



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES**

**LA POSVERDAD COMO FENÓMENO POLÍTICO,
SOCIAL Y COMUNICATIVO**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**PRESENTA:
DAVID IVÁN FERNÁNDEZ CANO LEÓN**

ASESOR: DR. FELIPE NERI LÓPEZ VENERONI



CIUDAD UNIVERSITARIA, CDMX

2022



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Índice.....	2
Agradecimientos.....	3
Introducción.....	4
1. La posverdad como fenómeno político.....	14
1.1. Retórica.....	15
1.2. Poder carismático.....	19
1.3. Psicología de masas.....	22
2. La posverdad como fenómeno social.....	27
2.1. Posmodernidad.....	28
2.2. Cultura de masas.....	31
2.3. Descontento social.....	35
3. La posverdad como fenómeno comunicativo.....	40
3.1. Revolución multimedia.....	41
3.2. Globalización.....	43
3.3. Sesgos cognitivos.....	47
Conclusiones.....	51
Referencias.....	61

AGRADECIMIENTOS

A mi tío Fernando.

INTRODUCCIÓN

“Cuanto mayor sea el número de ojos, de ojos distintos que sepamos emplear para ver una misma cosa, tanto más completo será nuestro «concepto» de ella, tanto más completa será nuestra «objetividad».”

(Nietzsche, 1887)

Hoy en día, hablar de posverdad no parece ser una cuestión novedosa a la hora de analizar los discursos carentes de sustento científico que algunos mandatarios y/o funcionarios públicos han emitido recientemente. Sin embargo, este término fue acuñado hace no más de treinta años y cuando se rastrean sus orígenes se suele mencionar a Tesich (1992; citado en Kreitner, 2016). Este autor fue uno de los pioneros en emplearle para referir las tácticas de información engañosa que utilizaba la administración de Ronald Reagan en Estados Unidos en el contexto de la Guerra del Golfo. Por su parte, en los primeros años del siglo XXI, Keyes (2004) anunció el arribo de la “época de la posverdad” que, según el autor, se caracteriza por la divulgación de información poco precisa pero que no puede ser considerada del todo falsa; así, esto propicia que las fronteras entre verdad y mentira, honestidad y deshonestidad, ficción y no ficción, se difuminen.

A su vez, McIntyre (2018) establece que este término hace referencia a la subordinación de la verdad a intereses políticos. También, esta se concibe como un

fenómeno en el los que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública en comparación con el hecho de apelar a las emociones y creencias personales (Diccionario Oxford, 2016). Asimismo, la Real Academia Española (RAE) la describe como la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”.

Al respecto, McIntyre (2018) explica que este término acaparó la atención pública en 2016 cuando el diccionario Oxford le presentó como la palabra del año. De acuerdo con el autor, esto fue resultado de la valoración realizada sobre diversos hechos políticos acontecidos a lo largo de este año, así como a la aparición recurrente en los análisis realizados de dos fenómenos que presumiblemente tuvieron un impacto significativo en esta época. Estos hechos son el proceso de la salida del Reino Unido de la Unión Europea —comúnmente denominado “Brexit”— así como las elecciones presidenciales estadounidenses que dieron como resultado el triunfo de Donal Trump, en 2017.

Fue en estos contextos en donde el fenómeno de las llamadas *fake news* o noticias falsas también adquirió gran relevancia, el cual, está estrechamente relacionado con la noción de posverdad. Su naturaleza viral se origina cuando, de forma deliberada e intencional, un cibernauta o un grupo de interés comparte este tipo de noticias en plataformas digitales con el objetivo de causar una reacción en el público receptor. Esto propicia que el desconcierto, la duda y la sorpresa que genera este tipo de contenido, tenga como consecuencia la multiplicación exponencial de la información. De tal modo, en un breve lapso de tiempo esas noticas pueden inundar las redes sociales pues son compartidas por legiones de miembros de las mismas.

En términos generales, puede afirmarse que la principal razón de que estos fenómenos hayan cobrado gran relevancia tiene que ver con su viralización por parte de las redes sociales, las cuales, cambiaron definitivamente la dinámica de los medios tradicionales. Así, el surgimiento formal de la noción de “posverdad” puede situarse en la época contemporánea, en donde las redes sociales —y el desarrollo tecnológico en general—, tiene cada vez más importancia en la arena pública a la par de ámbitos como la esfera económica o la política.

No obstante, cabe destacar que las cualidades atribuidas a la posverdad pueden ubicarse desde los orígenes de la cultura Occidental. Dicho concepto es cercano al contexto en el que se desarrolló el pensamiento platónico; en su época, dicho filósofo comenzó a delinear los límites de la manipulación discursiva en sus representaciones de los diálogos entre Sócrates y Gorgias durante la Grecia del siglo V a.C. Esto a través de la definición de las características de la retórica, cuya aplicación era común por parte de los sofistas griegos; ellos se encargaban de enseñar el arte de analizar el sentido de las palabras y su manipulación como medio para influir en la opinión pública.

Teniendo en consideración los orígenes de este hecho, es necesario precisar que su intensificación en la época actual supone una amenaza para la estabilidad y supervivencia de las democracias contemporáneas. De acuerdo con Rubio Núñez (2018), una de las características más importantes de los contextos democráticos es la pluralidad de los medios de comunicación, la cual, permite que la ciudadanía se forme una opinión personal sobre el acontecer político del mundo; esto es posible al contrastar las distintas posturas que tienen a su alcance las personas cuando

consultan medios de información periodística. Sin embargo, el hecho de que exista una gran cantidad de desinformación y hechos falsos obstaculiza el que la población pueda generar opiniones objetivas, las cuales, le permitan tomar mejores decisiones en el ámbito público.

De igual modo, debe tenerse en cuenta que los proyectos democráticos se construyen sobre la base de la racionalidad, puesto que el diálogo parlamentario —el cual permite la contrastación de ideas— exige que los ciudadanos defiendan sus intereses con base en hechos. Así, Rubio Núñez (2018) sostiene que la posverdad ha propiciado que dicho diálogo adquiera un cariz político, lo que implica la apropiación del lenguaje y el consecuente alejamiento de la realidad. Esto es evidente al observar que líderes políticos contemporáneos hacen públicos los datos sobre su gobierno sólo cuando estos les favorecen, sin embargo, cuando la información denota fracasos o retrocesos estos se ignoran o se rechazan.

Para Valadier (2017), resulta difícil comprender cómo la democracia puede sobrevivir instalada en las mentiras institucionalizadas, ya que esta no sólo es un sistema procedimental, sino un sistema de valores y una perspectiva del mundo que requiere de la confianza de la ciudadanía para brindar legitimidad a las instituciones. Sin este elemento no sería posible la existencia de reglas, consensos y de la vida común en general, pues cada individuo viviría invadido por el resquemor de ver amenazada su propia existencia. De ahí que la búsqueda de la verdad y la confianza de la ciudadanía en los hechos sea un elemento esencial para el mantenimiento de los sistemas democráticos.

De tal suerte, el surgimiento de la era de la posverdad ha propiciado que los individuos no sepan a qué atenerse en relación con el discurso en el espacio público. La demagogia y la mentira generan una suerte de relativismo de la verdad, el cual, no sólo afecta la posibilidad de fortalecer los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas que deben estar presentes en las sociedades democráticas, sino que propicia la sentimentalización de las decisiones políticas, la fragmentación de la opinión pública y la consecuente polarización de las audiencias. Además, se genera un clima que se caracteriza por la ausencia de referencias informativas válidas, cuestión que debilita la legitimidad del proyecto democrático al crear un clima de sospecha general hacia los hechos (Rubio Núñez, 2018; Valadier, 2017).

Lo anterior puede fomentar el surgimiento de regímenes de corte autoritario, pues si todas las ideas son igual de válidas —esto independientemente de su conexión con la realidad—, imperarán aquellas que logren persuadir de mejor manera a la opinión pública. También es probable que la mentira y la demagogia se vuelvan en contra de sus autores, puesto que aquellos individuos que aún otorgan credibilidad al ideal ilustrado de la racionalidad han dejado de brindar legitimidad a la autoridad de la clase política y, en general, a aquellos que detentan el poder (Valadier, 2017).

Ante estas amenazas a la persistencia del proyecto democrático, resulta de vital importancia examinar las características y las formas en las que opera el fenómeno de la posverdad con el objetivo de motivar la reflexión y generar propuestas de solución para mitigar su impacto. Es por ello que el presente trabajo busca realizar una revisión teórica y conceptual sobre algunos de los principales enfoques y perspectivas relacionados con esta noción. Asimismo, también se busca ofrecer una

perspectiva actual sobre la llamada “era de la posverdad” en la que Keyes (2004) afirma que nos encontramos. Para lograr esto, se analizará el origen del concepto desde una perspectiva enfocada en la cultura Occidental; se revisarán nociones teóricas como “poder carismático”, “psicología de masas”, “posmodernidad” y “cultura de masas” para comprender cómo opera la diseminación de posverdades en el contexto público. También se describirán las variables sociohistóricas que le han constituido como un fenómeno singular, lo cual es resultado de la constante revolución tecnológica de nuestros tiempos.

Es importante señalar que, debido a su similitud con la noción de “retórica”, en este trabajo entendemos a la posverdad como un concepto esencialmente político, pues es implícita la discusión por quién impone los criterios de la verdad y la realidad, es decir, se trata de una cuestión relacionada al poder. Sin embargo, para la realización del trabajo de investigación también se tomó en cuenta la labor investigativa del número 264° de la *Gaceta Políticas* de la FCPyS, en donde se asume a la posvedad como un concepto de carácter “político”, “social” y de “comunicación”. Por tanto, se retomarán ambas posturas con el fin de enriquecer el análisis de tal fenómeno. Así, este trabajo se dividirá en tres capítulos, los cuales abordarán a la posverdad desde estas tres dimensiones.

En el primer capítulo se analizan las características de aquellos actores que producen este fenómeno y se exponen los antecedentes de la posverdad al analizar el empleo de la retórica por parte de los sofistas en la antigua Grecia. Por ello, se menciona a Platón como un referente para examinar esta cuestión, pues es uno de los primeros autores de la cultura Occidental que describe la forma en la que el empleo

del lenguaje era capaz de moldear la opinión pública. Asimismo, se abordan algunas teorías fundamentales para entender la aparente decadencia de la verdad y la objetividad en el terreno de la política moderna. Lo anterior tiene el objetivo de explicar la forma en la que la crisis de representatividad y legitimidad en las democracias occidentales, han incentivado el éxito de discursos políticos poco racionales en la actualidad.

También se hace una revisión de la noción de “poder carismático”, que fue acuñada por Weber (1977), autor que presagia —con base en una tipología de la dominación—, el advenimiento de las figuras políticas de carácter populista. Por otra parte, se aborda la teoría de la psicología de masas, expuesta por Le Bon (1895) y Freud (1921), para explicar el éxito de la manipulación política basada en la desinformación, así como la relación que guarda este fenómeno con narrativas poco confiables, como las *fake news* y las teorías conspirativas.

El segundo capítulo analiza las características de las audiencias a las que se dirigen las posverdades, es decir, los receptores de la información falsa que actualmente tiende a volverse viral en los medios de comunicación. El objetivo es hacer una revisión sobre algunos conceptos y teorías que dan cuenta de la razón por la que algunos sectores de la población no sólo consumen las narrativas de la posverdad, sino que participan activamente en su difusión.

En dicho apartado se analizan las características de la época posmoderna para explorar su relación con la llamada era de la posverdad. Con ello, se pretenden evidenciar los vínculos conceptuales que existen entre ambos términos, los cuales, pueden contribuir a corroborar que la posverdad es un producto de la posmodernidad.

Después se elabora un análisis de la cultura de masas para señalar su papel en la configuración del fenómeno estudiado. Lo anterior se hará a la luz del enfoque crítico de Vargas Llosa (2012), quien analiza el predominio de los parámetros comerciales y persuasivos en las sociedades modernas y su impacto en la cultura, la cual, es entendida por el autor como aquel conjunto de conocimientos que anteriormente le permitían a la gente orientarse y desarrollar su propio criterio. Cabe destacar que, desde este enfoque, sería posible interpretar a la posverdad como una supuesta “verdad alternativa” que tendría su origen en una “cultura alternativa” regida por parámetros comerciales.

En la última parte del segundo capítulo se aborda el enfoque freudiano del “malestar en la cultura” para explicar el descontento social que caracteriza a nuestra época y que constituye un elemento importante para explicar la posverdad desde una perspectiva social. Ejemplo de ello es el alto nivel de descontento que muestran los ciudadanos hacia sus representantes en diversas partes del mundo. Es por ello que sus consecuencias se han materializado en una suerte de cinismo global y difuso (Sloterdijk, 1983), que de alguna forma ha fomentado el éxito de los discursos políticos emotivos y poco racionales en el presente.

En el caso de Estados Unidos, las señales de alarma en el sistema democrático se manifestaron a partir de una crisis de credibilidad y representatividad —a la par de manifestaciones de xenofobia y racismo—, las cuales facilitaron el triunfo de Donald Trump. Este ejemplo es vital para la comprensión de la presente investigación por el hecho de que el descontento social fue canalizado mediante el uso de redes sociales hacia el triunfo de este político. Esto demostró que el factor decisivo en los resultados

no radicó exclusivamente en hechos objetivos y concretos de dicho país, sino en la efectividad del empleo de las herramientas digitales y los recursos retóricos que se relacionan con la posverdad.

Finalmente, en el tercer capítulo se hará énfasis en el papel de los medios a través de los cuales se manifiesta el fenómeno de la posverdad. Cabe destacar que, lejos de ser únicamente el medio que emplea un emisor para transmitir toda clase de información a su público, estas herramientas constituyen un factor condicionante para la configuración de la comunicación humana y, por consiguiente, también para el fenómeno de la posverdad.

Así, en la primera parte se aborda la perspectiva de Sartori (1997) sobre los medios de comunicación audiovisuales. Dicho autor señala que la ruptura cultural que trajo consigo la llegada de la televisión y el video generó una transformación radical en el desarrollo evolutivo humano, de modo que la constante exposición a las pantallas y sus contenidos audiovisuales han mermado las capacidades racionales del *homo sapiens*. Esto ha dado paso a un nuevo ser humano neo-primitivo en el cual predomina el influjo de la imagen y las emociones sobre la razón. De esta forma, se busca evidenciar el enorme poder que ejercen los medios de comunicación sobre los seres humanos.

Posteriormente se examinan las características de la globalización que, en palabras de Steger (2003: 13), se entiende como:

(...) un conjunto multidimensional de procesos sociales que crean, multiplica, amplían e intensifican las interdependencias e intercambios sociales en todo el mundo y, al mismo tiempo, fomentan en las personas una conciencia cada vez mayor de la profundización de las conexiones entre lo local y lo distante.

Dicha examinación tiene como finalidad determinar hasta qué punto tal proceso ha influido en el surgimiento de la posverdad. También se examina la dimensión tecnológica de la globalización para explicar la forma en la que una red global de comunicación redefinió la manera en la que nos relacionamos con la información y la forma en la que dicho proceso sentó las bases de nuevos fenómenos socio-digitales, tales como la infodemia y las *fake news*.

Para finalizar, el presente trabajo se centra en la relación del lenguaje con los diversos procesos cognitivos que intervienen en la transmisión de información y que favorecen la consolidación de la posverdad. Es por ello que se señalará la importancia de los sesgos cognitivos que son innatos a la naturaleza humana y que, en conjunción con los mecanismos persuasivos de los medios de comunicación, permiten la escisión del orden semántico tradicional y dificultan las interacciones comunicativas.

En síntesis, el punto de análisis es el concepto de la “posverdad” a partir de los principales factores que lo constituyen: el político, el social y el comunicativo. Es por ello que el desarrollo de este trabajo tiene como eje rector a tres elementos natos de la transmisión de información y que están estrechamente vinculados a dichos factores: 1) el emisor, cuyo papel permite evidenciar el origen de la posverdad en relación con su vínculo con la retórica, 2) el público, que permite visibilizar el binomio emisor-receptor que es intrínseco al fenómeno de la posverdad, y 3) el medio, para señalar el papel condicionante que juegan los medios de comunicación en la configuración de dicho fenómeno.

1. LA POSVERDAD COMO FENÓMENO POLÍTICO

“No se incurre en exageración si se afirma que la racionalidad ha sustituido a la verdad y a la moral como criterio último de juicio, tanto de las creencias como de la conducta humana.”

(Barry, 1982, citado en Thoening & Meny, 1992)

Como se citó en líneas previas, la definición que proporciona la RAE sobre posverdad alude a la distorsión que se hace de la realidad de forma deliberada. Esta es capaz de manipular creencias y emociones para influir en las actitudes sociales y en la opinión pública.

Si bien el estudio de las emociones y creencias parecen tener una relación más estrecha con la Sociología y la Ética, lo cierto es que la posverdad es un fenómeno que progresivamente ha estrechado lazos con el ámbito de la política debido a su similitud con la retórica; esta es una técnica de persuasión que emplea el lenguaje y que era común en la antigua Grecia.

En la actualidad, los actores que generan a la posverdad suelen tener un carácter populista, es decir, hacen uso del poder carismático descrito por Weber (1977), por lo que se sirven de la retórica y de mecanismos de persuasión más sofisticados; estos se apoyan en los procesos psicológicos cuyo objetivo consiste en manipular la opinión pública a través de lo que Freud (1921) acuñó como “psicología de masas”.

1.1. Retórica

La desinformación y las mentiras han existido desde los orígenes de la humanidad como colectivo político. Mentir es un modo de ejercicio de poder porque el que miente, sobre todas las cosas, se resguarda de la posibilidad de ser descubierto (Sztajnszrajber, 2019). Es por ello que, si buscamos antecedentes, indicios o ejemplos prácticos sobre la presencia de la posverdad en la historia, es posible remontarse hasta los inicios de la civilización Occidental. Dentro de esta cultura, Platón advirtió sobre los peligros que para la *polis* suponía el uso del lenguaje como medio de manipulación de la opinión pública.

En el diálogo *Gorgias*, Sócrates conversa con el maestro de la retórica, Gorgias, para conocer la naturaleza de su arte. Después de un intercambio de argumentos, este reconoce que el poder de la retórica radica en persuadir a los jueces, consejeros y al pueblo en general por medio del lenguaje; esto en cualquier reunión en la que se traten asuntos públicos. Así, Gorgias caracteriza a la retórica como el mayor bien que existe en la vida en comunidad porque proporciona libertad, influencia y dominio sobre los demás hombres. También alaba la omnipotencia de este arte pues en cualquier asamblea, aquel que le domine será elegido sobre el resto de los profesionales, sean estos médicos, constructores o zapateros. Lo anterior se explica porque aquel que sabe de retórica tiene la capacidad aparente de hablar sobre cualquier materia bajo el influjo de la persuasión.

Sin embargo, al procurar el agrado del público no se toma en cuenta necesariamente si su ejercicio es justo o injusto, bueno o malo. Es decir, la retórica se

desentendiendo de la moral y por ello Sócrates no la consideraba un arte pues la adulación y la lisonja que le constituyen son elementos desprovistos de razón. Como se menciona en su obra: “El ignorante será, pues, más apto que el sabio para persuadir a los ignorantes (...) a mi modo de ver la retórica, esta no es más que el simulacro de una parte de la política.” (Platón, 388 a.c: 150)

En síntesis, Platón entiende a la retórica como un medio de combate neutral que puede ocuparse tanto para hacer el bien como para hacer el mal. De este modo, el filósofo concluye que dicha técnica debería ser interpretada como un instrumento de poder político que ostenta un carácter moralmente neutro y que su ejercicio óptimo debería acompañarse de un conocimiento previo sobre la justicia. Cabe señalar que Platón también buscó enfrentar la decadencia de Atenas al desenmascarar a quienes supuestamente representaban una amenaza para la *polis*, es decir, a los maestros de la retórica que comúnmente eran llamados “sofistas”. Es por eso que el *Gorgias* representa una crítica frontal a la sociedad de su tiempo y una defensa de las ideas básicas de la ética socrática.

En lo que respecta a la relación entre la retórica y la posverdad, aunque no comparten un significado idéntico, ambos conceptos refieren fenómenos similares, pues ciertos emisores son propensos a descuidar los parámetros de la ética en la generación de información en aras de obtener un beneficio particular. En el caso de la retórica, el foco está puesto en el dominio de las formas y las propiedades del discurso con el fin de persuadir. Sin embargo, aunque la retórica denota un discurso engañoso, no implica necesariamente falta de objetividad. En contraste, en el fenómeno de la posverdad se hace explícita la voluntad de violar los parámetros de la

objetividad para garantizar la subordinación, la indiferencia, e incluso, el menosprecio hacia la verdad.

Asimismo, la manipulación de las palabras es un factor fundamental tanto para la retórica como para la posverdad. Es necesario recordar que Schopenhauer (1819) señaló que el conocimiento se basa únicamente en la representación que hacemos del mundo que nos rodea. Por tanto, las palabras no son una reproducción de la realidad, sino una representación que nos permite comprender dicha realidad. Al respecto, López Veneroni et al. (2017: 4) argumenta lo siguiente:

La posverdad supone una ruptura del orden semántico convencional, es decir, de la relación entre las palabras y las cosas (Foucault) que construye el lenguaje ordinario. Esta ruptura está orientada a alterar las funciones cognitivas y de representación del lenguaje, de tal manera que las referencias a la realidad sean cuestionables, sujetas a una suerte de principio de incertidumbre o, si se prefiere, de indeterminación lógica que, a su vez, tiene como consecuencia hacer permanentemente problemáticas las interacciones comunicativas. Puesto en términos de la teoría de Habermas, se trata de una distorsión sistemática e intencional de la comunicación.

Para ilustrar la indeterminación semántica que es intrínseca a la retórica y a la posverdad, es pertinente mencionar a Donald Trump como un ejemplo idóneo de su materialización. Como candidato, Trump hizo alarde de una gran cantidad de argumentos sin fundamento entre los que destaca la negación del cambio climático, los señalamientos al expresidente Obama como un ciudadano no americano y los señalamientos hacia los migrantes y refugiados como causantes de numerosos males (tales como el terrorismo y la decadencia económica del país).

Aunque no comprobó la veracidad de sus argumentos, una gran parte de los ciudadanos estadounidenses creyó en ellos porque coincidían con sus ideas y deseos.

Trump les dijo a miles de estadounidenses descontentos lo que querían escuchar sin guiar sus declaraciones bajo un parámetro moral o ético —e incluso, sus discursos fueron más allá de la retórica, ya que nunca refutó las declaraciones sobre su desdén por los hechos—. Es por ello que Trump y sus éxitos son un ejemplo claro en la actualidad de la vigencia de la retórica y del poder práctico de la posverdad. Como menciona Woodward (2020), el presidente no posee una brújula moral, pues para él las mentiras no pueden caracterizarse como tales; ellas simplemente son un reflejo de lo que él piensa y, por tanto, tienen validez.

A diferencia del discurso científico en donde se observa la primacía del método y de los procesos de investigación sobre los objetos, el presente caso implica que, tal como señala Sloterdijk (1983: 50):

Los conocimientos entonces no aparecen tanto como instrumentos espirituales al servicio del trabajo y la comprensión, sino más bien como armas, y constituyen en suma no un tesoro intelectual, una enciclopedia, sino un arsenal, un depósito de municiones (disparos inteligentes).

A raíz de esto, puede concluirse que las palabras empleadas en los discursos no son neutras. Tanto si hablamos de la retórica como de la posverdad, podemos constatar que las palabras siempre tienen una carga ideológica, pues a través de ellas se transmiten símbolos y significados que persuaden al receptor y le hacen entender los hechos de cierta forma.

1.2. Poder carismático

Como se mencionó anteriormente, la palabra posverdad implica una subordinación de la verdad a intereses políticos, por lo que podemos encontrar similitudes conceptuales en diversas teorías y enfoques que son propios de la Ciencia Política. Basta recordar que el mismo Maquiavelo dejó claro que, de ninguna manera, el ejercicio del poder estaba necesariamente ligado a la moral. Al respecto, quizá uno de los autores que mejor ilustran esta idea es Weber (1977), en cuya obra *Estructuras de poder*, explica que existe un tipo de poder primordial que está sustentado por factores poco racionales y que se aleja de los parámetros tradicionales de las instituciones.

El autor se refiere al poder carismático como el polo opuesto del poder burocrático, el cual opera bajo un esquema ordenado y con ingresos económicos regulares. Por el contrario, el poder carismático tiene una base radicalmente diferente; está más allá de la rutina cotidiana y puede ser medido en función del atractivo que ejerce la personalidad de los héroes políticos sobre las masas. En palabras de Weber (1977: 10):

El carisma puro se contrapone a todo poder patriarcal. Es lo otro de una economía ordenada. Es la energía misma que desprecia la economía (...) todo lo contrario de una institución permanente (...) la verdadera dominación carismática no depende, por tanto, de ningún código o norma legal abstractos, de ningún tipo "formal" de adjudicación (...) el carácter de carisma como poder creativo decrece ante una dominación organizada en instituciones duraderas y sólo prevalece en periodos de emociones masivas de efectos imprevisibles, como es el caso de las elecciones y acontecimientos semejantes (...).El auténtico carisma se resiste absolutamente a la objetivación formal. No apela a un orden establecido o tradicional ni fundamenta sus exigencias en derechos adquiridos. El auténtico carisma se sustenta en la legitimación del heroísmo y la revelación personales.

Así, Weber (1977) parece distinguir entre dos tipos de hombres: aquellos que se someten a las instituciones y las fuerzas predominantes en la sociedad —por ejemplo, el sistema capitalista, el mercado, los hábitos, etc.—, y los que son capaces de ir en contra de esas fuerzas para reformarlas. De este modo, puede interpretarse al hombre carismático como sinónimo de cambio y al “hombre-masa” como sinónimo de adaptación. Lo anterior confirma que la dominación carismática es irracional por naturaleza ya que no está sujeta a ninguna regla.

Sobre este punto cabe mencionar que la organización del poder carismático recibe diferentes nombres según sea el cuadro administrativo. Por ejemplo, si se trata de un profeta, sus seguidores son denominados “discípulos”, si se trata del príncipe de la guerra, se les denomina “séquito”, y al jefe lo siguen sus “hombres de confianza”.

Con la desaparición de aquel que ostenta el carisma, dicha organización entra en decadencia y comienza un proceso de racionalización de las estructuras de poder. Al respecto, Weber (1977) menciona algunas formas históricas mediante las cuales se lleva este proceso, tales como la designación de un cuadro administrativo que ostenta el orden establecido o la búsqueda de un nuevo líder carismático.

Para ilustrar el punto anterior, es posible referir a líderes carismáticos como Adolf Hitler, Benito Mussolini y Iósif Stalin, los cuales, fueron personajes paternalistas que se desentendían de los atavismos de las instituciones políticas en nombre del pueblo y de utopías sociales. Sus ocurrencias y contradicciones lograron convertirse en una virtud retórica, sin embargo, no es posible afirmar que se trata de casos atípicos pues, como señala Weber (1977), si se profundiza en el estudio de la historia humana la aparición de este tipo de personajes es común.

Hoy en día podría considerarse al poder carismático como una suerte de vicio político: el declive generalizado de los regímenes socialistas, la consolidación de la democracia liberal al final de la Guerra Fría y la progresiva consolidación de la globalización económica son algunos factores que propician la formación de una cultura de la legalidad, la cual, está basada en instituciones y en donde no tiene cabida el poder carismático (al menos en teoría).

Sin embargo, en la era de la posverdad, es difícil determinar hasta qué punto pueden seguir influyendo los discursos de los “héroes políticos” sobre las masas. Esto a la luz de la intervención de los factores digitales y si se toma en cuenta que diversos actores políticos cuando, sobre una base populista, dicen defender los intereses y aspiraciones de la sociedad. Al respecto, Bartra (2021) no define al populismo como una ideología política o una estrategia. En contraste, se trata de un fenómeno que deviene de la cultura política de los países; este implica un liderazgo personalista, autoritario, carismático y fuerte, el cual se sitúa como el defensor de los intereses del pueblo.

Ante esto, cabe recordar que la exaltación del líder carismático fue en gran medida lo que llevo a Trump al poder. Aun en el cargo presidencial sus contradicciones y desaciertos no mermaron su popularidad, por el contrario, contribuyeron a crear un culto a su personalidad que llevó a cientos de fanáticos enardecidos a invadir el Capitolio ante el supuesto fraude que impidió su reelección. McIntyre (2018: 3) opina al respecto y menciona lo siguiente:

Es inútil reprochar a un Trump que miente porque viola las reglas del juego: él está en otra dimensión; a él la verdad, podemos decir, le trae sin cuidado. Desde el momento en que lo que dice, no importa lo que

sea, funciona (p. ej. reafirmando las convicciones de sus seguidores, o consiguiendo que no se hable de otra cosa), todo está en orden. Para expresarlo con una conocida consigna posmoderna: “lo importante no son los hechos, lo importante es la narración”.

Así, puede visualizarse que las recientes restricciones impuestas a Trump en las principales redes sociales por alentar y legitimar la violencia, constituirán el principal detonador de debates sobre los alcances de la libertad de expresión y sus límites.

Cabe recordar que, después del asalto al Capitolio en enero de 2021, Twitter, Facebook, Instagram, Twitch y aplicaciones como Google Play restringieron la difusión de mensajes emitidos por el ex presidente Donald Trump bajo el argumento de que sus palabras incitaban a la violencia. Esto resulta paradójico si se tiene en cuenta que en mayo de 2020, el ex mandatario firmó una orden ejecutiva para eliminar la responsabilidad legal de las redes sociales de regular el contenido que publican sus usuarios —esto, ante el hecho de que en días previos Twitter había etiquetado algunos de sus tweets como contenido engañoso (France 24, 2020)—. Sin embargo, los hechos recientes muestran que la interpretación legal que ha hecho la Suprema Corte de Justicia no ha dado tanto peso al mandato de dicha orden, lo cual es indicio de que el poder de los emisores de posverdades puede ser frenado mediante instituciones democráticas, como los pesos y contrapesos que caracterizan al sistema estadounidense.

1.3. Psicología de masas

La psicología de masas implica el estudio de los individuos cuando se agrupan en grandes colectivos. Así, mientras el individuo intenta alcanzar la satisfacción de sus

instintos e intereses personales, su comportamiento cambia radicalmente en función del grado en que comparte el sistema de valores de la comunidad en la que se encuentra inscrito. Según Le Bon (1895), cuando se juntan las personas tienden a desaparecer sus virtudes, su peculiaridad y su autonomía, pues tienden a repetir el comportamiento de los demás miembros de la comunidad sin cuestionar su actuar. De este modo, el “Yo” deja de existir para crear un “Nosotros”, es decir, una masa.

Según este enfoque, una de las principales características de las masas es que buscan líderes. Al perderse el ideal del “Yo” emerge un ideal de la masa, el cual se transfiere y se materializa en un individuo, es decir, en un líder que marca la pauta rectora del colectivo para representar sus intereses.

De este modo, el comportamiento grupal se limita a seguir a esa guía y, por lo tanto, no existe cabida para que los individuos presenten un alto rendimiento intelectual. Esto permite afirmar que el colectivo quiere ser dominado, pero también busca someter y por ello, predominan sentimientos simples y exaltados como la afectividad, la intolerancia y la impulsividad. La tesis de Le Bon (1895) sobre la “irracionalidad del comportamiento” como idea central de la psicología de masas, explica que las emociones primarias (miedo, odio, rechazo, asco, euforia, deseo de pertenencia, etc.) juegan un papel esencial en la voluntad del colectivo.

De tal suerte, la política, la religión, el ejército, la economía y la moda son algunos ámbitos en donde el comportamiento individual está determinado en gran medida por el grupo. No obstante, cada individuo puede ser partícipe de diferentes colectivos de acuerdo con las identidades que adopta, tales como la raza, los estamentos, la comunidad estatal, etc.

Sobre este punto Freud (1921) elaboró varios textos entre los que destaca su obra *Psicología de las masas y análisis del yo*. Según el autor, el factor principal que interviene en la psicología de masas es lo que denominó “la ilusión”, es decir, el deseo inconsciente de creer. La definición del término “ilusión” en su texto *El porvenir de una ilusión* enfatiza el hecho de que esta no puede reducirse a una percepción errónea, sino que es alimentada por un deseo (Freud, 1927). A su vez, Beyterlmann (2020: 56) ahonda en el tema y, para ejemplificarlo, menciona la cuestión política fundamental a la que se enfrentó el marxista francés George Sorel:

Quien fuera el “gran teórico del sindicalismo revolucionario (...) se preguntaba por qué, teniendo para sí una teoría tan coherente y estructurada como el marxismo (él mismo había sido uno de los introductores del marxismo en Francia), el movimiento obrero no había todavía logrado un verdadero impacto de masas ni la revolución social a la cual aspiraba.

De acuerdo con Beyterlmann (2020: 57), Sorel llegó a la conclusión de que el problema se encontraba en la teoría de la práctica política, pues el movimiento obrero, al ser un heredero del “Siglo de las Luces”, era:

una visión del mundo esencialmente racionalista, que se despliega en forma de análisis político, social y económico elaboradas y que requieren tiempo y estudio. El problema, recalcaba Sorel, es que para obtener una auténtica movilización de masas se necesitaban formas de apego emocional y de implicación colectiva que fuesen más allá del análisis y la explicación racional del mundo. Se necesitaban grupos concretos, formas de identificación, una mística, con creencias que polarizaran (en el sentido eléctrico) y atrajeran. En otras palabras, se necesitaban mitos (el mismo usa el término).

Este podría ser el problema arcaico y central de la manipulación política aplicada a las masas, pues los mitos, al ser capaces de llegar hasta las zonas más oscuras del inconsciente colectivo, permiten capitalizar de manera política a “la ilusión” colectiva

señalada por Freud (1927). Asimismo, esto explicaría la manera en que funciona la propaganda —entendida como un mecanismo para manipular y moldear la opinión pública, de acuerdo con Domenach (1950)—, que usa la publicidad y la ideología para que los mitos populares estén al servicio de la política.

Para ejemplificar este punto es posible mencionar al dictador italiano Benito Mussolini, quien fue el primer político en crear una corriente política moderna basada fundamentalmente en mitos, como la necesidad del enemigo, la omnipotencia del líder y el culto a la patria. Estos fueron algunos de los mitos más efectivos empleados por el fascismo italiano (Beytlemann, 2020).

Sin embargo, no hace falta ir muy lejos en la historia para encontrar ejemplos prácticos sobre la psicología de masas aplicada en la política. Cuando el cineasta Steve Tesich utilizó por primera vez el término posverdad en un artículo publicado en 1992 en la revista *The Nation* en el que habló de la primera guerra del Golfo, el autor se refirió a un fenómeno que no es muy diferente al descrito por Freud (1927) con el concepto de “la ilusión”. Tesich (1992; citado en Kreitner, 2016) hablaba de una ciudadanía que se resignaba al engaño de manera consciente, pues prefería ver la versión manipulada de las grandes corporaciones al ser esta mas “digerible” que los hechos en sí mismos.

Otro ejemplo claro de la manifestación de la psicología de masas estuvo presente en el caso de la salida del Reino Unido de la Unión Europea —comúnmente denominado “Brexit”—. Aunque la decisión recayó en la ciudadanía, esta estuvo influida en su mayor parte por la manipulación mediática. Durante varios meses, diversos grupos de interés publicaron de manera insistente sus posturas en los medios

de comunicación masivos y en las redes sociales. Dichas publicaciones emplearon argumentos sofisticados, pero también poco confiables (Blanco Alfonso, 2018).

Es por ello que puede afirmarse que los británicos decidieron su futuro y el de su nación en gran parte bajo el influjo de sus emociones. En este sentido, entregaron sus esperanzas a una causa cuyo atractivo residía en la forma en la que se presentó su contenido en los medios de comunicación. Lo anterior no sólo permite constatar la magnitud de la influencia del fenómeno de la posverdad —su influjo fue tal que logro que una democracia consolidada como la británica se tambaleara—, sino también la vigencia de los principios de la psicología de masas.

Aunque la psicología de masas va más allá de la manipulación política, esta confluye con el fenómeno de la posverdad en el hecho de generar una falsa percepción sobre lo real que es construida a partir de intereses políticos. Aunque la incidencia de la posverdad deviene en desinformación, su forma de actuar conlleva la oposición clásica entre pensamiento y emoción, lo cual, está estrechamente relacionado con la aplicación de la psicología de masas.

En síntesis, podemos afirmar que tanto la tesis de Le Bon (1985) sobre la "irracionalidad del comportamiento", como el mecanismo de "la ilusión" descrito por Freud (1927), muestran que gran parte de las decisiones colectivas en la esfera política funcionan a partir de principios básicos de la comunicación, tales como las emociones y los mecanismos psicológicos que intervienen en ellas.

2. LA POSVERDAD COMO FENÓMENO SOCIAL

" Lo que nos diferencia de nuestros antepasados es nuestro descaro frente al Misterio. Lo hemos incluso desbautizado: así nació el Absurdo."
(Cioran, 1952)

Para que la posverdad se materialice se requiere de un público que no solo esté dispuesto a creerla, sino que la busque y la difunda. Estas audiencias están constituidas por grupos que desconfían de las narrativas de los medios de comunicación tradicionales y, en consecuencia, buscan llenar los vacíos de información con supuestos "hechos alternativos" que pretenden alejarse de las versiones convencionales en aras de presentar una interpretación más fidedigna de la realidad.

Es por ello que el entendimiento del origen de la posverdad desde un enfoque social, exige que se aborde desde una perspectiva histórica y que se tomen en cuenta los factores principales que influyen en la esfera social, tales como el contexto cultural, los valores predominantes y la idiosincrasia colectiva en general.

Así, la banalización de la cultura en la actualidad y el auge de los grupos de odio en el mundo cibernético son claros ejemplos de la manifestación de la posverdad en dicho ámbito. Bajo esta línea de pensamiento, Vargas Llosa (2012) explica que las sociedades modernas se caracterizan por la fragilidad en los conceptos y estructuras

que rigen las relaciones humanas, así como por el predominio de un estilo de vida consumista. Todas estas características pueden ser consideradas como manifestaciones relacionadas con el surgimiento de una era de la posverdad. De este modo, una óptica enfocada en la complejidad del factor humano nos muestra un escenario determinado por el tiempo, así como por el progreso de la humanidad y su impacto civilizatorio.

2.1. Posmodernidad

Primero, se debe tener en cuenta que la humanidad vive en una época caracterizada por la zozobra y la incertidumbre general, en donde el propio concepto de “verdad” resulta polémico. Es por ello que se le ha dado en llamar “era posmoderna” ya que todo tema tiende a ser cuestionado, e inclusive, se establece una crítica hacia la existencia misma de una verdad objetiva y a la presencia de un marco de evaluación político neutral. No hay hechos —como decía Nietzsche— sólo interpretaciones, pues los “hechos” que prevalecen en un momento dado se constituirían en función del poder y no de la verdad.

Cabe destacar que los orígenes del posmodernismo se encuentran en el movimiento cultural que surgió en los años ochenta y que tomó como referentes a diversos pensadores del siglo XX, tales como a Martin Heidegger, Michel Foucault y Jaques Derrida. Así, una de las ideas fundamentales del posmodernismo es la noción de “deconstrucción literaria” de Derrida (1930; citado en Krieger, 2004), término que implica la imposibilidad de conocer realmente lo que el autor de un texto determinado quiere decir con sus palabras —dicha imposibilidad puede ser superada al separar las

distintas partes que constituyen al texto, para analizarle a la luz de diferentes criterios políticos, históricos, culturales y sociales—. Posteriormente, en los años ochenta y noventa esa idea se expandió rápidamente en el mundo literario y llegó hasta el campo de la Sociología.

A partir de entonces, diversos sociólogos adoptaron este concepto y lo aplicaron en sus respectivos análisis, lo cual, les permitió llegar a la conclusión de que cualquier fenómeno puede ser interpretado como un texto. Una de las premisas de este enfoque sostiene que no existe ninguna respuesta correcta y absoluta, sino que pueden existir diversas razones válidas. Desde esta perspectiva se relativizan los conceptos de “verdad” y “objetividad”, por lo que una idea puede explicar toda clase de motivos y razones (Krieger, 2004).

Si se compara esta premisa con la forma en la que opera la posverdad, es posible advertir que se trata de mecanismos similares, lo cual no es casualidad. Como se mencionó en líneas previas, la posverdad apela a la falta de verdad objetiva y recurre a explicación de interpretaciones alternativas. Estas, aunque carecen de sustento, se les brinda validez simplemente por el hecho de desafiar a las explicaciones convencionales; es por esto que el posmodernismo ha sido caracterizado como precursor de la era de la posverdad. Al respecto, McIntyre (2018) sostiene que su surgimiento puede ubicarse en el seno de las universidades estadounidenses porque han contribuido a cuestionar las nociones de “verdad” y “objetividad”. Lo anterior explica que dicho autor considere que al posmodernismo como el principal sustento conceptual de la posverdad.

Para ilustrar dicho punto puede mencionarse el surgimiento del negacionismo científico, cuyo punto culmen tuvo lugar a finales del siglo XX con el cuestionamiento de temas como el cambio climático, la efectividad de las vacunas y la relativización de las explicaciones brindadas por la teoría de la evolución.

Ante esto, MacIntyre (2018) señala que es posible rastrear el funcionamiento de diversas tácticas que operacionalizan al fenómeno de la posverdad al aplicar su lógica para entender a las ciencias, es decir, cuando se cuestionan los resultados científicos por parte de personas inexpertas en el tema bajo el argumento de la imparcialidad. Como señala el autor:

(...) una de las afirmaciones más comunes de aquellos a quienes no les gusta algún resultado científico en particular es que los científicos que obtuvieron esos resultados no eran imparciales (...) en algunos casos los no expertos sienten que redundaría en su beneficio cuestionarse tanto la motivación como la competencia de los científicos. Y de aquí es de donde surgió el “negacionismo respecto de la ciencia”.

Al respecto, cabe hacer referencia a la supuesta relación entre la aplicación de vacunas y el desarrollo de autismo en infantes, explicación que emergió de una investigación de dudoso rigor científico que fue elaborada por el doctor Andrew Wakefield y que estuvo en boga en el año 1998 (MacIntyre, 2018). Ante esto, MacIntyre, (2018: 8) sostiene lo siguiente:

Tenía un enorme y secreto conflicto de intereses, su investigación no se podía reproducir, y su permiso para ejercer la medicina le había sido retirado. Todo esto se supo en 2001, en el punto álgido de la historia vacuna-autismo. Más tarde, cuando se supo de forma definitiva que la investigación de Wakefield había sido un fraude y un engaño, el daño ya estaba hecho. Las tasas de vacunación se habían desplomado y la que había sido una enfermedad prácticamente erradicada (el sarampión) experimentó un brote que afectó a ochenta y cuatro personas a lo largo de catorce estados.

Con base en lo anterior, es posible afirmar que el negacionismo científico es un fenómeno que precede al surgimiento de la época de la posverdad, por lo que podría entenderse como una extensión de este que se ha llevado al extremo. Márquez Murrieta (2017: 13) concuerda con este planteamiento y sostiene:

El fenómeno de la posverdad y sus peligros, arraigan, a mi entender, indudablemente -aunque no exclusivamente- en tal declinar de la razón y de la confianza en la verdad; con ella pasamos de los peligros asociados a los imperialismos de la razón y las verdades absolutas e incontrovertibles, a la no menos peligrosa situación del todo vale y los tristemente célebres “hechos alternativos”, situación en la que florecen, como recientemente hemos podido constatar, posiciones demagógicas, irracionales, arbitrarias y radicales para las que no hay más verdad que la que ellas sostienen ni más razón que las que profesan.

En conclusión, podríamos afirmar que la posmodernidad (y el consecuente negacionismo científico y la credibilidad que se le ha dado a los llamados “hechos alternativos”) es un cimiento fundamental sobre el que se ha consolidado el fenómeno de la posverdad en la actualidad. Los mecanismos discursivos intrínsecos en las perspectivas posmodernas, han permitido que posturas radicales e irracionales se posicionen como alternativas populares que amenazan con desestabilizar proyectos democráticos consolidados a nivel global.

2.2. Cultura de masas

Es notorio el cariz comercial que prevalece en las sociedades modernas y que ha propiciado el predominio de un estilo de vida consumista. Así, la necesidad de atraer el favor de los consumidores por parte de las grandes corporaciones (economía de la atención), ha propiciado que se les otorgue mayor valor a las narrativas persuasivas

en detrimento de la confianza que anteriormente se atribuía a los discursos que apelaban a la racionalidad de la población. En otras palabras, el discurso que predomina en los medios de comunicación no se basa en la demostración, sino en la necesidad de persuadir, es decir, el valor agregado de sus narrativas radica en su capacidad para apelar a la emocionalidad.

En consideración del punto anterior, Albiac (2013) menciona que Pascal utilizaba el término “autómata” para hacer alusión a la instancia mental de los individuos que es sensible de ser persuadida. Se entiende por autómata al cuerpo, la imaginación, el sentimiento y, en general, a todo aquello en donde la racionalidad no tiene cabida. Por tanto, persuadir equivale a producir en una persona una reacción determinada mediante estrategias poco racionales.

En la actualidad, es evidente que existen diversos medios que funcionan sobre la lógica del “autómata”, pues intentan engañar a nuestros sentidos mediante mecanismos que manipulan nuestra percepción. Estos se manifiestan sobre todo en forma de publicidad y propaganda, las cuales han adquirido gran importancia en las sociedades modernas. Su auge, así como el fortalecimiento de las industrias del ocio y el entretenimiento, han sido caracterizadas por Vargas Llosa (2012) como el surgimiento de la “civilización del espectáculo”, en donde el divertirse y escaparse del aburrimiento se han convertido en la prioridad.

A su vez, Vargas Llosa (2012) se cuestiona cómo es que Occidente fue degradándose hasta convertirse en una civilización que otorga gran importancia a tales elementos y la respuesta la encuentra en el deterioro generacional de la cultura. Se trata de un fenómeno marcado por diversos acontecimientos históricos, como el

periodo de bienestar que se registró en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, la democratización del acceso a los medios culturales, así como el triunfo mundial de la lógica del mercado al finalizar el periodo de la Guerra Fría.

De tal modo, el autor explica que una de las consecuencias de estos acontecimientos fue la transformación de la cultura, es decir, de aquello que anteriormente representaba “una brújula, una guía que permitía a los seres humanos orientarse en la espesa maraña de conocimientos sin perder la dirección.” (Vargas Llosa, 2012: 19).

Entonces, la llamada “civilización del espectáculo” representa la corrupción de ese ideal, ya que el concepto de “cultura”, ha adoptado un significado contrario al de su razón de ser y ha devenido en incultura. Actualmente, el método, los modelos y los procedimientos que anteriormente se empleaban para crear productos culturales — por ejemplo, las ideas filosóficas, las creaciones artísticas, los ideales cívicos, los valores, etc.— tienen menos relevancia, cuestión que ha dado paso a lo que comúnmente se denomina “cultura de masas”. Esto debido a que en ella lo importante no es el conocimiento, el contenido de la información o la palabra, sino el hecho de llegar a la mayor cantidad de gente posible a través de narrativas persuasivas y comerciales.

En contraste, la cultura era anteriormente una especie de conciencia que impedía ignorar la realidad, al hombre culto le permitía establecer preferencias y jerarquías en el campo del saber. En palabras de Vargas Llosa (2012: 11):

[la cultura] Ahora actúa como un mecanismo de distracción y entretenimiento” (...) con sus consecuentes síntomas: “la banalización de las artes y la literatura, el triunfo del periodismo

amarillista y la frivolidad de la política (...) en las sociedades autoritarias la política corrompe y degrada la cultura, en las democracias modernas, la cultura o eso que usurpa su nombre es la que corrompe y degrada la política.

Una tendencia de esta nueva “civilización del espectáculo” parece ser el hecho de que una gran cantidad de personajes provenientes de la industria del entretenimiento han decidido incursionar en la política. Por ejemplo, es pertinente mencionar el caso de Donald Trump con sus apariciones habituales en programas de televisión, o también el caso de las elecciones presidenciales de 2019 en Ucrania, en donde Volodymyr Zelensky (comediante ucraniano) obtuvo una victoria aplastante, con un 73% de los votos totales.

En México se han registrado casos muy similares y, como muestra, pueden citarse las elecciones federales y estatales que se celebraron el domingo 6 de junio del 2021; en ellas, los partidos políticos recurrieron a la influencia de diversos personajes ajenos al ámbito político —por ejemplo, exfutbolistas, actores, conductores, cantantes, modelos y luchadores—. Uno de los casos más controvertidos fue el del partido Redes Sociales progresistas (RSP), que integró en sus filas a una gran cantidad de personajes del espectáculo (Expansión, 2021). Cabe recordar que dicho partido es de reciente creación, lo cual hace pensar que su origen es resultado de esa “civilización del espectáculo” que refiere Vargas Llosa (2012). Al buscar la aprobación de una gran cantidad de personas para obtener su registro, RSP utilizó los medios de la cultura de masas para posicionarse en el ámbito público, cuestión que permite corroborar que su influencia progresivamente ha permeado diversos espacios de la vida pública. De tal modo, el brindarles mayor prioridad a los discursos persuasivos en la política puede constituir una amenaza para la

consolidación del proyecto democrático, cuyos ideales abogan por el imperio de una racionalidad ilustrada entre la ciudadanía.

2.3. Descontento social

Para comprender íntegramente la dimensión social del fenómeno de la posverdad, es necesario tomar en cuenta el papel de aquellos individuos que son más propensos a ser persuadidos por la información sesgada y falsa. Específicamente se debe poner atención en su idiosincrasia y en su descontento social, los cuales, pueden ser importantes motivadores en la atribución de credibilidad a las noticias falsas.

Antes de todo, se debe empezar por describir el perfil de los propagadores de las noticias falsas. López Veneroni (2017) explica que los mecanismos de la posverdad surten efecto porque están dirigidos a audiencias que pueden y quieren creer en ellos. Así, se trata de grupos con un nivel educativo deficiente y que no tiene la costumbre de informarse de lo que ocurre en su entorno; también se caracterizan por mantener el deseo de mantener la calidad de vida que tienen a pesar de lo deficiente que esta resulte.

López Veneroni (2017) profundiza en su argumento y establece que estos individuos deciden creer en este tipo de relatos porque se sienten amenazados y no tienen la capacidad de identificar que no existe coherencia lógica entre lo que se describe como causa y el efecto percibido, es decir, se trata de la respuesta más fácil y práctica para enfrentar la complejidad sociopolítica que les rebasa.

Para ilustrar este punto, cabría recordar el reciente cambio de poderes en Estados Unidos, en donde una multitud de ciudadanos estadounidenses de escasos recursos y de ala conservadora, atacó el Capitolio en nombre de la causa de Donald Trump. De acuerdo con Fazio (2021), ellos representan a un sector de la población que se siente amenazado y desplazado en su propio país —el grupo étnico de los blancos, protestantes y anglosajones—, debido a diversos fenómenos que escapan a su control, tales como la presencia de inmigrantes, el deterioro de su nivel de vida y el multiculturalismo. De este modo, la frustración y el resentimiento explican en gran medida la idolatría hacia un líder carismático como Trump, que con sus declaraciones extravagantes parecía tener la solución a todos sus problemas.

También es necesario analizar el papel que juegan las agencias de desinformación, pues son ellas quienes parecen capitalizar en su mayor parte el malestar popular mediante noticias falsas y teorías de la conspiración. Incluso, la llegada de Donald Trump a la presidencia no puede comprenderse sin tomar en cuenta su papel en la formación de la opinión pública. Como señala McIntyre (2018), sin la participación de “medios alternativos” como *Breitbart*, *Infowars* y el resto de los medios de comunicación pertenecientes a la ultraderecha, Trump no habría sido capaz de difundir su discurso tan eficazmente y persuadir a aquellos que estaban más dispuestos a creer en él. Asimismo, la presencia de agencias de desinformación también explicaría la promoción de discursos relacionados con el racismo, el sexismo y las ideologías extremistas en las redes sociales, ya que su modelo de negocio suele fomentar el conflicto, la indignación y el odio.

Dentro de este contexto resulta oportuno mencionar a Freud (1930), quien aborda la tensa relación entre el individuo y la civilización desde una perspectiva psicológica. Según el autor, al individuo que habita en comunidad se le impone —a cambio de seguridad— la represión y dominación de sus impulsos naturales relacionados con la agresividad y la sexualidad. De este modo, el irremediable antagonismo que se genera entre las restricciones sociales y las “exigencias pulsionales” señaladas por Freud (1930), devienen en un sentimiento de culpa que finalmente beneficia a la comunidad. Esto demuestra que el continuo avance de la civilización propicia de manera indirecta insatisfacción y sufrimiento en el individuo.

En el presente trabajo no se profundizará en el origen de dicha tensión, lo que importa subrayar es que para Freud (1930), todos los seres humanos integran tendencias destructoras y antisociales, las cuales podrían contribuir a explicar en gran medida el surgimiento de la llamada “era de la posverdad”.

En contraste con el mundo real, en el ciberespacio no existen las restricciones sociales básicas que benefician a la comunidad, por lo que los propagadores de noticias falsas encuentran en el mundo cibernético un ambiente favorable para divulgar este tipo de información gracias al cariz anónimo de sus publicaciones. De esta forma, las noticias falsas que circulan en las redes sociales operan sobre una lógica aislada y particular, que es ajena a los parámetros de la civilidad.

Asimismo, las publicaciones anónimas en el mundo digital a menudo devienen en lo que comúnmente se conoce como “linchamientos digitales”, los cuales, podrían ser el escaparate ideal de aquel “malestar en la cultura” descrito por Freud (1930). Como señala Lorenzo Meyer (2021), en el universo de los “memes” y las noticias

falsas menudean los de la burla y los del odio más brutales que ingeniosos, expresiones que serían más reveladoras de la naturaleza de quienes las generan y las celebran, que de sus destinatarios.

Estas declaraciones concuerdan con el testimonio emitido por Humberto Eco (Nicoletti, 2015: 2), quien afirmó que las redes sociales le han dado el derecho de alzar la voz a

(...) legiones de idiotas que primero hablaban solo en el bar después de un vaso de vino, sin dañar a la comunidad. Ellos rápidamente eran silenciados, pero ahora tienen el mismo derecho de hablar que un premio Nobel. Es la invasión de los imbéciles.

En cuanto al exceso de información que abunda en internet, es pertinente mencionar que la Organización Mundial de la Salud (2020) se ha pronunciado al respecto y ha advertido sobre el surgimiento de un nuevo fenómeno digital que ha denominado “infodemia”. Este implica el exceso de información sobre un tema determinado, lo cual, propicia que se entremezcle información falsa con información veraz, generando a su vez confusión y desinformación.

Lo anterior da la impresión de que las redes sociales son un mecanismo de descarga libidinal que se disfraza de un libre foro de expresión y en donde, a veces, la exposición de información se vuelve irremediablemente caótica. En este sentido, las manifestaciones antisociales del ciberespacio probablemente reflejarían un fenómeno mucho más crudo que el “malestar en la cultura” descrito por Freud (1930). Más allá de la “infodemia”, es posible que sean auténticas manifestaciones digitales de “misocosmia”: la negatividad primigenia y amorfa que fundamenta la ontología del nihilismo y la misantropía. En otras palabras, se trataría de la hostilidad contra el

mundo y todo lo existente (Sloterdijk, 2006), y el síntoma definitivo del nihilismo consumado de la civilización occidental.

Para complementar esta perspectiva, es necesario recordar los escritos de Séneca (2003: 31), quien en su obra *De la ira*, advertía a sus coetáneos sobre los peligros de la viralización de la pasión humana más destructiva:

(...) pero no hay pueblo al que no atormente la ira, tan poderosa entre los griegos como entre los bárbaros, tan funesta a los que temen la ley como a los que miden el derecho por la fuerza. Además, las otras pasiones corrompen a los individuos; ésta es la única que a las veces se apodera de toda una nación. Nunca ardió en amor un pueblo entero por una mujer; jamás una ciudad entera cifró su esperanza en el dinero y la ganancia; la ambición domina en pechos aislados; el orgullo no es una enfermedad pública. Pero frecuentemente produce la ira levantamientos en masa. Hombres, mujeres, ancianos, niños, jefes y pueblos se encuentran unánimes, y la multitud, agitada por algunas palabras, va más lejos que el agitador.

En suma, podríamos afirmar que las pasiones destructivas que devienen en una suerte de “pandemias afectivas” ya existían en el mundo antiguo. Del mismo modo que el concepto de posverdad tiene un precedente directo con la retórica de la Grecia del siglo V a.C, también la irracionalidad de los modernos “linchamientos digitales” era conocida desde los inicios de la civilización Occidental. La diferencia con el presente radicaría fundamentalmente en el factor digital de los medios de comunicación y las redes sociales, en donde prevalece un mundo ajeno a los parámetros cívicos del mundo real y que, por lo tanto, constituyen el campo de cultivo ideal de la desinformación.

3. LA POSVERDAD COMO FENÓMENO COMUNICATIVO

“Nosotros hemos inventado la felicidad´ -dicen los últimos hombres, parpadeando.”
(Nietzsche, 1883)

En los capítulos anteriores se abordó el fenómeno de la posverdad desde una perspectiva política y social, sin embargo, una interpretación acertada de este concepto quedaría incompleta si no se toma en cuenta una perspectiva centrada en los avances tecnológicos que definieron el estilo de vida en las sociedades modernas. En este sentido, también es necesario abordarle desde una perspectiva enfocada en el ámbito comunicativo del discurso y del lenguaje.

Para adentrarse en el tema, se debe comenzar por señalar el papel del aspecto material o físico que hace posible la transmisión de las posverdades; esto con la finalidad de evidenciar la importancia de tales factores en la configuración del fenómeno estudiado. Posteriormente, será posible enfocarse en el aspecto digital que incluye la red global de comunicación que hace posible la transmisión masiva de información y, sin la cual, sería impensable el surgimiento de la era de la posverdad. Finalmente se señalará la naturaleza del discurso que impera en la posverdad y en el contenido de las noticias falsas, así como los factores cognitivos que han determinado la existencia del fenómeno.

3.1. Revolución multimedia

Es importante enfatizar que, de ninguna manera, el papel que juegan los medios en la construcción de la posverdad es banal. Por el contrario, son fundamentales tanto para la transmisión y recepción de la información, como por su capacidad para alterar y configurar la capacidad cognitiva de los seres humanos. Al respecto, Sloterdijk (1983) considera que tales herramientas tienen la capacidad de organizar la realidad y, en consonancia con estas afirmaciones, Vargas Llosa (2021) afirma que los medios no son sólo transmisores de contenido, sino que tienen gran influencia sobre los humanos y pueden modificar su manera de actuar y de pensar.

Sartori (1997) ahonda en este tema y explica que una transformación fundamental en la manera en que nos comunicamos comenzó gracias a la revolución multimedia que inició con la llegada del video a mediados del siglo XX. Específicamente, este cambio comenzó con la llegada de la televisión a la vida de los seres humanos, pues dicho acontecimiento constituyó un cambio radical que podría considerarse como una transformación evolutiva que continua hasta nuestros días.

Según el autor, lo que diferencia al *homo sapiens* de las demás especies es su capacidad simbólica. La especie humana evolucionó hasta desarrollar el lenguaje verbal; y el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita hizo posible el desarrollo de la cultura. Sin esa capacidad de comprender y transferir significado a los símbolos, simplemente no existiría el avance de la civilización.

La transmisión del lenguaje por medio de signos (y su consecuente proceso de fomento civilizatorio) experimentó grandes avances con el invento de la imprenta, ya que esta herramienta hizo posible que la comunicación se desarrollara a niveles cada vez más amplios, sobre todo entre los siglos XVIII y XIX con la llegada del periódico.

Posteriormente, a partir de la segunda mitad del siglo XIX empezó un nuevo periodo de avances tecnológico que aceleró y perfeccionó el proceso comunicativo. Entre los nuevos inventos se encontró el telégrafo, el teléfono y posteriormente la radio; este último artefacto fue responsable de revolucionar la comunicación de manera radical, ya que fomentó la masificación en la transmisión de los mensajes.

No obstante, tales inventos aún no afectarían la naturaleza simbólica de los seres humanos. Lo anterior cambió con la llegada de del video y la televisión, pues tales artefactos dan mayor prioridad a la imagen que al elemento escrito o hablado. Por tanto, representaron una revolución para las formas de comunicación y socialización. Al respecto, Sartori (1997: 26) opina lo siguiente:

La televisión —como su propio nombre indica— es “ver desde lejos” (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. En la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen y como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras.”

Con lo anterior, Sartori (1997) pretende argumentar que la continua exposición a las imágenes que producen la televisión atrofia nuestra capacidad de abstracción porque anula los conceptos, es decir, las elaboraciones mentales que fueron la base del proceso evolutivo que permitió el surgimiento del *homo sapiens*. Por consiguiente, la

modificación radical en nuestra capacidad de entender el mundo también generó a un empobrecimiento cognitivo, el cual, ha fomentado el tránsito del *homo sapiens* al *homo videns*. En opinión del autor, se trata de un animal que es producto de la televisión y cuya mente ya no está constituida por conceptos, sino por imágenes.

De lo anterior se puede deducir que la revolución multimedia que inició con la televisión y el video es un punto de inflexión que, en gran medida, ha dado paso al estilo de vida actual de las sociedades modernas. Dicho estilo de vida se caracteriza por la preponderancia de la imagen sobre la palabra, así como por el predominio de las emociones sobre la razón (Sartori, 1997).

Se debe tener en mente que el sector de la imagen publicitaria actualmente cuenta con profesionales cuya labor va más allá del diseño gráfico, pues sus funciones también recaen en el terreno de la psicología, la economía, la política, la sociología, la retórica y el arte. Por ende, la publicidad no solamente vende bienes comerciales, sino también bienes ideológicos y culturales.

De este modo, la crítica de Sartori (1997) hacia la época contemporánea brinda una perspectiva valiosa para comprender el surgimiento de la era de la posverdad, puesto que sería difícil de entender el auge de las noticias falsas sin la intervención del factor multimedia en los medios de comunicación.

3.2. Globalización

El cambio de siglo ha traído múltiples transformaciones cuyo principal objetivo ha sido la materialización de un proceso de modernización que parece no tener fin. Es en este

contexto en donde surgió la llamada “era de la posverdad”; y por ello, para analizar el fenómeno de divulgación de posverdades se requiere examinar la red global de comunicación que existe actualmente, pues es un hecho que los progresos tecnológicos en materia de comunicación han adquirido un nivel muy avanzado.

Como señala Escalante Gonzalbo (2015), la característica principal del presente es la tecnológica. Es por ello que puede afirmarse que la interconexión global es resultado del avance que se suscitó en las décadas posteriores a la revolución multimedia del video y la televisión, a la par de la expansión del proceso de globalización.

Sobre este último punto, cabe precisar que el proceso de globalización implica la liberación e integración global de los mercados (Steger, 2003); dicho fenómeno emergió a finales del siglo XX desde el ámbito de los procesos económicos mundiales. A grandes rasgos, puede afirmarse que es el resultado de grandes cambios en el ámbito internacional que se suscitaron después de la Guerra Fría y que devinieron en una fuerte integración de productos, mercados y capitales. Algunos de los acontecimientos que precedieron al origen de dicho fenómeno fueron la caída de los regímenes comunistas, el ascenso de los movimientos democráticos y el consecuente triunfo mundial de la lógica del mercado.

Sin embargo, la globalización implica una serie de cambios radicales en otras esferas de la vida humana que trascienden el ámbito económico. Como señala Giddens (2000), se trata de un suceso reciente y acelerado que suele asociarse con procesos económicos, pero incluye otros aspectos del ámbito histórico, social, político, ecológico e ideológico. Por ello, también puede considerarse como un fenómeno de

corte cultural y tecnológico. Giddens (2000) profundiza en este punto al afirmar lo siguiente:

En esta era global vivimos el despliegue de potentes redes de comunicación a lo largo de todo el mundo (...) parece que en el mundo se ha allanado el camino para el libre flujo de ideas y el libre acceso a los mercados. Los medios de comunicación han eliminado las distancias entre los países permitiéndonos saber qué sucede en todo el mundo, y en tiempo real (...) además de haber trastocado la economía y el trabajo, el comercio y las finanzas internacionales, su existencia altera la textura misma de nuestras vidas, seamos ricos o pobres.

En palabras de Peirano (2019), si consideramos a esta red global de información “como un único proyecto llamado internet, podríamos decir que es la infraestructura más grande jamás construida, y el sistema que define todos los aspectos de nuestra sociedad”. Sin embargo, dicha infraestructura está fuera de nuestra vista pues, tal como señala la autora, su interfaz funciona en base a un lenguaje diseñado no para facilitar nuestra comprensión de esta, sino para ofuscarla. Esto demostraría que la *herramienta más democratizadora de la historia* en realidad no es libre, abierta o democrática y que, por lo tanto, puede representar una seria amenaza para las libertades y los derechos civiles.

En el peor de los casos, las nuevas tecnologías son empleadas como un medio de espionaje por parte de diversos actores políticos corruptos para acosar, invalidar y silenciar a sus rivales, así como a periodistas, investigadores o activistas sociales; esto, con el fin de ridiculizar y desprestigiar movimientos civiles a través de sus líderes. No obstante, los continuos avances tecnológicos están propiciando la creación de un ecosistema que podría denominarse «Economía de la vigilancia» (Peirano, 2019), en

donde es muy fácil que toda clase de información pueda llegar a manos privadas; ya sean grupos comerciales, *data brokers*, consultoras políticas o el crimen organizado.

Al respecto, Peirano menciona el serio problema ético que tienen algunas compañías que cuentan con sistemas de extracción de datos y toman la decisión de “vender a sus usuarios al mejor postor” (Peirano, 2015), vulnerando derechos fundamentales protegidos por la Constitución y contribuyendo, de esta manera, a una cultura de la ultra-vigilancia y el control.

Por su parte, Chul Han (2000) menciona que nos encontramos en un momento donde se registra una suerte de “psicopolítica digital”, término que supuestamente aludiría a la capacidad de las nuevas tecnologías para detectar y aprovechar los patrones del inconsciente colectivo por medio del Big Data.

También es necesario rescatar el pensamiento de Ellul (1954; citado en Jalife, 2007) en su obra *La sociedad tecnológica*, en donde advierte sobre la influencia de la “tiranía tecnológica” en el individuo y sus patrones de conducta. De tal modo, se plantea que dicha influencia propició la emergencia de un nuevo contexto que el autor califica como “artificial, autónomo y nihilista”, porque la omnipotencia de la tecnología ha desplazado a otros ámbitos como la Política y la Economía. En síntesis, en lugar de adaptar la tecnología a las necesidades humanas, el individuo se ha adaptado a los dictados de la tecnología.

Así, una de las formas en la que la globalización tecnológica alteró la vida de los seres humanos fue a través de la manera en la que estos se informan. El fortalecimiento de la desinformación y el surgimiento de las noticias falsas también

son consecuencias directas de la globalización tecnológica, pues constituyen un problema intrínseco de la libre transmisión de información digital. Al no haber límites precisos y claros en el mundo digital (filtros), la información está al alcance de cualquier persona o grupo y esto puede ser aprovechado para manipularla.

En este sentido, puede afirmarse que existe una relación directa entre la globalización tecnológica y el surgimiento de la “era de la posverdad”, pues sin la enorme infraestructura digital de los medios sería imposible entender su capacidad de viralizar la información e imaginar el problema de las noticias falsas.

Asimismo, es evidente que los efectos adversos de la desinformación apenas son evidentes. Las formas cada vez más sofisticadas de engañar a nuestros sentidos representan un *caldo de cultivo* para la emergencia de nuevas formas de manipulación mediática. Esto demuestra que, aunque la desinformación lleva siglos entre nosotros, el acelerado cambio tecnológico de las últimas décadas ha amplificado la amenaza que esta representa. A manera de ejemplo puede citarse el ascenso de Trump a la presidencia o el caso del *Brexit*, acontecimientos que ilustran los extremos a los que puede llegar la información manipulada y el hecho de que la humanidad se dirige hacia un contexto en donde la realidad parece cada vez más esquiva.

3.3. Sesgos cognitivos

Para examinarlo a cabalidad, también es necesario entender al fenómeno de la posverdad como un hecho vinculado a la capacidad cognitiva de los seres humanos. De esta forma, será posible comprender por qué son tan efectivos los discursos de los

emisores de posverdades, así como entender las trampas del lenguaje de las que se sirven.

Para comenzar, se debe señalar que la posverdad no funciona únicamente debido a las cualidades intrínsecas de los medios de comunicación, sino que su éxito también radica en la naturaleza humana. En general, los seres humanos no estamos dotados de un nivel de racionalidad tan alto como comúnmente se piensa; y esto se explica porque, a lo largo de la historia de la evolución humana, hemos desarrollado mecanismos psicológicos que nos apartan de la objetividad.

A dicho fenómeno se le ha dado en llamar “sesgo cognitivo” y en palabras de Matute (2015; citada en Hancock, 2015: 1):

Todos somos víctimas de los sesgos cognitivos, que son interpretaciones erróneas e ilógicas de la información disponible. Mas que errores, son atajos, son mecanismo que usamos en el día a día y que funcionan muy bien para tomar decisiones rápidas.

Por su parte, McIntyre (2018) señala el aspecto personal intrínseco en el sesgo cognitivo y explica que puede caracterizarse como un “mecanismo de defensa del ego”. Se trata de una herramienta mental que es parte de la herencia humana y que en diversas ocasiones nos hace creer que somos más inteligentes de lo que aparentamos.

Entre los diversos tipos de sesgos cognitivos que existen —por ejemplo, las disonancias cognitivas, el sesgo de conformidad social y el razonamiento motivado—, es necesario profundizar en dos de ellos porque son los más importantes para entender el fenómeno de la posverdad. El primero es el denominado “sesgo de confirmación” y consiste en brindar credibilidad a aquella información que coincide con

el sistema de creencias o de valores propio. Hilbert (2020; citado en Hopenhayn, 2020) explica que si un determinado dato refuerza la opinión de un individuo es 90% menos probable que este le identifique como información falsa y, aunque se compruebe su carácter de falsedad, es un 70% más probable que después de un tiempo la persona recuerde dicho dato como verdadero.

El segundo sesgo relevante es el llamado “sesgo de novedad” y tienen que ver con el hecho de que los seres humanos prestamos mayor atención a aquello que nos resulta novedoso —lo cual podría tener el fin de identificar posibles amenazas en nuestro entorno—. De este modo, los sesgos cognitivos parecen ser el factor clave que explica por qué tantas personas son propensas a creer en noticias falsas simplemente por hecho de que resultan novedosas. Esto también explicaría porque todo tipo de información carente de evidencia científica recibe mucha atención, cuestión que es presumiblemente el resultado de una adaptación evolutiva (Hilbert 2020; citado en Hopenhayn, 2020; McIntyre, 2018).

Por tanto, puede afirmarse que el fortalecimiento del fenómeno de la posverdad también es resultado de cualidades en la naturaleza humana vinculadas a la cognición. Al ser propensos a dar credibilidad a aquello que confirma sus valores e ideas, así como brindarle una atención extraordinaria a la información que parezca novedosa, las personas son propensas a confiar en noticias o hechos que no han sido confirmados y que retan directamente a los cimientos del paradigma del método científico.

No obstante, cabe subrayar que el surgimiento de la llamada era de la posverdad no habría sido posible sin el papel que juegan los medios de comunicación

modernos, pues ellos propician que se refuercen nuestros sesgos cognitivos. El gran alcance que han adquirido en la actualidad (principalmente mediante el surgimiento de las redes sociales) les ha dotado de un gran poder para diseminar información poco confiable; y así, entre más se ensancha la cantidad de usuarios que utilizan los medios digitales, se vuelve más fuerte la capacidad de acción de los mecanismos de la posverdad. Sobre este punto, McIntyre (2018: 59) señala lo siguiente:

(...) la posverdad no surgió en los años 50 o ni siquiera en los 60. Esperó la tormenta perfecta que tenía algunos otros factores como el “sesgo partidista extremo” y los “silos” de las redes sociales que surgieron a comienzos de los años 2000 (...)

En este sentido, es necesario tener presente la extraordinaria conectividad del presente para comprender como se ha llegado al punto en donde los medios de comunicación y sus algoritmos son capaces de explotar nuestras conductas irracionales; es por ello que podría decirse que la irracionalidad humana ya resulta incluso predecible. En suma, tanto la posverdad como las noticias falsas, funcionan en gran medida debido a los sesgos cognitivos intrínsecos en nuestra naturaleza, pero la llegada de las nuevas tecnologías fue el catalizador más importante que favoreció el surgimiento de la era de la posverdad.

CONCLUSIONES

“Una nueva arena general y virtual de la sociedad mediática de entretenimiento. Una metarena totalitaria. Algo que va mucho más allá de la sociedad del espectáculo de Guy Debord y que sirve para dirigir el resentimiento de las masas.”

(Sloterdijk, 2019)

El presente trabajo permitió verificar que los mecanismos generadores de la posverdad socavan y empobrecen el debate público. Al carecer de las herramientas intelectuales suficientes para encontrar el balance entre hechos e interpretaciones, el grueso de la población no tiene la capacidad para detectar información falsa de manera eficaz y, por lo tanto, su capacidad para tomar decisiones informadas se ve debilitada. Es por ello que el uso de los mecanismos de la posverdad como estrategia de comunicación política supone un peligro grave para la democracia, pues esto conlleva la corrupción de la opinión pública ante la proliferación de la desinformación.

Además, en este trabajo se reflexionó sobre el hecho de que, aunque la posverdad tiene antecedentes históricos y culturales, constituye un fenómeno con características particulares, puesto que también se puede interpretar como un reflejo del estilo de vida contemporáneo. De tal suerte, la amenaza que representa la desinformación en la vida cotidiana exige que constantemente se busquen medios y alternativas para contrarrestar sus efectos. En este sentido, el objetivo central de la tesina fue hacer una revisión teórica y conceptual sobre algunos de los principales

enfoques y perspectivas que posibilitan la comprensión del surgimiento de la posverdad; así, entre mejor sea el entendimiento de dicho fenómeno será más fácil identificar las alternativas para mitigar el impacto de sus consecuencias.

Primeramente, cabría mencionar que la realización del presente trabajo de investigación me permitió darme cuenta de la importancia de aquellos elementos que están presentes en los procesos de transmisión de información y en la generación de conocimiento, así como de los que son fundamentales en la construcción de una narrativa y que están estrechamente vinculados al fenómeno de la posverdad cuando son utilizados deliberadamente para manipular la información.

Al respecto, podríamos señalar que la coherencia general de un texto depende de la narración, el estilo de la argumentación, las descripciones, las explicaciones y las definiciones. Estos factores —que son propios de la semántica y la gramática— brindan mayor detalle y exactitud a las narrativas y, por lo tanto, posibilitan la generación de modelos mentales más detallados y organizados en la construcción de conocimiento. Asimismo, constaté que el contenido de un texto posee la cualidad de hacer llegar su significado mediante la vía de la superficialidad y de la profundidad, es decir, desde lo evidente y lo oculto. Estas dos dimensiones se identifican comúnmente como denotación y connotación.

Por un lado, la denotación es el componente referencial del texto; engloba aquello que nos informa sobre los acontecimientos, personajes y sobre la historia en general. Si se retoma la explicación brindada por Giudici Fernández (s.f.), puede afirmarse que en el ámbito de la lingüística la denotación es el nivel literal del texto, es decir, se trata del significado evidente de una expresión o palabra; este puede

encontrarse en los diccionarios y por lo tanto constituye el significado común a todos los hablantes de una lengua. Mientras tanto, la connotación aparece cuando se explora el significado oculto de las palabras. Este nivel abarca significados de carácter figurado, particulares o implícitos, que una expresión o palabra puede tener en función del contexto en el que se utilice.

A la luz del análisis de la posverdad, la comprensión del funcionamiento de ambos elementos es relevante para corroborar que el lenguaje puede ser empleado para emitir discursos que pretenden manipular las creencias de la opinión pública. Teniendo en cuenta esto, la investigación documental también me brindó la posibilidad de comprender cómo opera la posverdad desde sus dimensiones política, social y comunicativa.

Desde el ámbito político, comprendí que el empleo de la retórica en la antigua Grecia permitió que los demagogos manipularan la información a discreción y persuadieran a la población para que esta brindara credibilidad a sus discursos. Asimismo, entendí que la retórica no necesariamente implica falta de objetividad en los hechos que se presentan. En contraposición, la posverdad implica la voluntad de ignorar cualquier parámetro relacionado con la veracidad o la comprobación científica para garantizar que el receptor del mensaje entienda los hechos de cierta forma.

A su vez, se observó que los actores que generan la posverdad en la época actual suelen tener un carácter populista, pues emplean las herramientas del poder carismático descrito por Weber (1977). Por tanto, al combinar mecanismos de persuasión sofisticados con el apoyo de los procesos psicológicos que operan en los colectivos de personas —aquellos que Freud (1921) englobó bajo la noción de

“psicología de masas”—, es posible manipular la opinión pública y dar paso al surgimiento de posturas radicales e irracionales que se posicionan como supuestos “hechos alternativos”.

Por otro lado, el análisis de la esfera comunicativa me permitió entender que los medios de comunicación (que son fundamentales para la transmisión y recepción de la información) no son sólo transmisores de contenido, sino que pueden influir y trastocar de manera determinante las capacidades cognitivas de los seres humanos.

Igualmente, me fue posible entender que el fortalecimiento de la desinformación es resultado de la globalización tecnológica, la cual ha posibilitado la libre transmisión de información digital. Por ende, la falta de límites precisos y claros en el mundo digital ha hecho que la información sea fácilmente manipulada y tergiversada de manera constante.

No obstante, la posverdad no funciona únicamente debido a las cualidades intrínsecas de los medios de comunicación, sino que su éxito radica también en determinadas cualidades de la naturaleza humana. En otras palabras, los sesgos cognitivos intrínsecos de las personas posibilitan que se les brinde credibilidad a supuestos “hechos alternativos” y a las noticias falsas; ya que la gente tiende a creer en aquello que coincide con sus ideas, así como en brindarle atención a información que les resulta novedosa.

A grandes rasgos, y en base a lo anterior, las variables analizadas a lo largo de este trabajo me ayudaron a visualizar la complejidad del surgimiento del fenómeno de la posverdad, el cual, es resultado de la confluencia de factores políticos —la

aplicación de estrategias de manipulación mediática por parte de determinados grupos—, sociales —idiosincrasia de la época— y comunicativos —emergencia de la globalización tecnológica y la constante revolución multimedia—, así como de la propia naturaleza humana, cuyo ideal de racionalidad se ha puesto en entredicho en la época contemporánea.

Desde una perspectiva más profunda y centrada en el tema de la desinformación digital, debemos mencionar que dicho problema se remonta al cambio de mentalidad que comenzó a mediados del siglo pasado con la llegada de la televisión y los medios audiovisuales, el cual, se consolidó con la globalización tecnológica. A su vez, esto dio origen a la denominada “cultura de masas” que refiere Vargas Llosa (2012), en la que predomina la imagen sobre la palabra y las emociones sobre la razón. Dichos factores definen al mundo actual y condicionan el estilo de vida de las sociedades modernas, en donde la información se disemina de forma muy rápida mediante la gran diversidad de medios de comunicación a los que se tiene acceso. De esta forma, la población se encuentra permanentemente expuesta a toda clase de contenidos persuasivos, un hecho que, sumado al prevalente “malestar en la cultura” descrito por Freud (1930), se manifestaría actualmente en forma de un cinismo universal y difuso (Sloterdijk, 1983), caracterizado por una incredulidad generalizada hacia toda clase de narrativas y discursos informativos (incluso hacia aquellos que tienen un carácter científico).

Es en este contexto en donde surge la posverdad, término que ha servido para definir a una época en la que toda clase versiones sesgadas se sobreponen a la realidad y en donde los individuos y grupos tienden a optar por una suerte de

ignorancia deliberada, es decir, estos eligen conscientemente no informarse o evadir el examen del conocimiento que está a su alcance.

Ante la crisis de credibilidad generalizada y la percepción de una realidad compleja, la gente suele mostrar desinterés hacia el hecho de que los medios distorsionen la realidad, puesto que hace tiempo que no espera que el emisor transmita información enteramente confiable. Pareciera que las audiencias se han rendido ante la manipulación de la realidad. Como lo explica Müller-Thyssen (2018: 3):

En este mundo del disparate, se apela directamente y sin cortapisas a las filias y las fobias del destinatario del mensaje, al que los datos le aburren, las estadísticas le confunden y hasta agradece un relato de la realidad que convierta la verdad de los hechos en una manipulada verdad de las pasiones (...) la diferencia de la posverdad con respecto a la mentira radica en la disponibilidad del individuo a aceptar el engaño.

Ante esto, es posible afirmar que el auge de las noticias falsas y el resurgimiento global de manifestaciones populistas en el ámbito de la política son una consecuencia directa de dicho fenómeno. Los “hechos alternativos” tienen éxito en la actualidad porque, aunque se apartan de los parámetros de la racionalidad y la objetividad, simplifican la manera de entender el mundo y, a su vez, esto confluye con el hecho de que los individuos tienden a admitir como verdadera aquella información que se adapta a sus creencias y sistemas de valores. De esta forma, es común que los emisores de las posverdades se ganen la aprobación de la opinión pública, puesto que la conciencia de esta se encuentra ya vacía y desorientada.

Como fue señalado anteriormente, la posverdad y su aplicación en el ámbito político no es una cuestión nueva. El estudio de la desinformación y las mentiras han

estado presentes a lo largo de la historia humana —su origen puede situarse en la antigua Grecia—, sin embargo, el acelerado cambio tecnológico de las últimas décadas ha amplificado el impacto de este fenómeno en las sociedades contemporáneas. Actualmente, la posverdad ya no sólo es un recurso que está en manos de una clase política determinada, sino que está al alcance de cualquier grupo o individuo. De tal modo, el ascenso al poder de Donald Trump, el *Brexit*, el referéndum de paz en Colombia, así como la respuesta colectiva al contexto de pandemia, son expresiones de la intensificación de dicho fenómeno (Acevedo, 2020).

Asimismo, lo anterior puede evidenciar el declive de los medios de comunicación tradicionales; cuestión que, aunada al auge de las redes sociales y el problema de las noticias falsas, han socavado cada vez más los parámetros de la verdad y la razón, las cuales fueron categorías cardinales en el desarrollo del pensamiento y la cultura Occidental. De esta forma, puede observarse que la forma de hacer política en la actualidad cada vez más está adoptando técnicas propias de la publicidad y la mercadotecnia. Dichas estrategias tienen como audiencia a un público que se aburre fácilmente y que necesita emociones fuertes, por ello, la revolución multimedia exige que los actores políticos sean cada vez más versados en el lenguaje de los medios; esto si pretenden sobresalir en un contexto en donde pareciera que casi todo tiene un cariz comercial.

Por otro lado, es común que al hablar de hechos fundacionales de la posverdad se recurra a acontecimientos como la salida del Reino Unido de la Unión Europea y al ascenso de Donald Trump al poder (Universidad Carlos III de Madrid, 2019). Aunado a lo anterior, no se debe olvidar que las elecciones presidenciales de los Estados

Unidos en 2016 establecieron al término “posverdad” como la palabra del año. Esto demostraría que, aunque este neologismo guarda una relación directa con la cultura de la conectividad, la revolución de los medios y las redes sociales, el fenómeno al que hace referencia es esencialmente político.

En síntesis, el vínculo entre la posverdad y la política es inseparable e inevitable y ha estado presente desde mucho tiempo atrás. Actualmente, las nuevas distorsiones retóricas de la realidad se presentan en forma de noticias falsas e infodemia, sin embargo, podríamos afirmar que su esencia es la misma desde que dicho fenómeno fue observado por Platón en la antigua Grecia: la “subordinación de la verdad a intereses políticos” (McIntyre, 2018: 21).

En cuanto a las alternativas de solución para contrarrestar las consecuencias de la posverdad, se sugiere comenzar por fomentar el respeto hacia los hechos. Como señala McIntyre (2018: 119), la cuestión fundamental “no está en aprender a adaptarnos a vivir en un mundo en el que los hechos no importen, sino en luchar a favor de la verdad y aprender cómo contraatacar”.

Ya sea que se opte por apoyar el desarrollo de la investigación científica o la información periodística confiable, así como la contrastación y la ética en la generación de conocimiento, lo importante es defender la objetividad para construir un futuro basado en hechos. También habría que fomentar el desarrollo de pensamiento crítico a través de la reflexión y la introspección, ya que un público crítico es siempre menos manipulable. En este sentido, no hay mejor forma de hacer esto que empezar a someter los juicios y afirmaciones personales al escrutinio intersubjetivo del discurso racional.

También se deberían repensar los valores y principios básicos de la democracia, así como su relación con los nuevos medios de comunicación y la constante revolución multimedia. La resistencia que muestran algunos medios a reconocer derechos básicos de las audiencias, muestra la ausencia de una cultura democrática plena en el contexto actual y esto contribuye a percibir al ciudadano como un mero cliente o usuario (López Veneroni, 2021).

Si bien es cierto que la tradición democrática se ha caracterizado por el equilibrio de poderes y el cuestionamiento permanente, su influjo se interrumpe cuando los poderes fácticos niegan la posibilidad de intercambiar argumentos y contrargumentos, es decir, cuando no fomentan la expresión de los intereses de la población y cuando presentan una versión parcial y sesgada de la realidad. Ante esto, Sloterdijk (2016) opina que lo que muchas veces pretende ser información no suele ser más que un entramado de “emoción, envenenamiento y destrucción del juicio público”. El autor se ha posicionado al respecto y opina que la información sobre el impacto de los medios de comunicación es un desiderátum que debería presentarse ante las constituciones pues, en la actualidad, los medios de comunicación constituyen un punto ciego para el orden democrático.

Con base en lo anterior, es posible concluir que la consolidación de la democracia es el resultado del diseño permanente de instituciones, así como de la construcción de una cultura comprometida con la participación y las buenas prácticas políticas. Es por ello que, aunque la desinformación es un problema capaz de desestabilizar el proyecto democrático, la tarea de la clase política es idear mecanismos para salvaguardar sus principios, así como para recuperar la confianza

de la población en dichos ideales —el pluralismo, la civilidad y la razón—, y en la polémica basada en hechos. Si no se diseñan alternativas de solución para mitigar el impacto de la posverdad en las democracias contemporáneas, será difícil que estas sobrevivan en un contexto caracterizado por el abuso de poder por parte de los medios.

REFERENCIAS

- Acevedo, E. (2021). Pandemia y política en el mundo. *W Radio*. Recuperado de:
https://wradio.com.mx/radio/2021/03/20/nacional/1616274593_639882.html
- Albiac, G. (2013). *Blaise Pascal. La máquina de buscar a Dios (Una antología)*. España: Tecnos.
- Antón, J. (2019). Peter Sloterdijk: “La vida actual no invita a pensar”. España: *El País*.
Recuperado de:
https://elpais.com/elpais/2019/05/03/ideas/1556893746_612400.html
- BBC News. (2021). Congreso de EE.UU. por parte de los seguidores de Trump. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55568590>
- Beyterlmann, D. (2020). Los tres golpes: lo que Freud vio. *Revista de la Universidad de México*, (858): 55-64.
- Blanco Alfonso, I. (2018). Creencias, posverdad y política. *Doxa Comunicación*, (27): 421-428.
- Chul Han, B. (2000). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. España: Herder Editorial.
- Cioran, E.M. (1952). *Silogismo de la amargura*. Francia: Editions Gallimard

Diccionario Oxford. (2016). Post truth. En *Oxford Learners Dictionaries*. Recuperado el 07 de julio de 2021, de <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>

Domenach, J.M. (1950). *La propaganda política*. Francia: Presses Universitaires de France.

Escalante Gonzalbo. (2015). *El Neoliberalismo*. México. COLMEX.

Expansión. (2021). Luchadores, actores y deportistas, se apuntan a la contienda electoral 2021. México: Expansión. Recuperado de: <https://politica.expansion.mx/mexico/2021/01/19/luchadores-actores-y-deportistas-se-apuntan-a-las-elecciones-2021>

Fazio, C. (2021). *El asalto armado al Capitolio*. México: La Jornada. Recuperado de: <https://www.jornada.com.mx/2021/01/11/opinion/016a1pol>

France 24. (2020). En "defensa de la libertad de expresión", Trump firmó la orden que regula las redes sociales. Francia: *France 24*. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/20200528-trump-firma-orden-regulacion-redes-sociales>

Freud, S. (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Argentina: Amorrutu Editores

Freud, S. (1927). *El porvenir de una ilusión*. España: Taurus.

Freud, S. (1930). *El malestar de la cultura*. México: Alianza Editorial.

Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. España: Ediciones Taurus.

- Giudici Fernández, B. (s.f.). Denotación y connotación revisited. España: *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/09_10/09_10_053.pdf
- Hancock, J. (2015). Votas mal: 15 sesgos que influyen en tu voto (aunque ni lo sospeches). España: Verne. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2015/12/14/articulo/1450104524_477811.html
- Hopenhayn, D. (2020). Martin Hilbert: "La verdadera fuente de poder de las redes ha sido llevarnos a nuestro narcisismo, enojo, ansiedad, envidia, credulidad y, por cierto, a nuestra lujuria". *BBC Mundo*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54484758>
- Jalife, A. (2007). *Hacia la desglobalización*. México: Grupo Editor Orfila Valentini.
- Keyes, R. (2004). *The Post-truth Era: Dishonesty And Deception In Contemporary Life*. Estados Unidos: St. Martin's Press.
- Kreitner, R. (2016). Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment. Estados Unidos: The Nation. Recuperado de: <https://www.thenation.com/article/archive/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/>
- Krieger, P. (2004). La deconstrucción de Jacques Derrida (1930-2004). *Anales del instituto de investigaciones estéticas*, (84): 179-188.
- Lambertucci, C. (2021). Roger Bartra: "López Obrador es un populista de derechas de manual". México: *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/mexico/2021-03-28/roger-bartra-lopez-obrador-es-un-populista-de-derechas-de-manual.html>

Le Bon, G. (1895). *La muchedumbre: un estudio de la mente popular*. España: Editorial Verbum.

López Veneroni, F. (2017). La posverdad como distorsión retórica de la realidad. *Gaceta Políticas*. (264): 3-5.

López Veneroni, F. [@tantricum]. (20 de mayo de 2021). *La resistencia de los medios electrónicos comerciales y de algunos legisladores a reconocer derechos básicos a las audiencias denota, en aquellos, la ausencia de una cultura democrática. Insisten en ver al ciudadano como un mero usuario o cliente.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/tantricum>

Márquez Murrieta, M. (2017). La posverdad y el declinar de la razón. *Gaceta Políticas*. (264): 11-14.

McIntyre, L. (2018). *Posverdad*. España: Cátedra.

Meyer, L. [@DrLorenzoMeyer]. (29 de enero de 2021). *En el universo de los “memes” y mensajes en relación a la enfermedad de AMLO -el covid- menudean los de burla y odio más brutales que ingeniosos. Esas expresiones son más reveladoras de la naturaleza de quienes las generan y las celebran que de AMLO y su proyecto político.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/DrLorenzoMeyer/status/1355192207708307456>

Müller-Thyssen, J. (2018). La posverdad somos nosotros. España: *ethic*. Recuperado de: <https://ethic.es/2018/05/la-posverdad-somos-nosotros/>

- Nicoletti, G. (2015). (11 de junio de 2015). En *Eco, i social network e le legioni di imbecilli. Difendere la verità è un lavoro che costa fatica*". La Stampa.
Recuperado de: <https://normas-apa.org/referencias/citar-entrevistas/>
- Nietzsche, F. (1887). *La genealogía de la moral*. España: Alianza.
- Nietzsche, F. (1883). *Así habló Zaratustra*. Argentina: Terramar.
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2021). Primera Conferencia de la OMS sobre Infodemiología. Ginebra: OMS. Recuperado de: <https://www.who.int/news-room/events/detail/2020/06/30/default-calendar/1st-who-infodemiology-conference>
- Peirano, M. (2015). *El pequeño Libro Rojo del activista en la Red*. Barcelona: Roca Editorial.
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Platón. (388 a.C.). *Gorgias*. Madrid: Colección Clásica de Gredos.
- Real Academia de la Lengua Española [RAE]. (s.f.). Posverdad. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 07 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/posverdad>
- Rubio Núñez, R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista de derecho Político*, (103): 191-228.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns*. México: De Bolsillo.

- Schopenhauer, A. (1819). *El mundo como voluntad y representación*. España: Editorial Trotta.
- Séneca. (2003). *De la Ira*. México: Biblioteca digital Universal.
- Sloterdijk, P. (1983). *Crítica de la razón cínica*. España: Editorial Siruela.
- Sloterdijk, P. (2006). *Ira y tiempo*. España: Editorial Siruela.
- Sloterdijk, P. (2020). *Las epidemias políticas*. Argentina: Ediciones Godot.
- Steger, M. (2003). *Globalization: A very short introduction*. Reino Unido: Oxford University Press.
- Sztajnszrajber, D. (2019). *Filosofía a martillazos*. Argentina: Editorial Paidós.
- Thoening, J.C, Meny, Y. (1992). *Las políticas públicas*. España: Editorial Ariel.
- Universidad Autónoma de México [UNAM]. (s.f.). Misión y visión. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México: UNAM. Recuperado de: <https://www.politicas.unam.mx/principal/mision.php>.
- Universidad Carlos III de Madrid. (2019). Una investigación analiza el concepto de posverdad. España: *Universidad Carlos III de Madrid*. Recuperado de: https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371269705455/1371216001259/Una_investigacion_analiza_el_concepto_de_posverdad
- Valadier, P. (2017). La posverdad, peligro para la democracia. *Revista de fomento social*, 72 (2): 297–304.

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara.

Weber, M. (1977). *Estructuras de poder*. Argentina: La PIPyade.

Woodward, B. (2020). *Rabia*. Estados Unidos: Rocaeditorial.