdad y la justicia de algún negocio o caso»³³. De esta manera la verdad sería básicamente una, la reproducción íntegra de la realidad, mientras que las mentiras podrían tener infinidad de versiones, tantas como visiones deformadas de una realidad.

Su transmisión es un hecho comunicativo que se identifica principalmente con la transmisión de información, entendida así como la transmisión de hechos. La información se ha identificado siempre, en el plano teórico, con la verdad. Pero la información no se puede reducir a este tipo de transmisión objetiva basada en los hechos. Toda información parte de los mismos pero, para ser transmitida, necesita de «la actividad informativa», «la puesta en forma de la realidad misma para posibilitar su vehiculación hasta el sujeto receptor»³⁴. Este proceso consiste en la selección de los hechos, la combinación de los mismos, la interpretación final y la distribución de la misma. En

³⁰ Calleja, R. Rubio, R. (2016) «Ética de la comunicación política» en «Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente». Sánchez Medero, R. Tecnos.

³¹ Evangelio según San Juan, 18:38.

³² <https://edition.cnn.com/2017/08/17/politics/tbt-clinton-grand-jury-testimony/index.html> (consultado 25/01/2018)

³³ Covarrubias, Sebastian de. Tesoro de la lengua castellana o española, 1611. Edición de 1674, con adiciones de Noydens. Madrid: Melchor Sánchez [impresor], 1674. . folio 77v. Disponible en Internet: www.cervantesvirtual.com(consultado 25/01/2018)

³⁴ Desantes, J.M. (1976) *La verdad en la información*. Instituto Cultural Simancas. pág. 26

este momento la noticia, que busca originalmente la representación fidedigna de la realidad, pasa a ser interpretación de la misma, a través de un proceso de simplificación de los hechos, que supone una cierta distorsión. Esta actividad se realiza por mediadores, que eran normalmente seres humanos y, en cuanto tal, era siempre subjetiva³⁵. El papel de estos mediadores es el de ofrecer interpretaciones que ordenan y dan sentido a los hechos, ante la complejidad de los mismos, y en este papel participaban tradicionalmente, de una manera determinante, los denominados como Gate-Keepers (periodistas, editores, o el propio Estado que en ocasiones puede permitir o no la distribución de una noticia).

Dada la subjetividad del proceso es habitual que la imprescindible «puesta en forma» de la información, suponga un cambio de forma de la misma³⁶. La pregunta es si toda representación, en cuanto subjetiva, supone una interpretación, y por tanto una transformación. Esta modificación/manipulación puede ir dirigida a aumentar la correspondencia entre la representación del receptor y la realidad del original (información) o disminuir dicha correspondencia (desinformación)³⁷. Pero ¿toda transformación supone desinformación? ¿es posible manipular sin mentir? ¿se puede reconstruir la realidad para que la información se corresponda aún más con los hechos?

Además de esta «puesta en forma» la transmisión del mensaje difícilmente puede limitarse a los hechos, y casi de manera obligatoria debe incluir interpretaciones, que pueden incluir opiniones. La intención informativa en ese momento deja de aparecer aislada, y se acompaña de la voluntad incitativa, que une a la información la intención de mover el intelecto del receptor en una dirección determinada, pasando a formar parte de nuestra reflexión, o busca mover la voluntad, provocando una reacción determinada que sustituya, o se anticipe al proceso reflexivo. Estas interpretaciones adoptan así la forma de narrativas, en base a la naturaleza narrativa de la vida humana y social y a su fuerza emotiva.

Esta información basada en los hechos, para ser verdadera, deberá ser objetiva, significativa y válida, pero la diversidad de formas de transmitir información, y la presentación conjunta de muchas ellas, hace que hablemos de distintos tipos de verdad, que van más allá de la clasificación atribuida a Churchill según la cual «hay verdades, mentiras y estadísticas».

Desantes³⁸ distingue entre la verdad lógica, que se identifica con la transmisión de hechos, en la línea de la verdad factual de la que habla Arendt³⁹; la verdad operativa o ideológica, que se refiere a la comunicación de ideas, y se dirige a la voluntad, para moverla conforme a estas ideas; y la verdad criteriológica o de juicios, la racional

³⁵ Hoy cada vez es más frecuente que estos trabajos se realicen de manera automatizada.

³⁶ Fraguas, M. (1985) *Teoría de la desinformación*, Ed. Alhambra. Pág. 4

³⁷ Mac Kay, D. M. (1969), *Information: mechanism and meaning*. p. 163

³⁸ Desantes, J.M. (2004) *Derecho a la Información*. Fundación COSO. Valencia. pág. 21

³⁹ Arendt, H. (1993) «Verdad y política», en *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*, Península, Barcelona. Pág. 248

en la clasificación arendtiana, que supone la aplicación de una idea a un hecho de la que se obtiene una conclusión o juicio.

La verdad informativa requiere que la información verse sobre hechos objetivos y reales, aunque esto no supone ausencia de valoración sino la prohibición de manipularlos para desvirtuarlos. Así, busca restablecer la verdad lógica, que mide la adecuación de lo realmente acaecido a la noticia difundida⁴⁰. El problema es que, como hemos visto, los hechos no pueden ser conocidos al margen de las interpretaciones, ni al margen de los testimonios de quienes dan fe de los mismos.

Toda comunicación tiene un componente informativo, ya que lo noticioso otorga a cualquier mensaje un extra que le permite captar la atención, elemento indispensable para que se produzca la comunicación, pero la comunicación suele basarse en mensajes referenciales, emotivos, incitativos, relacionales o estéticos.

Verdad y opinión errónea, verdad y mentira, están continuamente mezcladas en el mundo de manera casi inseparable. La verdad no suele aparecer en estado puro y cuando se comunica apelando a factores emocionales e intencionales, la comunicación comienza a derivar hacia la propaganda, y se convierte en una herramienta que sirve para modificar percepciones e influir en las acciones.

Juzgar la intención sería, para algunos, una forma de acertar en la respuesta. San Agustín señala la necesidad de la intención de engañar para que exista la mentira⁴¹. Lo que distinguiría la verdad de la desinformación sería precisamente la intención «desinformativa»⁴² o la de «influir»⁴³, que en ocasiones busca objetivos políticos, normalmente electorales o económicos. De esta manera la posverdad se presentaría como una versión posmoderna de la propaganda, el intento de influir en la actitud de un grupo de personas respecto a asuntos controvertidos que atañen al grupo, a través de distintas técnicas y mecanismos, centrados en la «manipulación del contenido». Así, la desinformación no sería tanto la negación de la realidad sino la transformación intencionada de la misma.

Para lograr sus objetivos, la propaganda se presenta como una técnica de persuasión colectiva, que busca atraer la atención del público y provocar en él una determinada percepción, que condicione su comportamiento. Para ello necesita actuar también sobre la figura del receptor. La transmisión de información, y por tanto la verdad de la misma, no depende sólo del emisor y su intención, ni del contenido de la información, sino que depende sobre todo de la recepción que de la misma hace el usuario: la percepción.

⁴⁰ STC 105/1990 y STC 6/1988.

⁴¹ Agustín de Hipona (1955) *La mentira*, Obras completas. Vol. XII. Obras morales, BAC. Madrid.

⁴² Beneyto, J. (1982) *El color del cristal. Mecanismos de manipulación de la realidad*. Piramide.

⁴³ Arendt, H. señala como el embustero «no dice las cosas como son porque quiere que las cosas sean distintas de lo que son —esto es, quiere cambiar el mundo». Arendt H. (2017) *Verdad y mentira en política*, Página Indómita. Citado por Daniel Gascón en Hannah Arendt y la verdad y la mentira. Disponible en: <http://www.lettraslibres.com/espana-mexico/politica/hannah-arendt-y-la-verdad-y-la-mentira>

No hay duda que la percepción construye la realidad, es la base del comportamiento humano. Por eso Maquiavelo advertía a los gobernantes que no son como son sino como son percibidos. Y esto no es sólo aplicable a los gobernantes. Estas percepciones se conforman con la realidad pero no son necesariamente lo mismo. La persuasión actúa sobre la inteligencia y la voluntad, busca el asentimiento racional sin olvidar el consentimiento emocional. De ella depende, en gran medida, su percepción (recepción) y su aceptación (comprensión). Las percepciones se generan por la recepción de información con una doble carga racional y emocional, donde lo emocional tiene un peso superior, y el procesamiento de esta información según los presupuestos adquiridos previamente (el sesgo cognitivo).

En consecuencia, la comunicación actúa como estímulo de la percepción independientemente de su relación más o menos fundamental con la realidad por lo que cabe preguntarse: ¿qué peso tiene la realidad en la generación de las percepciones? Esto es especialmente relevante sobre todo al considerar que, como hemos visto, no sólo la información crea percepciones, sino que también lo hace la opinión e incluso la ficción, y muchas veces con más fuerza que la propia información.

La posverdad sería por tanto la suma de dos factores: el contenido falso o engañoso, habitualmente con una alta carga emotiva, y la distribución masiva del mismo a través de canales tecnológicos y sus consecuencias.

3.1. *¿Qué hay de nuevo en la posverdad?*

Las «fake news» como reflejo del auge de la propaganda y la bajada en la credibilidad de los medios de comunicación presentan ciertas peculiaridades respecto a otro contenido que circula por las redes, pero es precisamente el hecho de circular por las redes lo que convierte un contenido de propaganda tradicional en «fake news».

El contenido es el elemento informativo donde se distingue principalmente la desinformación, el único lugar en el que es posible descubrir las discordancias entre la realidad representada y su representación. Aunque, como hemos visto, esto no es tarea fácil. Se trata de una información creada por alguien, o transformada desde una noticia original que se distribuye sin referencia a su origen y su fundamento. Su fortaleza es ser difícilmente averiguable y es idóneo para preparar un terreno receptivo.

Sin duda lo más relevante de esta nueva situación es la distribución de la misma a través de plataformas online. Las infraestructuras de comunicación, las plataformas y la cultura que hay detrás afecta no sólo al volumen de información, y la velocidad a la que se difunde la misma, en este caso la desinformación, sino que afecta a su contenido⁴⁴.

Que la tecnología afecte a la información tampoco es algo novedoso. Es conocido que el impacto de la invención de la imprenta revolucionó el mundo del conocimiento y la sociedad del Renacimiento y su continuadora, la imprenta de vapor, ya en el

⁴⁴ «Sky Views: Facebook's fake news threatens democracy», Sky News: <http://news.sky.com/story/sky-views-democracy-burns-as-facebook-lets-fake-news-thrive-10652711> (consultado 25/01/2018)

siglo XIX, permitió multiplicar la velocidad de impresión y la expansión de la red, rompiendo con el obstáculo que impedía la distribución de los periódicos más allá del ámbito local o el telégrafo que permitió crear un espacio nacional de información, gracias a la transmisión de las noticias fuera de las fronteras locales. Así lo planteaba el Papa Benedicto XVI al señalar que, «así como la revolución industrial produjo un cambio profundo en la sociedad, por las novedades introducidas en el ciclo productivo y en la vida de los trabajadores, la amplia transformación en el campo de las comunicaciones dirige las grandes mutaciones culturales y sociales de hoy»⁴⁵.

Estas tecnologías de la información han provocado una auténtica revolución en el ámbito de la configuración de la opinión pública. En la sociedad de red, la información es la materia prima no sólo de la producción económica, sino de la organización social y su gobernanza. «La revolución tecnológica centrada en torno a la información ha transformado nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de gestionar, de comunicar, de vivir, de hacer la guerra y de hacer el amor»⁴⁶.

Esto provoca un desajuste entre lo simbólico y lo material. Lo simbólico es la cultura de la sociedad que evoluciona de una manera rapidísima, y lo material es el sistema económico y político que avanza muy lento y con muchas dificultades para adaptarse, ya no para ponerse al mismo ritmo, sino incluso para llegar a entenderse entre ellos. Y plantea múltiples interrogantes que tratan de establecer el equilibrio entre el flujo masivo y veloz de la información y los derechos fundamentales de los individuos, en temas como la propiedad de los medios de comunicación, el almacenamiento de datos, especialmente aquellos de naturaleza personal, el anonimato, la importancia del espacio físico del mensajero frente a la localización de los servidores, y también sobre la naturaleza de la verdad y su exigibilidad jurídica y práctica.

Aunque la novedad tecnológica principal es doble: internet y el móvil, dentro de su ecosistema anidan herramientas complementarias como las redes sociales y sus algoritmos que condicionan las dinámicas informativas y sociales e introducen una serie de novedades a esta realidad clásica.

3.1.a. Ficción y realidad

Esta transformación que estamos describiendo ocurre dentro del contexto digital, pero tiene consecuencias mucho más amplias. Durante mucho tiempo lo digital se ha entendido como un mundo más falso, menos verdadero, separado del mundo real; como si el mundo *online* no fuera más que un reflejo distorsionado del mundo *offline*, como en el mito de la caverna de Platón.

⁴⁵ Benedicto XVI, Mensaje para la XLV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 2011. Disponible en: https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day.html (consultado 25/01/2018)

⁴⁶ Castells, M. (1999) *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Volumen III. Alianza Editorial. Madrid. Pág. 13

Este no es un pensamiento aislado. Son muchos los que todavía entienden que lo que sucede en internet no es del todo real, que como en Las Vegas, lo que pasa en internet se queda en Internet, y, por lo tanto, las consecuencias sociales afectan a aquellas personas que «viven» en internet, *millennials*, nativos digitales..., y al resto, que lo utilizamos como podemos, no nos ha cambiado profundamente la vida. Sin embargo aun en aquellos que no hayan utilizado nunca internet, las consecuencias de la tecnología en sus vidas son reales, afectan de manera directa su trabajo, afectan a la opinión pública, y han cambiado ya la forma de pensar y de comportarse del mundo que les rodea. Lo virtual es real, en ocasiones más real que la vida misma, al incidir de manera determinante en las percepciones, y en los comportamientos que estas generan.

En esta combinación entre lo virtual y lo presencial aparece un tercer invitado, la ficción, que compite con las anteriores en su influencia en la creación de percepciones. Un buen modelo de esta ruptura entre la ficción y la realidad la tenemos en la estrategia de comunicación de DAESH y el uso de la misma con una imitación consciente del estilo de videojuegos y superproducciones de éxito que generan gran atención y atractivo, además de presentar una imagen más humana del terrorista y una imagen despersonalizada de las víctimas⁴⁷, mientras los medios de comunicación tradicionales se resisten a reflejar en toda su crudeza las consecuencias de su barbarie.

Esto otorga un papel clave a los personajes públicos, que descubren como sus personajes de ficción adquieren vida propia resultando aún más influyentes que los «actores» que los encarnan, y generando una confusión que nos lleva a una nueva pregunta ¿qué ocurre cuando miente un personaje de ficción? ⁴⁸

Algo similar ocurre con el humor, y su inmensa capacidad de construir percepciones, que se manifiesta por ejemplo en la creación de cuentas de réplica a personajes públicos desde el humor, que afectan directamente la imagen del imitado y en ocasiones llegan a confundir al público, incluyendo a los medios de comunicación⁴⁹.

La demolición de estas fronteras entre lo real y lo irreal, genera nuevas dudas como si se pudiera imitar la realidad para contarla, cuando no se ha llegado a tiempo para cubrirla, o si se pudiera «adornar» para transmitir una imagen más real de la realidad a los que no están presentes.

⁴⁷ Lesaca, J. (2017). *Armas de seducción masiva*. Península, Atalaya.

⁴⁸ El apoyo de Kevin Spacey, o de su encarnación del Presidente de los Estados Unidos en la serie *House of Cards*, provocó una gran polémica. El Caso del luchador de wrestling Hulk Hogan llegó a los tribunales norteamericanos, logrando una sentencia favorable basándose en la distinción entre las actuaciones del personaje de ficción, dentro y fuera del cuadrilátero, y la persona que lo representaba.

⁴⁹ En las distintas redes sociales abundan las cuentas falsas que, advirtiendo o no de su carácter de parodia, crean un estereotipo del personaje al que imitan utilizando habitualmente el humor. Algunas de ellas terminan teniendo más seguimiento que las cuentas verdaderas del personaje al que parodian. En la política española han destacado, por ejemplo, @EspeonzaAguirre o @NanianoRajoy.

3.1.b. El peso de la imagen

En este nuevo ecosistema la imagen adquiere mayor protagonismo, sumando nuevos ingredientes a los efectos que denunciara Giovanni Sartori en su *homovidens*⁵⁰. Las imágenes son la materia prima principal de la transmisión de información. Estas imágenes, se reciben de forma pasiva. Mientras que la asimilación de una palabra requiere del conocimiento de un lenguaje y de una lengua, la imagen, por su parte, se procesa automáticamente: se ve, y con eso es suficiente. El hombre se convierte en receptor pasivo, incapaz de transformar los impulsos audiovisuales, que recibe pasivamente en los conceptos subyacentes a las imágenes. Su capacidad para comprender se va atrofiando, pues su mente crece ajena al concepto, sumergido entre colores, formas, secuencias y ruidos de fondo, que para formarse necesita de la cultura escrita y el lenguaje verbal. El conjunto de estos factores impide la transformación de la información en conocimiento, de las imágenes en conceptos, en ideas, dificultando enormemente la noble tarea de pensar.

El progresivo debilitamiento de la capacidad de abstracción provocado por esta situación, hace que las personas reciban infinidad de noticias, perplejas ante la falta de una estructura sobre la que configurar esa información, sin un «plano intelectual» en el que ir situando los ladrillos de la experiencia diaria. El *homo sapiens*, un ser caracterizado por la reflexión, por su capacidad para generar abstracciones, es cada vez más *homo videns*, una criatura que mira pero que no piensa, que ve pero que no entiende.

Esta cultura audiovisual está cambiando incluso la forma de recepción del texto escrito. Este pasa a ser recibido de manera diferente, su función no pasa de la de explicar algo que se experimenta como imagen, que en ocasiones no se corresponde con las imágenes del suceso, pero al acompañar la narración lo rodean de una serie de connotaciones, positivas o negativas, según la intención. Las palabras se convierten en imágenes que, como el resto de la información, son procesadas de manera inmediata en lugar de reflexionar sobre ellas y resultan a todas luces insuficientes para informar a la no informada opinión pública general⁵¹.

Cuando la información se ve reducida a estímulos que afectan al receptor⁵², el hombre reacciona cada vez más ante la persuasión y cada vez menos frente a la información. El protagonismo de la imagen genera además una dificultad importante para explicar conceptos complejos que requieren de abstracción. Los estímulos ante los cuales responde son casi exclusivamente audiovisuales, y gozan de la presunción de veracidad, pero sólo reacciona ante aquellas imágenes que entre un millón consiguen

⁵⁰ Sartori, Giovanni. (1989) *Homovidens*, Taurus.

⁵¹ En este punto sería necesario reconsiderar la famosa frase de E.M. Foster según la cual: «Los libros están hechos para ser leídos (lo cual es enojoso pues lleva mucho tiempo); es el único modo de saber lo que contienen. Algunas tribus salvajes los comen, pero en Occidente la lectura es la única técnica de asimilación conocida».

⁵² Schwartz, Tony. (2001) *La respuesta emocional*. Ed. Liderazgo democrático 2. Quito.p. 37.

provocar en él alguna reacción; el hombre no puede evitar convertirse cada vez más en un ser sentimental. De ahí que las «fake news» suelen ser «noticias con contenido cargado de tensión, puestas en circulación sin garantías (...) y que se legitiman con una autoridad aparente»⁵³. En los rumores, el contenido emocional tiene mayor importancia que el factual provocando acciones emocionales, normalmente de odio o calumnia.

Como consecuencia de todo lo anterior, la difusión masiva de imágenes ha contribuido decisivamente al éxito de las «fake news», al dar una apariencia de infalibilidad a la información⁵⁴. La comunicación se convierte en espectáculo premiando los conceptos simples, los titulares engañosos, todo aquello que atrae la atención (el *clickbait*) aunque pueda resultar reduccionista. En el ecosistema de la posverdad prima la forma sobre fondo, las imágenes sobre las ideas, la búsqueda de respuestas simples, que dividen el mundo en blanco o negro, en sí o no, y no admiten matices.

3.1.c. La distorsión de la realidad

Otro elemento que distorsiona la transmisión de información es la mezcla de opinión con información o, lo que es peor, la costumbre de disfrazar la opinión de información, a través de técnicas tan simples como la de adjetivación en informaciones basadas en hechos. Borrar la línea divisoria entre los distintos tipos de verdades es una de las muchas formas que la mentira puede asumir. Al poder exigir sólo la verdad a la verdad lógica, la de los hechos, que se presentarían inmunes a la subjetividad de las interpretaciones, la opinión transmitida como hechos se arroga la presunción de veracidad que se otorga a los hechos que «están más allá de acuerdos y consensos, y todo lo que se diga sobre ellos —todos los intercambios de opinión fundados en informaciones correctas— no servirá para establecerlos. Se puede discutir, rechazar o adoptar una opinión inoportuna, pero los hechos inoportunos son de una tozudez irritante que nada puede conmovir, exceptuadas las mentiras lisas y llanas»⁵⁵. La opinión además de estar fundada en hechos deberá respetar los principios de la lógica. Tomar hipótesis por axiomas, y llegar a conclusiones, supuestamente

⁵³ Dovifat, E. (1980) *Política de la información*. EUNSA, Pamplona. P. 406

⁵⁴ Ana Tudela nos recuerda en «Comunicación Propaganda y "fake news": con nosotros mucho antes de la tecnología» https://retina.elpais.com/retina/2017/12/28/tendencias/1514460844_757457.html (consultado 25/01/2018) como «Las imágenes del cormorán agonizante embadurnado en petróleo emitidas y publicadas durante la Guerra del Golfo de 1991, desatada tras la invasión de Kuwait por Irak, eran un montaje que encajaba como un guante en el relato sobre el ecoterrorismo practicado por Saddam Hussein. No era posible que las cámaras de televisión de la ITN ni de la CNN hubieran podido grabar las aves mientras estaban allí los iraquíes, ni hay crías de cormorán en enero en el Golfo Pérsico, explicarían los ornitólogos cuando medios como el francés L'Événement du Jeudi o el italiano Il Manifesto se encargaron de hacer fact-checking a aquellas imágenes que habían dado la vuelta al mundo.»

⁵⁵ Arendt, H. (1993) «Verdad y política», en *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*, Península, Barcelona. Pág. 253

objetivas, sobre esa base hipotética es otra técnica habitual de desinformación. De ahí que la libertad de opinión se convierta en una farsa cuando se confunden los hechos con la pura opinión o se convierten hipótesis en axiomas.

Dentro del proceso de representación de la realidad la perspectiva es un mecanismo no sólo habitual sino necesario. Sin necesidad de caer en la cita habitual del poeta español sobre «el color del cristal del que se mire» es un hecho que la recepción de la realidad, y por tanto su transmisión posterior, depende del enfoque: cerca, lejos, con filtro, total, parcial... Esto genera un tipo de noticia condicionada no sólo por la subjetividad del emisor sino también por la intención del mismo. No se trata únicamente de la selección de hechos, ignorando aquellos desfavorables, sino la manipulación de los mismos para presentarlos como apoyo de la posición del periodista, el editor, o cualquier otro emisor. Ofrecer la integridad de unas declaraciones, o sólo una parte de la misma, o acompañar una noticia con imágenes que apoyan la postura del editor aunque no se corresponda con lo sucedido (una cara de desagrado, única entre decenas de imágenes sonrientes o la foto del Presidente del Gobierno, mientras se informa de la condena por corrupción de un miembro de su partido, aunque la noticia no esté relacionada directamente con el).

En la misma línea se sitúa el del *framing*, o efecto encuadre, en el que la percepción se construye en función del punto de vista que enmarca el tratamiento del asunto. Lo que lleva a seleccionar determinadas palabras que encajan y refuerzan esos encuadres, los marcos mentales que orientan la vida intelectual, volitiva y sentimental de forma precisa aunque inexpresa⁵⁶.

Lo mismo ocurre con la reducción analógica, que reduce una realidad a uno sólo de sus componentes: atribuyendo a un grupo los defectos de sus miembros o a una persona todos los defectos de un grupo, o la generalización de un suceso aislado, convirtiendo la anécdota en categoría. El confundir entre la parte por el todo, presente habitualmente en el uso de términos generales como clase, raza o pueblo, también es un mecanismo eficaz de desinformación.

El efecto de la repetición también contribuye a la apariencia de veracidad. Si bien según distintos estudios realizados a finales de los 70 la cantidad de información no era determinante en la formación de la opinión pública, y pesaba más en el receptor la fidelidad de la fuente y la calidad de los datos incluidos en la información, la confusión existente respecto a la autoridad de las fuentes, y el desconcierto antes la selección de los datos refuerza el papel de la repetición. La repetición lleva a la retención, y una vez retenido, el contenido acaba siendo asimilado desvinculado de la fuente original, y distribuido como algo propio.

Todos estos mecanismos de manipulación resultan reforzados por las nuevas dinámicas de la comunicación. La brevedad, característica de las redes sociales, el peso de la imagen, o la facilidad de redifusión favorecen el uso de estas técnicas distorsionadoras de la realidad.

⁵⁶ Lakoff, G. (2004) *Don't think an elephant*, Chelsea Green Publishing.

3.1.d. Los tiempos

Otro de los elementos que contribuyen al éxito de las «fake news» es la nueva concepción del tiempo. En el terreno de la información los tiempos periodísticos, de un día para otro, o televisivos, de un telediario al siguiente, han sido sustituidos por una actualización permanente que en ocasiones, en busca de atraer tráfico en la batalla por la atención, intenta anticiparse a la realidad⁵⁷, para llegar a un público en busca de respuestas inmediatas que olvida la realidad como proceso que se va haciendo, y ansioso de conocer y dar a conocer las noticias en tiempo real, teniendo muy en cuenta los efectos que esa difusión tendrá sobre la propia imagen.

Esto hace que la información se elabore según se va produciendo, sin las comprobaciones y la reflexión necesaria, y se distribuya de manera automática, en función del titular o la imagen que la encabeza y la fuente a través de la que la hemos recibido, pero sin tiempo de consultar, ni si quiera, su contenido. Generando una dinámica donde prima la velocidad y provoca ciclos informativos que muchas veces no llegan a un día, y agotan determinadas informaciones, antes de que se publiquen en la prensa escrita del día siguiente.

El problema de esta inmediatez es que deja huella. Si el almacenamiento de la información y su archivo hacía de la información algo pasajero, limitando su impacto a ciclos informativos de un par de días, la capacidad de almacenamiento, que es infinita, y su disponibilidad, accesible en segundos desde cualquier sitio, hace posible que cualquier declaración sea puesta en evidencia. Siendo también estas contradicciones objeto de difusión masiva, y en ocasiones, ante la ausencia de contexto, objeto de «fake news».

3.1.e Transparencia y exceso de información

Junto a la velocidad tenemos que hablar de la aceptación obligada de la transparencia. Vivimos en un mundo transparente donde, querámoslo o no, todo lo que hacemos se sabe. Es inútil, casi imposible tratar de evitar que un hecho se conozca, y hasta los actos más íntimos se acaban haciendo públicos. Retoma actualidad ese pasaje evangélico en el que se nos advierte que «No hay nada oculto que no vaya a ser desvelado»⁵⁸, ahora en tiempo real.

La información deja de ser un bien escaso a disposición de unos pocos privilegiados para convertirse en una *commodity* a la que todo el mundo tiene acceso. Sobre cada acontecimiento, sobre cada realidad, se generan de forma instantánea millares de

⁵⁷ En España a la costumbre habitual, especialmente de Wikipedia, de dar por muertos a personas que gozan de buena salud, añadimos la particularidad de haber incinerado a una de ellas, la enfermera del Ebola, que se recuperó estupendamente del trance.

⁵⁸ Evangelio de Lucas 8:17, Evangelio de Marcos 4:22, Evangelio de Mateo 10:26

análisis, de opiniones, de versiones, de datos que tratan de darles sentido, que además se van acumulando, de forma más o menos caótica, en las redes de información, y se distribuyen con una capilaridad casi infinita a través de los variados terminales a los que los ciudadanos están conectados. El receptor tiene gran capacidad para acceder rápidamente a infinitas fuentes de información, recibe una cantidad de información y de canales muy superior, y selecciona ésta en función de impulsos rápidos, no siempre razonados, que no suelen implicar una reflexión posterior.

Además no existe una relación directa entre la calidad de la comunicación y la cantidad de información. Poner muchos datos sobre la mesa no es sinónimo de transparencia es más, habitualmente en el contexto actual, el exceso de información acaba dificultando la comunicación. A pesar de la abundancia de información siguen existiendo realidades opacas, que logran pasar desapercibidas por las dificultades que tiene su observación y se benefician de una atención dirigida a otras realidades más llamativas y de las que resulta más sencillo obtener información. Revel señalaba que «La abundancia de información se relaciona menos con la importancia del acontecimiento, que con la facilidad de observarlo»⁵⁹, y su espectacularidad (añadiríamos nosotros). Los datos resultan insuficientes, llegando a convertirse incluso en fuente de desinformación ocultando la realidad que se pretende mostrar u ofreciendo una visión diferente. Una de las formas más sutiles de la posverdad es la transparencia radical. En épocas de sobreinformación la verdad supone no tanto contar todo como hacerlo de una manera clara, una claridad que sólo se puede lograr ofreciendo un contexto, convirtiendo los datos en historias, «procesando» los datos y entrando una vez más en la necesaria «representación» de la realidad, y en los riesgos advertidos anteriormente.

En la era de la información en *streaming* nada es lo que parece en un primer momento, ya que siempre se puede contar con más información que matiza, que da una nueva visión, que aporta nuevos datos, que los contrasta con otros ya existentes.

El resultado es una auténtica saturación de información, en la que ganarse la atención, la preferencia frente a otros estímulos emocionalmente relevantes, se vuelve imprescindible.

Este entorno de verdadero diluvio informativo provoca la relativización de los hechos y de los datos y hace que mostrar hechos para corregir errores de información no sea suficiente para corregir estos errores.

3.1.f. La percepción y las disonancias cognitivas

La comunicación se realiza en la percepción, las formas de recibir y procesar la información recibida por parte del receptor que Daniel Kahneman⁶⁰ distingue fun-

⁵⁹ Revel, J.F. (1983) *Comment les démocraties finissent*, Grasset. Págs. 163-165.

⁶⁰ Kahneman, D. (2015) *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

damentalmente en dos formas. La primera sería un sistema rápido, instintivo, emocional; y la segunda mucho más lento, deliberativo y lógico. Las tecnologías de la información han alterado de manera radical el equilibrio entre estas formas de percepción⁶¹. El pensamiento emocional se construye en torno a atajos lógicos, conocidos como sesgos cognitivos, un efecto psicológico que desvía el proceso mental para distorsionar las interpretaciones llevándolas a juicios inexactos, conclusiones ilógicas e irracionales. Estos sesgos, o falacias, se corresponden con la intuición y afectan a nuestras acciones y toma de decisiones.

El sentido de la percepción viene determinada además por las circunstancias del individuo receptor, que condiciona la selección de los estímulos recibidos. Como señala Llano: «al fundamento de la realidad no se puede acceder de manera automática, por la mera aplicación de un método racional. Tal acceso requiere un trabajo de aprendizaje que se alimenta de una larga tradición de pensamiento»⁶². Además de por el contenido, el significado de nuestra comunicación vendrá determinado por lo que el receptor arranca de sus experiencias previas ante los estímulos de nuestro mensaje. El mensaje ya no es el punto de partida sino el producto final al que se llega, tras considerar el efecto y el entorno en el que la gente experimentará nuestros estímulos. Como señala Schwart «el público deja de ser objetivo para ser una fuerza de trabajo, su feedback se convierte en parte del mensaje»⁶³, la teoría de la resonancia de la información hace depender la eficacia del mensaje del entorno en el que se recibe. La información actúa siempre sobre el mapa de sentimientos que tenemos construido en nuestro interior, y en función de estos parámetros produce una reacción de adhesión o rechazo, con distinta intensidad. De esta manera las ideas serán la base del comportamiento deliberado mientras que las creencias facilitarán un comportamiento semi-reflexivo,

En primer lugar de su entorno psíquico que condiciona la comprensión, y provoca reflejos condicionados. La búsqueda de seguridad nos lleva a juzgar los hechos y filtrarlos según se ajusten o no a nuestra teoría previa, hasta el punto que nos planteamos si realmente nos gusta la verdad o estamos deseando, necesitando, que nos mientan. Arendt decía que «Las mentiras resultan a menudo mucho más verosímiles, más atractivas para la razón, que la realidad»⁶⁴. Esto también tiene una explicación lógica. Los hechos y los datos son seleccionados, a la carta, de tal modo que nos quedamos con aquellos que refuerzan nuestra posición y sirven para atacar la contraria. De esta manera se simplifica la realidad, buscando respuestas simples, incluso binarias que ayuden a afrontar la complejidad.

⁶¹ Carr, Nicholas. (2011) *The Shallows. What the internet is doing to our brains*. W. W. Norton & Company.

⁶² Llano, A. (1996) «Claves filosóficas del actual debate cultural», Humanitas, 4. Santiago de Chile.

⁶³ Schwartz, Tony. (2001) *La respuesta emocional*. Ed. Liderazgo democrático 2. Quito.p. 17.

⁶⁴ Arendt H. (2017) *Verdad y mentira en política*, Página Indómita. Citado por Daniel Gascón en Hannah Arendt y la verdad y la mentira. Disponible en: <http://www.lettraslibres.com/espana-mexico/politica/hannah-arendt-y-la-verdad-y-la-mentira> (consultado el 25/01/2018)

Así la posverdad busca reforzar la fuerza apelativa del lenguaje para que, presentando las cosas como hechos, el receptor no pueda formar juicio propio, y acepte la realidad tal y como le ha sido transmitida. Y lo hace apelando al sentimiento, en la esfera de lo instintivo y lo afectivo, cambiantes e influenciados según la dirección de la imaginación.

La tecnología ha provocado la abundancia de información y facilitado el acceso a la misma, provocando por un lado el consumo aleatorio, no lineal de la información y permitiendo seleccionar las fuentes, directas o indirectas, institucionales o personales, de las que se recibe información. Creamos nuestro propio ecosistema informativo, un mundo muy personal, paralelo a otros mundos personales y terreno propicio de la posverdad. Un ecosistema formado por informaciones autoreferenciales que conservan, en el mejor de los casos la coherencia interna pero que no requieren ningún tipo de coherencia con textos anteriores, ni muchos menos con la realidad, provocando además la percepción de que todos aquellos que no comparten nuestro ecosistema informativo, lo hacen profundamente sesgados.

La pluralidad de los medios de comunicación, que tradicionalmente se han contemplado como un espacio de encuentro y garantía de objetividad, generan una falsa impresión de estar informados. Esta parcialidad provoca una especialización en el conocimiento. Cuando uno se fija sólo en una parte de la información puede seleccionar dentro de la misma de una manera parcial, lo que le impide tener una visión general del problema, imprescindible para conocer la realidad del mismo.

Nunca han existido tantas posibilidades de acceso a la información... todas al servicio de reforzar las propias ideas, potenciando el sesgo de la confirmación, en el que se presta atención y credibilidad a la información que alimenta las creencias propias. Como hemos visto este mecanismo, humano y, como tal, universal, se viene reforzando como consecuencia de la ampliación de opciones entre los medios de comunicación que nos permite elegir aquellos más afines a nuestras creencias, pero además viene a reforzarse con herramientas de comunicación personal como *whatsapp* o las redes sociales, cuyo algoritmo detecta estas preferencias y nos las ofrece con mucha más frecuencia, reforzando nuestro conocimiento y adhesión a aquellas comunidades más afines⁶⁵. Así, a pesar de la pluralidad de opciones, que construye una falsa imagen de apertura del debate, pese a existir más información alternativa que nunca, no accedemos a ella o lo hacemos convencidos de su poca credibilidad. El sesgo anclaje provoca además, el prestar atención a un solo elemento, y descartar el resto, a la hora de configurar una opinión y tomar las consiguientes decisiones, lo que podríamos denominar la verdad a la carta. Podemos ignorar los hechos que no nos gustan y optar por narrativas personalizadas. Seleccionamos toda la información, incluidas las correcciones, para mostrar que estamos en lo

⁶⁵ O'Neil C. (2016) *Weapons of Math Destruction: How Big Data increases inequality and threatens democracy*. Random House.

correcto y que nuestros adversarios están equivocados⁶⁶. Esto se produce incluso en los casos de información verificada, que se comparte con mucha más frecuencia cuando refuerza creencias previas que cuando las cuestiona⁶⁷. Cuando los datos están de nuestro lado, los hacemos públicos. En cambio, cuando nos contradicen, los rechazamos o los ignoramos. Difícilmente le diremos al mundo que estábamos equivocados y creíamos en fantasías.

El entorno social también condiciona la recepción de la información, destacando aquello que nos identifica con el grupo y ocultando lo que perjudica, o no coincide, con la posición del grupo. Se habla así del efecto *bandwagon*, basado en la necesidad de pertenencia y la vergüenza por no ser como los demás. De esta manera confiamos en el dato aceptado mayoritariamente, contribuyendo así a la formación de una cámara de eco donde las opiniones se refuerzan mutuamente. Este efecto *bandwagon* suele alimentarse de la falacia de las encuestas, que bajo la apariencia de los datos, esconden una dependencia absoluta de cuánto, cómo y a quién se ha preguntado.

3.1.g. Fragmentación y polarización

Este sesgo de la confirmación genera una fragmentación entre burbujas informativas⁶⁸, de mundos informativos paralelos, que dificulta la existencia de espacios comunes de debate. Frente a la opinión pública entendida como un entramado de relaciones comunicativas de diverso género desarrollada en distintos foros, que sustentaba la sociedad, asistimos a un proceso de reducción de una esfera pública general de la que todos formamos parte, hacia pequeños bloques tremendamente movilizados pero muy aislados entre sí, lo que David Roberts ha denominado como la era de las «epistemologías tribales»⁶⁹.

La posibilidad de comunicar y de informarse de manera selectiva, casi personalizada, fundamentalmente a través de la tecnología y de las redes sociales, va generando microcomunidades que tienen muy poca relación entre sí. Se trata de grupos cerrados, de convencimiento mutuo, donde la confirmación provoca la perseverancia de las creencias, y la consiguiente sospecha ante cualquiera que defienda puntos de vista diferente, aunque sustente sus afirmaciones en hechos objetivos. A esto se añade la costumbre de compartir de manera acrítica la información recibida dentro

⁶⁶ Sunstein, C., Scala, A., Quattrocio, W. (2016) *Echo chambers on facebook*. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=2795110> (consultado el 25/01/2018)

⁶⁷ Shin, Jieun, Thorson, Kjerstin (2017) «Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media». *Journal of Communication*. Vol 67. Disponible en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcom.12284/full> (consultado el 25/01/2018)

⁶⁸ Parisier, Eli. (2011) *The filter bubble*. The Penguin Press. New York.

⁶⁹ Robert, David. (2017) «Donald Trump and the rise of tribal epistemology». Disponible en: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/3/22/14762030/donald-trump-tribal-epistemology> (consultado el 25/01/2018)

del grupo⁷⁰. Una mentira repetida cien veces en las redes sociales se vuelve realidad en su círculo de confianza. Nunca ha sido más fácil entender lo que piensan los demás y, a pesar de esto, nunca se ha practicado menos, debido a que, así como es más fácil que nunca conocer la intención de los otros, también es más fácil reforzar la percepción propia y, al final, uno tiende a hacer lo más cómodo: tratar de informarse a través de gente que tiene un pensamiento afín. Esto provoca una percepción falsa de la realidad. Cuando uno se comunica siempre con los mismos y habla de lo mismo, corre el riesgo de acabar viendo la realidad de manera deformada o contraria a como es.

Estas microcomunidades autoreferenciales provocan una necesidad de destacar dentro de grupos uniformes que fomenta las posiciones más radicales y una falta de diálogo que dificulta la empatía, la posibilidad de conocer y ponerse en el lugar del otro⁷¹. La suma de estos dos elementos alimenta la polarización y permite el establecimiento de un pensamiento único, al menos en los grupos cerrados que terminan por silenciar y expulsar al disidente. La relación entre ecosistemas informativos diferentes termina provocando el choque entre los mismos, y este choque retroalimenta la polarización, al desgastar las posiciones radicales de unos y otros la credibilidad, alimentando a su vez el discurso radical del otro⁷².

3.1.h. La hiperconexión y los actores de la comunicación⁷³

Las fuentes de información, tradicionalmente concentradas en los medios de comunicación, son otro de los campos que sufre el impacto de las Tics. Esta tecnología no afecta sólo a la distribución de información, la fase de audiencias, sino que impacta con fuerza en todo el proceso comunicativo, que consiste en recabar, almacenar, ordenar y distribuir información. Este impacto afecta entre otros al papel del ciudadano que deja de ser mero receptor de la información generada por otros para ocupar un papel relevante desde el inicio del proceso, la captación de información, hasta su distribución final, cuestionando el aforismo tradicional según el cual en comunicación «todo era para el lector pero sin el lector», el despotismo informativo.

La facilidad de creación de fuentes de información y la entrada de los ciudadanos en el proceso informativo multiplica el número de fuentes. El procedimiento informativo

⁷⁰ Según la revista Forbes un 59% de las noticias compartidas en las redes se transmiten SIN ser leídas previamente. Disponible en: <https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2016/08/08/59-percent-of-you-will-share-this-article-without-even-reading-it/&refURL=https://t.co/9QQBhdD9VR&referrer=https://t.co/9QQBhdD9VR#ce573742a648> (consultado el 25/01/2018)

⁷¹ Sunstein, C. R. (2002). «The law of group polarization». *Journal of political philosophy* 10, 175-195.

⁷² <https://www.buzzfeed.com/charliewarzel/2017-year-the-internet-destroyed-shared-reality> (consultado el 25/01/2018)

⁷³ Arrese, A. (2016). «Política post-factual y sociedad post-mediática». *Nuevas Tendencias*. (97), 8-14.

sufre como muchos otros sectores los cambios en los modelos de intermediación. Más fácil, más accesible sin dependencia de los tradicionales *gatekeepers* y los reguladores.

Hay demasiadas fuentes, demasiados métodos de análisis y se carece de referencias de autoridad que sean aceptadas como intérpretes de la complejidad, que pasa a ser sospechosa. Esta abundancia y diversidad hace que se produzca una generalización que atribuye a los medios una pérdida de su carácter referencial y de autoridad. A esto contribuyen también los errores de los medios tradicionales, que como consecuencia de la inmediatez del procedimiento informativo, ya comentada, la confusión de las fuentes y han cometido errores que desgastan el prestigio menguante de los medios⁷⁴.

De esta manera se unen a los medios, en ocasiones en términos de igualdad, los individuos. Se crean así espacios personales de información, en los que el ciudadano acaba cobijándose, ante el diluvio de contenidos, en un reducido y manejable, confiable y seguro universo informativo dominado por las relaciones con sus más cercanos, desde el punto de vista personal, profesional, ideológico, etc

Los ciudadanos hiperconectados con el mundo pero especialmente entre sí, al difundir de manera sencilla y masiva información, se convierten en protagonistas de la comunicación, poniendo en cuestión el concepto diferencial del medio de comunicación. Las personas se informan cada vez más en internet, un 46% de los ciudadanos de la Unión Europea siguió las noticias por redes sociales durante 2016⁷⁵, y, cuando lo hacen, no distinguen entre las fuentes originales de la información⁷⁶ otorgando mayor credibilidad, con mucha diferencia sobre el resto a la información recibida de familiares y amigos, con un 79%. Después, se ubica la opinión de los expertos académicos (72%), y luego, la de los empleados de una empresa (60%), y las empresas cuyos servicios se utilizan (59%). Por debajo del 50% estaría la información recibida de un periodista (48%), un CEO (43%), una personalidad conocida en el mundo online (42%)⁷⁷, o los famosos (29%)⁷⁸.

⁷⁴ El Presidente Trump ha utilizado algunos de estos fallos, reales o aparentes, para otorgar sus premios a las fake news: https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-01-18/trump-fake-news-awards-noticias-falsas-premios_1508101/ (consultado el 25/01/2018)

También se puede consultar, como ejemplo, <https://theintercept.com/2017/12/09/the-u-s-media-yesterday-suffered-its-most-humiliating-debacle-in-ages-now-refuses-all-transparency-over-what-happened/> (consultado el 25/01/2018)

⁷⁵ Reuters Institute Digital News Report 2016, disponible en: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%20News%20Report%202016.pdf> (consultado el 25/01/2018)

⁷⁶ Según el informe «I saw the news on Facebook» del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, en 2017 más de la mitad de los británicos se informaron a través de las redes sociales. Y de esa mitad, más del 50% no recuerda correctamente las fuentes de la información.

⁷⁷ El uso de influencers tampoco es nuevo. En la I Guerra Mundial el gobierno británico desarrolló un programa para influir en la opinión pública a través de personajes populares del mundo de los medios, la política y los negocios y presionar así al gobierno de Estados Unidos y lograr que abandonase la neutralidad y se involucraría directamente en guerra, bajo la premisa de que «es mejor influir en aquellos que pueden influir en otros que dirigirse directamente a la masa de la población».

⁷⁸ Edelman Trust Barometer 2016.

El peso que adquiere la comunicación interpersonal, a través de las redes sociales, ha provocado la creación masiva de *bots*, cuentas anónimas y automatizadas, y cuentas falsas que actúan como individuos en las redes y sirven para aumentar la distribución masiva de determinada información, buscando crear una corriente de opinión, de aceptación o rechazo a determinadas personas o ideas, de manera artificial⁷⁹. Esta apariencia de mayoría genera un efecto arrastre o *bandwagon*, provocando la aceptación de aquellas ideas compartidas por una aparente mayoría. Esto genera un comportamiento gregario, que pone a un lado la responsabilidad personal y la subsume en una supuesta voluntad colectiva. Genera un efecto imitación y de negación de la discrepancia. La redundancia desinformativa, especialmente cuando es acogida por los medios de comunicación, se constituye como «creencia», una base incuestionable cuya negación supone el riesgo de ser descalificado.

Como hemos visto, existen herramientas al alcance de todos, de fácil manejo, cuyo uso se ha generalizado, que permiten una distribución masiva de la información repercutiendo, así, en la descentralización informativa. Sin embargo, «la propaganda sigue estando en manos de quien realmente puede hacerla, ya sean Estados, gobiernos, grupos de poder. (...) La propaganda solo es efectiva si se hace de forma profesional y quienes tienen capacidad de hacer propaganda no son los individuos, son las organizaciones, ya sean estatales o de otro tipo»⁸⁰. Aunque la tecnología ha empoderado al individuo y ha acelerado el intercambio de ideas no sólo no ha redistribuido el poder sino que lo ha concentrado en muy pocas manos.

4. VERDAD Y DEMOCRACIA

La relación entre verdad y democracia no es sencilla. No se trata sólo, como hemos visto, que la política democrática considere aceptables ciertas dosis de mentira en pro de un valor superior, la libertad de opiniones. También los regímenes autoritarios tienen poco respeto por la verdad, porque no admite ser manipulada. Como apunta Arendt: «Vista con la perspectiva de la política, la verdad tiene un carácter despótico. Por consiguiente, los tiranos la odian, porque con razón temen la competencia de una fuerza coactiva que no pueden monopolizar, y no le otorgan demasiada estima los gobiernos que se basan en el consenso y rechazan la coacción»⁸¹.

Existe toda una tradición en esa misma línea que justifica la necesidad de que el gobernante mienta al pueblo sobre los fundamentos de la vida común, por el propio

⁷⁹ <http://agendapublica.elperiodico.com/desde-rusia-bots/>

⁸⁰ Sapag M., Pablo (2017): «Siria en perspectiva. De una crisis internacionalmente mediatizada al histórico dilema interno», Madrid, Ediciones Complutense, citado por Tudela, Ana «Comunicación Propaganda y “fake news”: con nosotros mucho antes de la tecnología» https://retina.elpais.com/retina/2017/12/28/tendencias/1514460844_757457.html (consultado 25/01/2018)

⁸¹ Arendt, H. (1993) «Verdad y política», en *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*, Península, Barcelona. Pág. 253.

interés del pueblo, como una exigencia ineludible de la vida en democracia. La mentira no sería más que un medio admisible para lograr la paz y la seguridad, la estabilidad indispensable para que la democracia pueda alcanzar sus fines de defensa de las libertades y búsqueda del interés general.

Platón⁸² ya se refería a la «noble mentira», ocultar al pueblo aquellos aspectos injustificables del régimen político, como necesaria para garantizar la estabilidad de los sistemas políticos. Cuando, más recientemente, en 1778 el monarca prusiano Federico II convocó un concurso filosófico sobre la utilidad para el pueblo de ser engañado, el resultado de tan sorprendente convocatoria en la que participaron autores como Condorcet, también fue que era necesario no desvelar toda la verdad sobre la vida política⁸³.

Esta aceptación de la mentira va más allá de la necesidad de cierto grado de «elaboración» o «interpretación» de la realidad⁸⁴, que justifica la existencia de secretos de estado, los *arcana imperii*, que, como muestra el caso de *wikileaks*, cuando se desvelan pueden poner en peligro la vida de miles de personas⁸⁵. Algo similar ocurre con el secreto de sumario, que, entre otras cosas, permite evitar que se entorpezca la investigación judicial. O casos relacionados directamente con la comunicación del gobierno en situaciones como, por ejemplo, una crisis económica, en las que dar a conocer determinada información podría generar tal pánico que perjudicara a la sociedad de una manera contundente, e incluso irremediable.

Los Estados han procurado desde siempre el control de la información. No han dudado en crear una realidad paralela, o, cuando esto no era posible, recurrir a la censura y la clausura de los medios de comunicación, como Napoleón que, consciente de que «cuatro periódicos hostiles son más de temer que mil bayonetas», no dudó en cerrar 64 de los 73 periódicos existentes en Francia a su llegada al poder. La sacralización fetichista de las palabras ha constituido siempre el más cómodo mecanismo utilizado por los antidemócratas para, desde la mixtificación previa de la realidad, transformar luego, espuria e interesadamente, la lógica de la democracia en un razonamiento político esperpéntico. Los regímenes totalitarios son los que mejor han entendido que el que controla la semántica controla la realidad, y así lo resumía Stalin: «el arma esencial para el control político será el diccionario»⁸⁶. Desde la Dirección General de la Imprenta creada por Napoleón, no hay déspota que no haya otorgado a la comunicación un papel preponderante en su estructura de gobierno y no en

⁸² Platón (2006) *La República*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid,.

⁸³ Condorcet, Castillon, Becket. (1991) *¿Es conveniente engañar al pueblo? (Política y filosofía en la Ilustración: el concurso de 1778 de la Real Academia de Ciencias de Berlín)*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid.

⁸⁴ A esa pregunta hemos tratado de responder en Calleja, R. y Rubio, R. (2017) «Ética de la comunicación política» en «Ética de la comunicación política», en Sánchez Medero, R., *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Tecnos, Madrid.

⁸⁵ Bergareche, B. (2011): *Wikileaks confidencial*, Anaya, Madrid.

⁸⁶ Atribuido a Stalin en Tucker, R. *Stalin in Power: The Revolution from Above 1928-1941*, New York, 1990.

vano el principal medio de comunicación oficial del régimen soviético se llamaba precisamente Pravda (la verdad)⁸⁷.

«El verdadero fundamento de todo gobierno es la opinión de los gobernados»⁸⁸. Si esto es así de hecho para cualquier estructura de poder, resulta imprescindible para un sistema de democracia representativa. Esta representación, y así lo advierte Habermas sólo es explicable desde la publicidad⁸⁹. Como señala Pedro De Vega con acierto, «la representación burguesa no sería otra cosa que la traducción a nivel político y parlamentario de la opinión pública burguesa concebida como producto de la discusión entre particulares en el seno de la sociedad»⁹⁰. La comunicación no es algo accesorio, o incluso nocivo en su carácter maquillador de la realidad, especialmente a través de la propaganda, sino que forma parte esencial de la democracia. Todo el edificio democrático se apoya sobre la opinión pública, opinión que para ser tal debería ser verdaderamente autónoma y del público, y sobre esta opinión pública impacta especialmente la verdad.

5. CATALUÑA, BANCO DE PRUEBAS DE LA POSVERDAD

Pese a tratarse de un fenómeno global, el señalamiento de la posverdad como amenaza a la democracia se ha localizado con especial énfasis en determinados lugares. Las elecciones presidenciales norteamericanas del año 2016 o el referéndum para la salida del Reino Unido de la Unión Europea se convirtieron en un campo de batalla en el que la verdad resultó una víctima más. Son muchos los analistas que señalaron como, en ambos casos, la difusión masiva de mentiras pudo haber influido en el resultado final

La situación parece haberse repetido en Cataluña en los últimos meses. Además de en sede parlamentaria y judicial, el intento de independencia de Cataluña ha provocado una lucha por el relato, que no ha dudado en hacer uso de las técnicas de desinformación analizadas.

Según Aguilar y Tascón es posible detectar en el debate catalán una serie de sesgos sociales que explicarían la polarización «entre dos tipos de pensamiento no anclados en el rigor de los datos, es decir, que el dato económico, grave, potente, frío y racional, no pesase tanto como una frase emotiva, una historia personal o una fotografía bien pensada»⁹¹.

⁸⁷ Orwell en 1984 señala como una sociedad totalitaria «no puede admitir ni el registro de los hechos conforme a la verdad ni la sinceridad de emoción indispensable para la creación literaria»

⁸⁸ Venn Dicey, A. (1905) *Lectures on the Relation between Law and Public Opinion in England during the Nineteenth Century*, Pág. 3 cit. en Sartori, G. (2007) *¿Qué es la democracia?*, Taurus, Madrid.

⁸⁹ Habermas, J. (1999): «Tres modelos de democracia. Sobre el concepto de una política deliberativa», en *La inclusión del otro*, Paidós, Barcelona, Págs. 231-246.

⁹⁰ De Vega, Pedro (2017), en «Significado constitucional de la representación política», en *Obras escogidas de Pedro de Vega* (ed. Rafael Rubio), CEPC, Madrid, pág. 406

⁹¹ http://www.eldiario.es/zonacritica/Falacias-sesgos-politicos-Catalunya_6_723787641.html (consultado el 25/01/2018)

En el lado independentista destacaría el falso consenso, que lleva a sobreestimar el grado de acuerdo que los demás tienen con ellos, asumiendo que sus ideas están más generalizadas de lo que realmente están. Esto les lleva a generalizar, tomando la parte por el todo especialmente al referirse el pueblo catalán, con frases como «los catalanes quieren», o a los apoyos internacionales como cuando se anuncia que «Finlandia votará la semana que viene el reconocimiento de la república catalana», en lugar de señalar cómo el diputado finés Mikko Kärnä, apoyaba desde twitter la independencia. Buscando el efecto *Bandwagon*, sostenido a través de movilizaciones y medios de comunicación, que presenta la posición independentista como mayoritaria, a pesar de encuestas y resultados electorales.

La selección de un tema, ignorando todos los demás, también ha sido práctica habitual, destacando prácticamente sólo el hecho de la «guerra con España» evitando que otros elementos, como la economía, o el respeto a la legalidad, resulten ignorados a la hora de escoger.

Es claro que la imagen ha jugado un papel importante en esta labor de distorsión informativa. Por un lado con la descontextualización de imágenes, tanto las que circularon masivamente en la jornada del 1 de octubre para denunciar una actuación policial desproporcionada, y que más adelante se demostraron que pertenecían a otros momentos, e incluso a otros países, como las que se utilizaron para desvirtualizar las manifestaciones «unionistas» en las que aparecía una mujer con una camiseta de Franco o con banderas franquistas (obtenidas en sendos actos ultraderechistas celebrados en Madrid en 2015, y en Zaragoza en 2016) o fotos tomadas en Madrid, que se atribuyen a otra concentración⁹².

También se utilizó la descontextualización temporal, como el diputado del PDeCat que en octubre de 2017 mostraba una portada de *The Economist* ... de 2012, para ilustrar el rechazo de la prensa internacional a la celebración del referendun independentista. O el uso de imágenes de una manifestación de mineros... celebrada en Madrid en 2012, para denunciar la actuación policial.

También se han utilizado mentiras históricas como la que presenta la guerra de 1714 como una guerra de secesión⁹³, falsedades jurídicas, como el uso del derecho de autodeterminación, reservado a pueblos sometidos a dominación colonial, o hechos inexistentes, como la mujer que denunció que le habían roto todos sus dedos, que luego reconoció su mentira, o la existencia de 893 heridos, que contrasta con los dos atendidos por heridas graves y la inexistencia de hospitalizados, o el supuesto policía infiltrado que confirmó ser un activista pro-independencia o la entrada de los tanques en Cataluña... que nunca fue tal⁹⁴.

⁹² https://elpais.com/elpais/2017/10/08/hechos/1507484964_888438.html (consultado el 25/01/2018)

⁹³ Se ha llegado hasta la creación de un Institut y una Universitat de Nova Historia.

⁹⁴ Maldito Bulo, desarrolla una labor de supervisión y denuncia de las «fake news» que ha sido ampliamente recogido en los medios de comunicación.

La suplantación de personalidad, como la cuenta falsa de Inés Arrimadas que divulgó un tuit en el que pedía esconder unas supuestas banderas preconstitucionales en la manifestación y que fue compartido más de 200 veces⁹⁵, también se ha utilizado como forma de distorsión informativa.

Si la verdad de los hechos ha sufrido, la verdad lógica tampoco sale indemne del proceso, en el que era frecuente presentar opiniones como hechos, como el carácter autoritario de España o la hostilidad de la Constitución del 78 frente a los catalanes.

Otro mecanismo utilizado es el de la creación de falsas expectativas sin fundamento, como la de la entrada automática en la UE de una Cataluña independiente o las promesas de Artur Mas de que tras la independencia, «Cataluña tendría las tasas de paro de Dinamarca, las infraestructuras de Holanda y el modelo educativo de Finlandia», que recuerdan tanto a otras promesas realizadas durante la campaña del Brexit cuyos autores tardaron menos de 24 horas en rechazar, una vez celebrado el referéndum.

La batalla del lenguaje también ha estado muy presente, con el recurso a términos talismán como diálogo, frente al cumplimiento de la ley, como algo rígido y poco realista. O al derecho a decidir frente a los que impedían cualquier tipo de votación. Así se promovía la asociación de términos como el de referéndum y democracia, asegurando que votar nunca es ilegal y siempre democrático.

Esta batalla por el lenguaje, era también una batalla por el encuadre entre democracia y votos; golpe de Estado y represión policial; o supresión y restauración de la autonomía catalana.

El conjunto de todos estos recursos de desinformación ha generado un mundo paralelo, con una narrativa propia, que se ha retroalimentado, influyendo de manera decisiva en las decisiones de movilización de un buen número de las personas involucradas.

Para la generación de todo este contenido, imprescindible para la distorsión informativa, se ha utilizado una red de medios, creados para este fin y financiados casi en exclusiva por el gobierno de la Generalitat como Nació Digital, Vilaweb, Racó català, Directe.cat, Wikipedia. A estos medios se han unido algunas informaciones falsas publicadas por dos medios rusos, RT y Sputnik, cuyos mensajes fueron mucho más difundidos que los de medios como EFE, TVE, *The Guardian* o *The New York Times*⁹⁶.

En la distribución masiva se ha utilizado un amplio despliegue de voluntarios en la red y la utilización de bots (perfiles de Twitter programados para difundir tuits automáticamente) en la difusión masiva de información. Según un estudio de Audisense, 4.883 perfiles automáticos difundieron sistemáticamente en Twitter mensajes de medios como RT con mensajes favorables a la independencia, o contrarios a la

⁹⁵ https://elpais.com/elpais/2017/10/08/hechos/1507484964_888438.html?id_externo_rsoc=TW_CC (consultado el 25/01/2018)

⁹⁶ https://politica.elpais.com/politica/2017/11/10/actualidad/1510341089_316043.html

actuación del gobierno⁹⁷. En otro estudio Javier Lesaca, de la GWU señala cómo de las cuentas que distribuyeron de manera masiva las «fake news» de RT y Sputnik «la mayoría, un 32%, fueron cuentas chavistas o de Venezuela, seguidas por perfiles falsos o automatizados (25%), cuentas anónimas con coberturas reales que sólo se dedican a difundir contenido de RT y Sputnik (30%) y canales oficiales de estos dos medios (10%). Solo un 3% de la conversación obedeció a perfiles reales fuera de esos grupos de interés». Otro elemento distintivo de su campaña ha sido el apoyo de ciertas celebrities, que han expresado su apoyo a la causa independentista en las redes y que, en el caso de Julian Assange, no han dudado en distribuir e incluso crear algunas de estas «fake news».

Esta información, repetida de manera consistente, fue recogida de manera masiva por la prensa internacional destacando cabeceras como *The Guardian*⁹⁸, el *Washington Post*⁹⁹, *Le Monde*¹⁰⁰, *FastCompany*¹⁰¹, *Poynter*¹⁰², la *BBC*¹⁰³, o *Politico*¹⁰⁴, que días, e incluso semanas más tarde, rectificaron la información inicial, denunciando una campaña de desinformación.

6. LOS EFECTOS DE LA POSVERDAD EN LA DEMOCRACIA

La posverdad es un efecto del impacto de la tecnología en la democracia, pero no es el único. Aunque es cierto que su generalización, y la producción de consecuencias directas, han permitido a muchos poner en entredicho algunos de los beneficios de la misma, mirar sólo sus inconvenientes sería caer en una actitud reduccionista y, como tal, falsa.

Las tecnologías de la información permiten a las personas participar de una manera más intensa en la vida política, para lo bueno y para lo malo¹⁰⁵. Nos permi-

⁹⁷ https://politica.elpais.com/politica/2017/12/04/actualidad/1512389091_690459.html (consultado el 25/01/2018)

⁹⁸ <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/08/catalonia-demo-injuries-fact-checking> (consultado el 25/01/2018)

⁹⁹ https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/10/19/how-fake-news-helped-shape-the-catalonia-independence-vote/?utm_term=.9017b86fe592 (consultado el 25/01/2018)

¹⁰⁰ http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/10/09/drapeau-franquiste-salut-nazi-les-images-trompeuses-de-la-manifestation-anti-independance-en-catalogne_5198388_4355770.html (consultado el 25/01/2018)

¹⁰¹ <https://www.fastcompany.com/40479515/you-cant-support-catalunyas-secession-movement-if-you-were-horrified-by-brexit> (consultado el 25/01/2018)

¹⁰² <https://www.poynter.org/news/online-hoaxes-about-catalan-referendum-concentrated-police-action-barcelona> (consultado el 25/01/2018)

¹⁰³ <http://www.bbc.com/news/world-europe-41981539> (consultado el 25/01/2018)

¹⁰⁴ <https://www.politico.eu/article/russia-catalonia-referendum-fake-news-misinformation/> (consultado el 25/01/2018)

¹⁰⁵ Por todos Hindman, M.(2008) *The Myth of Digital Democracy*. Princeton University Press: Princeton; Campos, E. (2005) «Ciberdemocracia: presupuestos teóricos y estado de la cuestión según

ten expresarnos más libremente y organizarnos para la defensa de causas concretas, de maneras impensables hasta hace unos años. Entre sus oportunidades para la democracia se encuentran: la democratización de la información, con el acceso universal a la misma¹⁰⁶ y la oportunidad de cualquiera para convertirse en emisor¹⁰⁷, dotando de visibilidad a puntos de vista alternativos que no suelen tener espacio en los medios de comunicación tradicionales¹⁰⁸; la capacidad de autoorganizarse de manera rápida y con un coste reducido¹⁰⁹, con la consiguiente desintermediación de la política; las posibilidades de movilización de ciudadanos previamente inactivos¹¹⁰. Y una mayor flexibilidad y la disolución de las estructuras públicas que hoy conocemos¹¹¹.

La tecnología también puede afectar de manera negativa a la democracia. Si en un momento del proceso democrático esta afectación se hace patente durante el periodo electoral. Las campañas electorales no se han quedado al margen, no han evitado los cambios radicales que la comunicación ha sufrido desde los años 90, y que a principios del siglo XXI estableció un nuevo paradigma en la comunicación electoral. Ahora más que nunca el protagonismo en la transmisión del mensaje, que antaño ostentaban casi de forma exclusiva los partidos políticos, ha cedido el paso a los propios ciudadanos, verdaderos artífices de un cambio radical en los tiempos comunicativos. Se ha sustituido la tradicional publicidad por nuevas formas de comunicación, tratando de adaptar los mensajes tanto a segmentos del electorado específicos como a los nuevos canales, provocando un cambio de mensajes generales a mensajes con un altísimo grado de personalización, eso sí industrializada. Esto ha sido posible gracias a las nuevas tecnologías que permiten un mejor análisis del electorado. Para aquellos que diseñan las campañas, las grandes masas vuelven a ser irrelevantes, ya que la mayoría de los individuos ya están convencidos o perdidos, por tanto es necesario centrarse en el pequeño grupo de indecisos y las técnicas de campaña vuelven al *one to one* (como durante el siglo XIX), o al *many to many*, en una evolución del mismo concepto facilitada por la tecnología.

una revisión bibliográfica». III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. Disponible en:

http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol2/09/CAMPOS_Eva.pdf (Consultado 15/09/2013).

¹⁰⁶ Drezner, D.W. y Farrel H. (2004) «The power and politics of blogs». 100th Annual Meeting of the American Political Science Association, Chicago, Illinois, 2 september.

¹⁰⁷ Chadwick, A. (2006) *Internet Politics*. Oxford: Oxford University Press.

¹⁰⁸ Rogers, R. (2004) *Information Politics on the Web*. Cambridge, MA: MIT Press.

¹⁰⁹ Rheingold, H. (2002) *Smart Mobs. The next social revolution*. Cambridge: Basic Books.

¹¹⁰ Krueger, B. S. (2000) «Assessing the Impact of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach». *American Political Research* 30. Págs. 476-98.

¹¹¹ Bimber, B. (1998) «The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism.» *Polity*, Volumen 31, n.º 1, Págs. 130-160.

Shirky, C. (2008), *Here comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press HC.

Pero más allá del momento electoral, la tecnología plantea nuevos retos a la democracia. La creación de nuevas desigualdades, en torno a la brecha digital, motivada por aspectos como la edad, la raza y la educación¹¹²; el aumento de control de las libertades individuales¹¹³; la mayor concentración, que oculta el fin de la intermediación, y que ha sustituido la de los medios tradicionales por la de plataformas sociales y buscadores¹¹⁴ y que permite silenciar sistemáticamente a grandes sectores del público en el debate público; o el bajo compromiso que produce la participación a través de herramientas tecnológicas y que no conllevaría una auténtica involucración ciudadana¹¹⁵. Son algunos de los riesgos que la tecnología plantea a la democracia.

A estos se une la posverdad, y sus efectos, que en los últimos tiempos se plantea como uno de los grandes peligros de la democracia contemporánea¹¹⁶, provocando que incluso aquellos que inicialmente minimizaron su influencia han pasado a reconocerla¹¹⁷. En un mundo en el que las técnicas de la comunicación permiten una manipulación de sentimientos, comportamientos, actitudes y formas de pensar, la opinión pública, como último criterio definitorio de la verdad democrática, sufrirá también un importante deterioro.

Ya hemos visto como la confusión entre verdad y mentira se une a los efectos de la ficción, el humor y el terror como elementos que configuran la percepción ciudadana provocando la sentimentalización de la política y consagrando el conflicto como método. La democracia sentimental¹¹⁸, que ha hecho a algunos autores lamentarse por lo que consideran el fin de la ilustración¹¹⁹. La democracia se construye sobre una base de racionalidad, que se realiza y se expresa en el diálogo parlamentario, en la que radica el último fundamento y la mayor grandeza de la democracia representativa, conforme a la cual la democracia bien podría ser definida como un enorme diálogo. Este diálogo requiere de un lenguaje común ya que como advertía Thomas Hobbes en *Leviatán*: La lengua es para los seres humanos el principal principio orga-

¹¹² Bimber, B. (2003) «Notes on the Diffusion of the Internet» Report. University of California at Santa Barbara.; Dijk, J.A.G. M.V. (2005) *The deepening Divide: Inequality in the information society*. Thousand Oaks, CA; Sage Publications. 2005.

¹¹³ Morozov, E. (2011) «The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom». *PublicAffairs*.

¹¹⁴ Introna, L. D. y Nissenbaum, H. (2000) «Shaping the web: Why the politics of Search Engines matters» *Information Society* 16. Págs. 169-85.

¹¹⁵ Gladwell, M. «Small Change. Why the revolution will not be tweeted». *The New Yorker*, 4 de octubre. 2001 Disponible en: http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell (Consultado 08/05/2013).

¹¹⁶ *The Economist*, Social media's threat to democracy. Nov, 4th-10th, 2017. Págs. 21-25. «Sky Views: Facebook's fake news threatens democracy», *Sky News*: <http://news.sky.com/story/sky-views-democracy-burns-as-facebook-lets-fake-news-thrive-10652711> (consultado el 25/01/2018)

¹¹⁷ <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> (consultado el 25/01/2018)

¹¹⁸ Arias Maldonado, M. (2016) *Democracia Sentimental: política y emociones en el siglo XXI. Página indómita*, 2016.

¹¹⁹ Lassalle, J.M., *Contra el populismo: Cartografía de un totalitarismo postmoderno*. Debate. 2017

nizador y sin ella «no ha existido entre los hombres ni comunidad, ni sociedad, ni contrato, ni paz, como no los hay entre los leones, los osos y los lobos»¹²⁰. El problema surge cuando este diálogo se desarrolla en un lenguaje político, que Pedro de Vega caracterizó como «mandarinesco», cargado de ficciones desvirtuadoras de las realidades más evidentes. La política convertida en una lucha por la apropiación del lenguaje, va alejando a este de la realidad y provoca la tan denunciada como peligrosa separación entre gobernantes y gobernados.

Esto también favorece la suplantación absoluta del discurso político racional por la seducción emotiva¹²¹ de una retórica falaz, que puede conducir a conculcar en su núcleo más profundo el sistema de valores y principios en los que fundamentó su grandeza la democracia representativa. El predominio de la imagen, que suele abstraerse del contexto y ofrecerse sin matices, inclina la balanza entre razón y corazón, hacia el lado del sentimiento. La sociedad es cada vez más voluble y más sentimental y esta mutabilidad fomenta la búsqueda de la satisfacción inmediata, que lo quiere todo y ahora, y provoca que los actos se midan exclusivamente por sus consecuencias inmediatas. El emotivismo, en expresión del filósofo escocés MacIntyre, que asume «que las diferentes elecciones morales carecen de todo fundamento que no sea algún tipo de emoción. Ello —continúa el pensador— determina la imposibilidad de dar razón de dichas elecciones, por cuanto éstas —careciendo de fundamento racional— serían, de hecho, injustificables por arbitrarias. Consecuentemente, el debate sobre temas éticos no podría jamás llegar a conclusiones definitivas y sería, por lo tanto, estéril»¹²².

La política se convierte en espectáculo y el político en objeto de consumo, «un artefacto de la subcultura de masas (...) obligado a actuar 24 horas al día, siete días a la semana: contar un relato, influir en la agenda de los medios, fijar el debate público, crear una red, es decir, un espacio para difundir el mensaje y hacerlo viral...»¹²³. La espectacularización también amenaza la democracia, al ir desgastando la credibilidad de los actores políticos, la dependencia del pulso político de los grandes eventos de masas, como elecciones decisivas o manifestaciones y la apelación constante a una retórica de ruptura y cambio, que contrastan con la gestión diaria de la política y provocan la fragmentación de la ciudadanía.

Esta fragmentación, favorece el aislamiento de los políticos, «post-truth politicians»¹²⁴, que desarrollan su labor en sociedades democráticas con esferas públicas robustas pero que operan dentro de una realidad paralela retroalimenta-

¹²⁰ Thomas Hobbes, *Leviatán*, parte 1, capítulo 4.

¹²¹ Arias Maldonado, M. (2016), *Democracia Sentimental: política y emociones en el siglo XXI. Página indómita*, 2016.

¹²² MacIntyre, A. (2001) *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona.

¹²³ Salmon, C. http://www.eldiario.es/politica/Christian-Salmon-democracia-espontanea-enfurecida_0_186532016.html (consultado el 25/01/2018)

¹²⁴ Freedlan, Johathan. Post-truth politicians such as Donald Trump and Boris Johnson are no joke, Disponible en: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/may/13/boris-johnson-donald-trump-post-truth-politician> (consultado el 25/01/2018)

da por medios de comunicación disminuidos debido a la fragmentación de la conversación y condiciones económicas que les terminan convirtiendo en extensiones de un *reality* en el escenario de la postpolítica¹²⁵. Esta fragmentación del sentido de comunidad y el principio de legitimidad que sostiene los gobiernos centralizados¹²⁶ produce efectos como el «cyberapartheid» y «cyberbalkanization»¹²⁷ o los ciberguetos¹²⁸; acelerando la polarización de la política¹²⁹; y haciendo más rudo el debate público¹³⁰.

La volatilidad es otra de las consecuencias de los cambios en la información que afectan a la democracia. Además de los problemas que esto genera a la hora de predecir resultados electorales¹³¹, la población es cada vez más impulsiva a la hora de tomar decisiones, de salir a la calle, de pedir cambios legislativos o demandar fuertes cambios sociales y esto dificulta la elaboración y adhesión a políticas públicas que, además de reflexión, requieren tiempo para ser exitosas.

Junto a estos efectos, que inciden directamente en la democracia, la consecuencia más relevante de «una constante y total sustitución de la verdad de hecho por las mentiras no es que las mentiras sean aceptadas en adelante como verdad, ni que la verdad se difame como mentira, sino más bien que el sentido por el que nos orientamos en el mundo real —y la categoría de la verdad versus la falsedad está entre los medios mentales para alcanzar este fin— queda destruido»¹³². Frente a esto, como denuncia Vallespín, la reacción «no se traduce en la búsqueda de la verdad, sino todo lo contrario»¹³³.

El relativismo se constituye así como la base del nuevo pacto social: sólo si la verdad no existe podremos entendernos. La verdad se presentaría como un obstáculo para la convivencia y las categorías de verdad y mentira serían, desde esta perspectiva,

¹²⁵ Gutiérrez-Rubi, A. Revista (2017) *Ethic* (n.º30). Disponible en: <https://www.gutierrez-rubi.es/2017/05/10/posverdad-pospolitica/> (consultado el 25/01/2018)

¹²⁶ Karmark, E. C. y Nye, J. S. Eds. (2002) *Governance.com: Democracy in the Information Age*. Washington, DC: Brookings.

¹²⁷ Putnam, R. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

¹²⁸ Galston, W. A. (2003) «If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution?» En D. M. Anderson & M. Cornfield (eds.): *The civic web: online poliTIC and democratic values*. Lanham: Rowman & Littlefield. Págs. 35-44.

¹²⁹ Sunstein, C. (2003) *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós.

¹³⁰ Shapiro, C. (1999) *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business Press.

¹³¹ Las elecciones españolas del pasado 20 de diciembre de 2015 son un buen ejemplo. Un 47% de las personas decidió su voto en la última semana, en circunstancias que anteriormente las personas que solían decidir su voto en las últimas semanas no superaban el 15%.

¹³² Arendt H. (2017) *Verdad y mentira en política*, Página Indómita. Citado por Daniel Gascón en «Hannah Arendt y la verdad y la mentira». Disponible en: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/politica/hannah-arendt-y-la-verdad-y-la-mentira> (consultado el 25/01/2018)

¹³³ Vallespín, Fernando (2012). *La mentira os hará libres*. Galaxia Gutemberg. Citado por Daniel Gascón en «Hannah Arendt y la verdad y la mentira». Disponible en: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/politica/hannah-arendt-y-la-verdad-y-la-mentira> (consultado el 25/01/2018)

peligrosamente totalitarias. Ante la dificultad de conocer la verdad, y de buscarla, se crea una falacia por la que todas las ideas son igual de válidas y por tanto de verdaderas, independientemente de su conexión con la realidad. Sobre esta base, la democracia se constituye como un mero procedimiento.

Así se plantea el relativismo como fundamento de la democracia, basado en el reconocimiento mutuo de todos los caminos como fragmentos del intento por llegar a lo mejor. En este camino desaparecería el concepto de verdad y con ella el carácter racional del diálogo que ya no puede ser una búsqueda mancomunada, cooperativa de la verdad, pues ésta es inalcanzable y, de manera práctica, inexistente. Los conocimientos entrarían en competencia al no poder reducirse a una forma común.

Esto, a lo que algunos han denominado la «dictadura del relativismo»¹³⁴, que al presentar la verdad como el fruto del consenso y situar a cada uno como medida de la misma o de la voluntad de los hombres, imposibilita el diálogo, basado en el conocimiento de los hechos y en el convencimiento en la existencia de la verdad, y pone en peligro la convivencia. Si alguien está convencido de algo, está convencido de que si eso es verdad no es porque él lo diga, sino porque otros seres racionales también pueden conocerlo. La mística de «mi verdad», lejos de permitir el diálogo lo convierte en una representación falsa, sin contenido. Cada persona se construye su universo ético particular y se pierde primero la unicidad del lenguaje, y las referencias comunes después, desapareciendo esa base común (*common ground*) imprescindible para el diálogo. «¿Qué ocurre si la verdad no cuenta nada? ¿Qué justicia será entonces posible? ¿No debe haber quizás criterios comunes que garanticen verdaderamente la justicia para todos, criterios fuera del alcance de las opiniones cambiantes y de las concentraciones de poder?»¹³⁵.

Si no existe la verdad, o es imposible conocerla, dialogar carece de sentido. De ahí que para el diálogo sea necesario que lo que uno propone en forma de opinión se proponga con una pretensión de verdad, y que se esté dispuesto a escuchar, exponiendo la opinión propia a la eventual mayor racionalidad o verdad de la contraria. Nada de esto es posible si se niega la capacidad natural de la razón de encontrar la verdad, de discernir lo que está bien y lo que está mal. «El relativismo, templado por la razón, acaba con la razón puesta al servicio del nihilismo absoluto»¹³⁶. «Si no existe una medida racional desde la que se justifiquen o evalúen nuestras inclinaciones subjetivas —un telos objetivo—, éstas quedan despojadas de un referente, más allá de la satisfacción de los deseos del sujeto»¹³⁷. Si no existe una verdad sobre el bien y el mal, la democracia se convierte inevitablemente en una provisional convergencia de intereses opuestos, un juego de suma cero, con bandos opuestos, en el que sólo hay un

¹³⁴ Ratzinger, J. Homilia. 18.IV.2005. Disponible en: http://www.vatican.va/gpII/documents/homily-pro-eligendo-pontifice_20050418_sp.html (consultado el 25/01/2018)

¹³⁵ Benedicto XVI, (2011) «Jesús de Nazaret. Desde la entrada en Jerusalén hasta la resurrección», Ediciones Encuentro, Cap. 7

¹³⁶ Marco, JM (2005) «La política como servicio público», Alfa y Omega, n.º 472.

¹³⁷ Simón, F. (2017) Entre el deseo y la razón. Los derechos humanos en la encrucijada. CEPC. Pág.

ganador posible. Con una consecuencia; cuando se confrontan dos intereses y ninguno de ellos puede apelar a una razón universal, a la verdad, acaba por prevalecer el interés del más fuerte, a través de la guerra, aunque sea de posiciones.

La posverdad amenaza de manera seria la democracia. Si bien es cierto que la mentira forma parte estructural de la política, hasta muy recientemente el papel en la conformación de la opinión pública de otros elementos como la diversidad de actores políticos, la defensa efectiva del derecho a la información y el papel de los medios de comunicación, permitía mantener un equilibrio imprescindible para el desarrollo de la democracia. El impacto de la tecnología, y su transformación de las lógicas comunicativas, rompe en gran medida estos equilibrios, poniendo en cuestión una serie de pilares democráticos. Las estrategias de desinformación inciden no sólo en la capacidad de distribución, sino también en el tiempo de la misma, la sentimentalización de las decisiones políticas, la fragmentación de la opinión pública, la creación de esferas públicas paralelas, y su consiguiente polarización, la ausencia de referencias informativas válidas y la creación de un clima de sospecha general que pone en cuestión el papel de la verdad y pone en peligro la democracia, más allá de los periodos electorales.

Un acuerdo sobre la existencia de la verdad y la posibilidad de alcanzarla vuelve a ser el fundamento indispensable de una verdadera democracia. Como señalaba Claudio Magris: «Muchas cosas dependerán de cómo resuelva nuestra civilización este dilema: si combate el nihilismo o lo lleva a sus últimas consecuencias.»¹³⁸ Hoy más que nunca la verdad, como componente esencial para la formación de la opinión pública, más que una obligación moral¹³⁹ es una necesidad política, un requisito indispensable de la democracia.

Title

The effects of post-truth politics on democracy

Summary:

1. Communication and Society. 1.1. Truth and Politics: a weird relationship. 2. Not such a novelty. 3. What is post-truth politics? 3.1. What is new about post-truth politics? 3.1.a. Fiction or reality? 3.1.b The importance of image. 3.1.c A distorted reality. / The distortion of reality. 3.1.d. Timing. 3.1.e. Transparency and information overload. 3.1.f. Perception

¹³⁸ Magris, C. (2001) *Utopía y desencanto. Historias, esperanzas e ilusiones de la modernidad*. Anagrama. Pág. 3

¹³⁹ Kant, I.(2010) *Fundación de la metafísica de las costumbres*, Encuentro, Madrid.

and cognitive dissonance. 3.1.g. Fragmentation and polarization. 3.1.h. Hyperconnectivity and communication parties. 4. Truth and Democracy. 5. The effects of post-truth politics on democracy. 6. Catalonia: a testing ground for post-truth politics.

Resumen:

Política y verdad no van siempre de la mano. Tradicionalmente la diversidad de actores políticos, el derecho a la información y el papel de los medios de comunicación ha logrado un equilibrio imprescindible para el desarrollo de la democracia. La tecnología ha transformado de manera revolucionaria la comunicación, impactando en las formas de captar, almacenar, producir, distribuir y percibir la información convertida en materia prima imprescindible de las relaciones económicas, industriales y sociales. Esta transformación afecta de manera especial a la política, con la aparición de un nuevo tipo de trastornos informativos que inciden no sólo en la capacidad de distribución, sino también en el tiempo de la misma, la sentimentalización de las decisiones políticas, la fragmentación de la opinión pública, la creación de esferas públicas paralelas polarizadas y la creación de un clima de sospecha general que pone en cuestión el papel de la verdad y pone en peligro la democracia, más allá de los periodos electorales.

Abstract:

Politics and truth do not always go hand in hand. Traditionally, the diversity of political actors, access to information and the role of the media have achieved an essential balance for the development of democracy. Technology has transformed communication in a revolutionary way, influencing the ways of producing, transmitting, distributing and perceiving information, converted into essential raw material for economic, industrial and social relations. This transformation affects politics in a special way, with the appearance of a new type of information disruptions which affect not only the distribution capacity, but also the timing of it, the sentimentalization of political decisions, the fragmentation of the public opinion, the creation of polarized parallel public spheres and the creation of a climate of general suspicion that questions the role of truth and endangers democracy, beyond the electoral periods.

Palabras clave:

Fake news, Posverdad, Democracia, Trastornos de la información, elecciones

Keywords:

Fake news, Posttruth, Democracy, Information disorders, elections