

EL RETO DE LA POSVERDAD
ANÁLISIS MULTIDISCIPLINAR, VALORACIÓN
CRÍTICA Y ALTERNATIVAS

COLECCIÓN
BIBLIOTECA DE HUMANIDADES SALMANTICENSIS 50
SERIE *HUMANIDADES*

DIRECCIÓN – COORDINACIÓN EDITOR-IN-CHIEF

José Luis Fuertes Herreros. Universidad de Salamanca, España

COMITÉ ACADÉMICO ASESOR – ACADEMIC ADVISORY BOARD

Juan Arana. Universidad de Sevilla, España

Enrique Bonete. Universidad de Salamanca, España

Antonio Campillo, Universidad de Murcia, España

José Luis Cantón, Universidad de Córdoba, España

Mário Santiago de Carvalho, Universidade de Coimbra, Portugal

Florencio-Javier García Mogollón, Universidad de Extremadura, España

José María Maestre Maestre. Universidad de Cádiz, España

José F. Meirinhos, Universidade do Porto, Porto

Luis Merino Jerez. Universidad de Extremadura, España

Juan Antonio Nicolás, Universidad de Granada, España

Javier Peña, Universidad de Valladolid, España

Rafael Ramón Guerrero, Universidad Complutense de Madrid, España

Luis Enrique Rodríguez-San Pedro, Universidad de Salamanca, España

Salvi Turró i Tomás, Universitat de Barcelona, España

JUAN-ANTONIO NICOLÁS
FÉLIX GARCÍA MORIYÓN
(Editores)

EL RETO DE LA POSVERDAD

ANÁLISIS MULTIDISCIPLINAR, VALORACIÓN
CRÍTICA Y ALTERNATIVAS

EDITORIAL SINDÉRESIS
2023

1ª edición, enero 2023

© Juan-Antonio Nicolás; Félix García Moriyón (Editores)

© 2023, editorial Sínderesis

Venancio Martín, 45 – 28038 Madrid, España

Rua Diogo Botelho, 1327 – 4169-004 Porto, Portugal

info@editorialsinderesis.com

www.editorialsinderesis.com

ISBN: 978-84-19199-78-2

Depósito legal: M-16874-2023

Produce: Óscar Alba Ramos

Impreso en España / Printed in Spain

Reservado todos los derechos. De acuerdo con lo dispuesto en el código Penal, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes, sin la preceptiva autorización, reproduzcan o plagien, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, fijada en cualquier tipo de soporte.

Este libro ha sido resultado del proyecto "Posverdad a debate: reconstrucción social tras la pandemia. Análisis multidisciplinar, valoración crítica y alternativas". Financiado por FEDER/Junta de Andalucía -Consejería de Universidad, Investigación e Innovación- PROYECTO (P20_00703).



ÍNDICE

PRESENTACIÓN, Juan-Antonio Nicolás y Félix García Moriyón 7-10

COMUNICACIÓN Y DESINFORMACIÓN

Lucía Ballesteros-Aguayo: Desinformación, noticias falsas y bots: comunicar en tiempos de posverdad 13-26

Miguel Vázquez Liñán: Posverdad y sistemas de medios de comunicación y propaganda 27-36

Francisco Javier Ruiz del Olmo: Reflexiones sobre la Imagen y la Posverdad en Medios y Redes Sociales 37-49

María Lamuedra Graván: Hacia un consenso académico sobre los requisitos y límites de la verdad y la posverdad: intención, método, experiencia de fiabilidad y debate 51-69

POSVERDAD: CONSECUENCIAS POLÍTICAS Y ECONÓMICAS

Manuel Arias-Maldonado: La (pos)verdad en la democracia liberal..... 73-84

Carlos Fernández Barbudo: La tecnopolítica de la posverdad: cómo las plataformas digitales han generado un nuevo régimen de visibilidad y verdad 85-97

Alejandro Quiroga: Brexitland. La nación en tiempos de posverdad 99-110

Steven Forti: La extrema derecha en la era de la posverdad 113-128

Jorge Tuñón, Rocío Sánchez del Vas, Raquel Ruiz Incertis: La regulación europea frente a la pandemia desinformativa 129-150

Fernando López Castellano: Posverdad y cultura económica dominante: ¿Es el economista neoclásico un sofista desaprensivo? 151-164

Natalia Jiménez Jiménez: Fake news y economía experimental 165-179

Ángel Sánchez Rodríguez: El reto de la percepción social de la realidad socioeconómica en la era de la posverdad	181-194
Roberto Muelas Lobato: Efectos de la posverdad desde la perspectiva de la identidad social.....	195-206

HISTORIA Y CIENCIA EN EL CONTEXTO DE LA POSVERDAD

Miguel Ángel del Arco Blanco: Posverdad y relato histórico	209-220
Barbara Boloix: Al-Andalus en la era de la posverdad: hitos y mitos	221-235
Teresa Cabruja-Ubach: Desde la positividad científica a las Fake news y la posverdad: contribuciones de la psicología crítica y las epistemologías feministas para deconstruir discursos con “efectos de verdad”	237-249
Celso Vargas: Práctica científica, posiciones contra la ciencia y posverdad	251-266

POSVERDAD: UN RETO PARA LA FILOSOFÍA Y LA EDUCACIÓN

Raúl Linares-Peralta: Problema hermenéutico de la posverdad. Sobre la crítica de la interpretación.....	269-284
Andrea Pérez Ruiz: La racionalidad pragmatolingüística de la posverdad: un mundo sin indecibles	285-306
Silvia Bevilacqua: Tiempo y espacio apenas imaginables para pensar.....	307-318
Manuel Bermúdez Vázquez: Precedentes filosóficos de la posverdad ..	319-334
Félix García Moriyón: La voluntad de verdad en una educación digitalizada	335-348
Ángel Pérez Gómez: Pedagogía y recreación didáctica en la era de la posverdad. El compromiso cognitivo y socioemocional con el pensamiento práctico, crítico y creativo. La sabiduría.....	349-362
Anastasio Ovejero: El aprendizaje cooperativo crítico, un instrumento eficaz para combatir las falsas noticias	363-378

PRESENTACIÓN

Presentamos este volumen colectivo como resultado de tres años de trabajo e investigación por parte de nueve grupos de diferentes disciplinas en torno al complejo fenómeno conocido como “posverdad”. En el momento de partida teníamos la intuición de que un conjunto de hechos tan dispar sólo podía tratarse adecuadamente de modo multidisciplinar. Hay ya un buen número de estudios de esta temática pero siempre desde el punto de vista de una determinada disciplina. Queríamos confrontar y complementar las perspectivas de profesionales de diferentes ámbitos del saber y con ese objetivo se constituyeron grupos de profesionales de inteligencia artificial, comunicación, psicología, derecho, historia, economía, politología, educación y filosofía. Las reuniones y discusiones regulares a lo largo de estos años han generado varios tipos de resultados, entre otros el volumen que aquí presentamos.

La primera constatación que ha podido hacerse ha sido el profundo impacto que los problemas de posverdad han generado en cada una de las distintas disciplinas implicadas. Suele centrarse el impacto de la posverdad en el ámbito de la comunicación bajo el rótulo de “desinformación”. Sin duda el terreno periodístico es donde más visible se hace esta influencia: problemas sobre autenticidad, verificación, fiabilidad, difusión, etc. de la información se han agravado y generalizado en la última década. Sin duda el desarrollo tecnológico tiene mucho que en ello. Pero se han puesto de manifiesto cómo el derecho a la verdad en el ámbito jurídico ha sido replanteado al igual que los mecanismos legales generados para su control. Del mismo modo en el campo psicológico se han problematizado los mecanismos de evaluación y control del papel de la mentira en la vida individual y colectiva. Lo cual roza con el ámbito político, donde la confianza en los sujetos políticos, la argumentación pública, veracidad de la información difundida, etc. constituyen hoy graves problemas para el adecuado desarrollo de la vida política. Otro campo especialmente problematizado por la actitud posverdadera es el de la historia. Siempre ha sido un problema la reconstrucción del pasado, pero en la actual

situación se convierte en un problema muy relevante la lucha contra la difusión de interpretaciones unilaterales o sesgadas de la historia. El amplio y flexible espacio educativo tiene también su influencia de la posverdad y su papel en la búsqueda de alternativas, en un contexto de mediación tecnológica cada vez más presente. La educación no sólo tiene lugar en el sistema formal de enseñanza sino que también tiene un importante papel en la educación de la sociedad los líderes sociales, sean políticos, deportistas, científicos o cantantes. En ese contexto la transmisión de valores por parte de estos personajes es muy potente y no siempre sus conductas son moralmente ejemplares. Junto a ello está el sistema formal de educación que tampoco está siempre orientado hacia el desarrollo del pensamiento crítico.

Y por supuesto, la posverdad tiene una dimensión filosófica constituida por el trasfondo último que esta dinámica de las informaciones y la constitución y difusión del saber va decantando. En ese nivel aparecen problemas como la posibilidad radical de una vida sin verdad, la normalización de la mentira, la descapitalización del valor de la verdad, la sustitución de la verdad por el interés o la utilidad con vistas a determinados objetivos no siempre públicos, la conexión entre discurso y realidad, etc.

Todos estos problemas han sido tratados en detalle a lo largo del desarrollo del proyecto desde estas múltiples perspectivas disciplinares. Y no siempre se ha llegado a un acuerdo acerca del valor o del tratamiento de un problema, ni siquiera del alcance mismo del fenómeno posverdad. Toda esta diversidad ha quedado reflejada en los textos del volumen. Y a su vez es reflejo, probablemente, de que se trata de una problemática emergente y en plena discusión.

En este volumen se recogen los textos presentados y discutidos por cada uno de los grupos en las sesiones correspondientes. En cada texto se aborda el tema de la posverdad en uno de los aspectos relevantes para la disciplina propia. El conjunto se ha agrupado en cuatro grandes bloques: comunicación y desinformación, consecuencias políticas y económicas, historia y ciencia en el contexto de la posverdad y posverdad: un reto para la filosofía y la educación.

En el primer apartado sobre comunicación y desinformación se abordan los temas de noticias falsas y bots, los medios de comunicación y la propaganda, imgen y posverdad en redes sociales y requisitos y límites de la verdad y posverdad: intención, método y experiencia de fiabilidad. En el segundo apartado se recogen los textos sobre consecuencias políticas y económicas de la posverdad. En concreto se tratan problemas como la posverdad en la democracia liberal, cómo las plataformas digitales han generado un nuevo régimen de visibilidad y verdad, la nación en tiempos de posverdad, extrema derecha y posverdad, la regulación europea frente a la pandemia desinformativa, ¿es el economista neoclásico y sofista desaprensivo?, fakes news y economía experimental, el reto de la percepción social de la realidad socioeconómica en la era de la posverdad y efectos de la posverdad desde la perspectiva de la identidad social. El tercer apartado sobre historia y ciencia en contextos de posverdad incluye los siguientes temas: posverdad y relato histórico, revisionismo histórico, Al-Andalus en la era de la posverdad: hitos y mitos, contribuciones de la psicología crítica y las epistemologías feministas para deconstruir discursos con “efectos de verdad” y práctica científica, posiciones contra la ciencia y posverdad. Finalmente, en el cuarto apartado dedicado a educación y filosofía se incluyen textos sobre precedentes filosóficos de la posverdad, problema hermenéutico de la posverdad, la racionalidad pragmatológica de la posverdad: un mundo sin indecibles, tiempo y espacio apenas imaginables para pensar, la voluntad de verdad en una educación digitalizada, pedagogía y recreación didáctica en la era de la posverdad y el aprendizaje cooperativo crítico, un instrumento eficaz para combatir las falsas noticias.

He aquí toda una panorámica de problemas concretos planteados desde muy diversas disciplinas pero todos referidos a un núcleo común: posverdad. Es la fase analítica del problema donde se trata de desplegar todos los entresijos y dificultades que conlleva esta situación. Han sido analizados por profesionales de las ciencias correspondientes. Una segunda fase ha de ser de carácter sintético, en la cual se ha de sintetizar, reconstruir, interpretar y aplicar los resultados del análisis. Es la tarea que queda por delante. De momento presentamos esta aportación a la discusión pública de este problema emer-

gente y transversal que está modificando nuestro modo de inserción en la sociedad y con ello la textura misma de la realidad social.

Sólo resta agradecer a todos los miembros del proyecto “Posverdad a debate” su contribución a que se cumplieran los objetivos planteados. También es de agradecer el apoyo financiero de la Junta de Andalucía para que el proyecto se pudiera llevar a cabo. Y por último, agradecer a la dirección de Editorial Síndéresis que haya aceptado este volumen entre sus publicaciones.

Los editores

COMUNICACIÓN
Y DESINFORMACIÓN

DESINFORMACIÓN, NOTICIAS FALSAS Y BOTS: COMUNICAR EN TIEMPOS DE POSVERDAD

LUCÍA BALLESTEROS-AGUAYO

Universidad de Málaga

1. DESINFORMACIÓN Y POPULISMO EN LA RETÓRICA POLÍTICA

El fenómeno del populismo en la esfera política ha ido ganando terreno no solo como estrategia de los actores políticos que acusan de populista al contrincante/opositor y por lo tanto, pretender adquirir un matiz negativo frente al electorado, sino también en su acepción positiva de los que se erigen como representantes del pueblo. En concreto la alusión a la élite frente al pueblo son elementos clave en la mayoría de las definiciones de populismo.

Existe una amplia literatura científica en torno al origen y desarrollo de los procesos populistas en la que éstos son considerados como una fuente de “democratic stress”, estrategia creciente de polarización y una amenaza para la democracia liberal (Mudde, 2004; Bobba & Seddone, 2022). Es frecuente identificar la estrategia populista como una ideología que considera que la sociedad está separada en dos grupos homogéneos y antagónicos: “el pueblo puro” frente a “la élite corrupta” y que defiende que la política debe ser una expresión de la *volonté générale* (voluntad general) del pueblo (Mudde, 2004: 543).

En cualquier caso, el populismo puede añadir confusión al debate sobre la desinformación al disfrazar la propaganda entre malentendidos y nuevas formas y canales de difusión sobre todo en el escenario actual de sobreinformación y fatiga informativa.

En este contexto se debe subrayar que estas nuevas narrativas se acaban

integrando con los “lugares comunes” habituales en el discurso populista en países europeos como Francia, especialmente en periodos electorales (Chastenet, 2018; Ivaldi, 2018; Ribera & Díaz, 2020; Ballesteros-Aguayo, Bermúdez y Lucena, 2021). De forma que “Europa como origen de todos los males de Francia” junto a “la inmigración y la delincuencia o el paro” conforman parte de la agenda mediática y política tradicional.

La eclosión de las redes sociales en el panorama informativo -la aparición de Facebook (2004), al que más tarde le seguiría YouTube (2005), Twitter (2006), WhatsApp (2009), Instagram (2010), Twitch (2011) o TikTok (2016)-, confirmó que éstas pueden dirigir las preferencias electorales de los votantes, particularmente en época de elecciones, mediante la difusión de contenidos manipuladores e informaciones falsas (Yerlikaya & Aslan 2020).

En este sentido, tal y como afirman Ribera & Díaz (2020) citando a su vez a Hawkins et al. (2019):

“Los líderes populistas enmarcan el contexto político y lo convierten en un paisaje populista, activando y haciendo salientes las actitudes populistas latentes en la ciudadanía. Para ello, el escenario político y el contexto más amplio se reconfiguran con la movilización de las identidades dentro y fuera del grupo, la atribución disposicional de la culpa y el uso intensivo de desencadenantes emocionales”.

Se trata de una retórica populista que busca acercar la realidad política a la ciudadanía y apuesta por un mensaje emotivo, no racional, y primario, que alude a cuestiones abstractas e intangibles.

Por lo tanto, y en un momento en que los contenidos falsos florecen y se convierten en una herramienta de comunicación política, la cuestión de la relación entre la opinión pública y la circulación de la información se vuelve crucial (Bourdin & Le Bras, 2018).

Precisamente la utilización de falacias puede potenciar la proliferación de discursos que entran dentro del campo de relaciones desarrollado por la posverdad, y que pueden ser efectivos para convencer a un gran grupo de personas, aunque no cumplan con todas las garantías argumentativas.

Al respecto, Ballesteros-Aguayo et al. subrayan cómo “los mensajes mediáticos responden a unas determinadas pautas estratégicas que buscan establecer una relación de sincronismo entre el origen etimológico del concepto, sus usos políticos y su capacidad extralingüística –esto es, ideológica–, y el contexto mediático actual” (2021:73).

1.1. Noticias falsas y lógica algorítmica

Es recurrente la existencia de la desinformación, la manipulación y la división como estrategia de acceso al poder en todas las épocas, pero más aún en un contexto normalizado de posverdad determinado por una intencionalidad expresa por tergiversar la realidad, la intermediación de una potente tecnología y la masificación de los mensajes.

Todo ello multiplica los efectos de las mediática y políticamente denominadas fake news y que según el Diccionario Collins (que convirtió el término en palabra del año en 2017) son informaciones falsas, a menudo sensacionalistas, difundidas bajo la apariencia de noticias¹.

La participación de la tecnología es, pues, un elemento determinante en la conformación del paradigma de la desinformación. Coincidimos con diversos autores en que el problema de la desinformación no sólo tiene que ver con la fabricación de ‘informaciones falsas’, sino también con la forma en la que éstas se distribuyen (Pariser, 2017; Peirano, 2019; Klein, 2021).

Chastenet (2018: 93-94), citando a su vez a Harsin (2018), advierte de la responsabilidad de los algoritmos en la propagación y acentuación del impacto de las informaciones falsas ya que éstas pueden no ser de interés para el remitente si no son capaces de ser compartidas a gran escala, especialmente a través de los llamados bots (programas capaces de automatizar la distribución de contenidos) creando artificialmente una ola de popularidad, esto es, una tendencia que les permite entrar en el flujo de actualizaciones de redes

¹ <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/collins-2017-word-of-the-year-shortlist/>
Más aún, los lexicógrafos de Collins Dictionary, que supervisan la base de datos del Collins Corpus con más de 4.5 billones de palabras, señalan que el uso del término aumentó un 365% desde 2016.

sociales como Facebook o Twitter.

En este sentido resulta esencial la participación del grupo de multinacionales tecnológicas GAFA (Google, Apple, Facebook y Amazon) y su implicación en el modelo de negocio de la desinformación. Como advierte Stöcker (2020) las redes sociales, las plataformas de vídeo y los motores de búsqueda crean jerarquías de contenido que no sólo reflejan el interés del usuario, sino también sus propios objetivos de monetización.

Al respecto, recientemente se ha aprobado el Código de buenas prácticas sobre desinformación² de 2022 en el que participan las principales plataformas en línea, las plataformas emergentes y especializadas, los agentes de la industria publicitaria, los verificadores de hechos y las organizaciones de investigación y de la sociedad civil. En total 32 firmantes -entre los que se encuentran Google, Meta, Microsoft, TikTok y Twitter- que se comprometen a alcanzar los objetivos de la Orientación de la Comisión presentada en mayo de 2021 con el fin de contrarrestar la desinformación en línea³.

Este tipo de estrategias apuestan por implicar a la industria en línea en la normativa de autorregulación abogando por la rendición de cuentas y la transparencia política. Así, algunos de los compromisos del código de buenas prácticas entrañan desmonetizar la difusión de desinformación, garantizar la transparencia de la publicidad política, mejorar la cooperación con los verificadores de hechos o facilitar a los investigadores el acceso a los datos.

Se prevé que los resultados proporcionen datos sobre el número o valor de los anuncios políticos aceptados y etiquetados o rechazados; casos de comportamientos manipuladores detectados (es decir, creación y uso de cuentas falsas); e información sobre el impacto de la verificación de hechos por ejemplo.

La consecución de las medidas es supervisada periódicamente por la Comisión Europea junto con el Grupo de entidades reguladoras europeas de los servicios de comunicación audiovisual (ERGA) y el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO).

² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>

³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_21_2585