

# Enfrentar la desinformación desde la mayéutica de Sócrates

LEÓN HERNÁNDEZ

**Se ofrece un abordaje para proponer un método de verificación de contenidos, a partir de las máximas socráticas de la mayéutica. Se brinda una perspectiva a favor del *ignoramus* y del pensamiento negativo como puntos de partida de la refutación ante las unidades de contenido, a fin de que el lector comprenda la importancia de desarrollar competencias mediáticas apropiadas, que le permitan mantener posiciones críticas y reflexivas ante mensajes que circulan por redes sociales e Internet, en general. Se propone la importancia de generar autonomía ciudadana en defensa de derechos comunicacionales.**

## A MODO DE INTRODUCCIÓN

Año 2022: época de prosumidores, burbujas comunicacionales, casos de cultura de cancelación, guerras ideológicas en redes, laboratorios de *fake news*, *astroturfing*, *phishing*, *click-jacking*. Expertos en desinformación suman esfuerzos para alertar sobre estas prácticas y brindar herramientas al ciudadano. Coinciden en que se deben seguir dando basamentos para calificar unidades de contenido que son compartidas por redes, así como en dar profundidad a la manera de analizar el fenómeno.

¿Un método que tiene más de 2.400 años de antigüedad podría aplicar para analizar unidades de desinformación que pululan en Internet y en redes sociales? ¿Un pensador como Sócrates, preocupado por la democracia en la Grecia antigua, tendría algo que aportar sobre cómo abordar la desinformación que circula en la era de las comunicaciones?

*El único conocimiento verdadero es saber que no sabes nada.*

SÓCRATES

Al intentar una extensión de las aplicaciones posibles de sus preceptos, de cara a los tiempos comunicacionales que corren, la respuesta a estas preguntas podría ser un *Sí*, en un matiz que no involucre una mayor demostración filosófica, aunque sí una argumentación que valide la sintonía del espíritu de confirmación, existente ya en Sócrates, con las necesidades de nuestro presente.

Este ensayo trata de extraer un aporte que sirva para la construcción de competencias mediáticas, a través de la comprensión de la voluntad esclarecedora de aquel maestro de las refutaciones. En suma, le pediremos al pensamiento de este ateniense un auxilio para contrarrestar los engaños y falsedades en redes. A

## DOSSIER

fin de cuentas, desmentir, verificar, tiene mucho de refutar, y también de develar verdades ante las mentiras, propio de aquellas caminatas de Sócrates con sus alumnos.

Se proponen, a continuación, aplicaciones del pensamiento del pasado remoto para encontrar puntos de encuentro en el presente, pues más allá de técnicas y *apps*, se requiere encontrar aspectos asociados al por qué se es engañado y a lo que debe ser el sustento de una competencia mediática efectiva, que prevenga la entrada de manipulaciones, estafas, trampas y engaños en el sistema de creencias.

**En suma, le pediremos al pensamiento de este ateniense un auxilio para contrarrestar los engaños y falsedades en redes. A fin de cuentas, desmentir, verificar, tiene mucho de refutar, y también de develar verdades ante las mentiras, propio de aquellas caminatas de Sócrates con sus alumnos.**

Hablar de herramientas puede tener marca de caducidad –pues bien podrían ampliarse o desaparecer dependiendo de la necesidad y la potencialidad tecnológica del momento–. Se apunta al deber de explorar en el propósito o la postura de lo que se pretende hacer. Encontrar una finalidad y un criterio común, transferible a otros, más allá del equipamiento meramente instrumental y técnico, propio de los *software* del momento. En suma, ir sentando una perspectiva de definiciones al asunto vinculado con las *fake news*, la desinformación y sus impactos. Empoderar al ciudadano, al periodista y al verificador de una capa de pensamiento refutador, desmentidor o confirmador, según sea el caso.

Con la vista puesta en intentar revivir, depurar o retomar el camino hacia las definiciones, se propone revisar al menos un antecedente filosófico importante, clave, que ayude a comprender los tiempos de incertidumbre y relativismo informativo de hoy. Se ayuda a pensar por qué en el presente, –uno con amplio desarrollo científico y tecnológico, mayor

acceso al conocimiento, posibilidad de un todos emisores y vías para hallar información veraz–, se pone en duda todo lo que conocemos como sociedad, ante la avasallante circulación de desinformación que se cuela en el sistema de creencias de la población.

Se vive un tiempo de contradicciones –más información y mayor potencial para estar desinformado–, de falsas seguridades sobre el impacto de las nuevas tecnologías de información, de nuevas herramientas. También de novedosas tácticas para el control social y la manipulación política e ideológica. Pero también, así se quiere creer, de mayor consciencia para luchar en pro de derechos comunicacionales propios de toda democracia.

La mayéutica, un método socrático en el cual se accede al conocimiento por medio de preguntas; un proceso dialógico que permite al interlocutor hacer la distinción de lo real y de lo falso a partir de la sucesión y satisfacción de interrogantes que permitan develar la verdad o falsedad contenida en la idea. Aquella que, por ejemplo, fue empleada por Sócrates para confirmar o desmentir expresiones sobre asuntos tales como qué es la justicia, según lo narra Platón en su texto *La República*. En ese diálogo, Sócrates desmiente que la justicia trate sobre aquello que es conveniente para el más fuerte, sometiendo esta afirmación a examen a partir de la realización de varias preguntas, entre ellas una que precisa si los poderosos, a la hora de hacer las leyes, no promulgan algunas que pudieran ir en contra de sus propios intereses.

La finalidad de la mayéutica en aquel entonces era conseguir el conocimiento a través de la reflexión resultante de respuestas a preguntas sobre elementos tácitos subyacentes en las afirmaciones a examinar, todo con el fin de superar las opiniones y encontrar definiciones veraces y objetivas.

Se intenta hacer, a continuación, un vínculo en el desarrollo del pensamiento antiguo con una necesidad propia de las actuales redes, a fin de encontrar comprensión profunda sobre la depuración de la conformación de conocimiento que sirva de base a la opinión pública.

No puede haber una fórmula cerrada sobre verificación, porque las unidades son diversas en su origen, propósito y técnicas de manipulación. Pero sí hay un criterio común: con cada unidad hay que dialogar, y, por qué no, dialogar de manera socrática, bajo la refutación, empleando la mayéutica.

En nuestra época, tal método de reflexión, que parte de un proceso de refutación, podría funcionar en materia de desinformación, a partir de ciertas interrogantes aplicadas a contenidos falseados tales como “¿realmente el personaje de la noticia dijo lo que se señala?”, “¿el contexto de lo ocurrido realmente corresponde al descrito?”, “¿lo dicho realmente tuvo lugar y en la fecha señalada?” Estas preguntas encontrarían respuestas de manera más acelerada por las herramientas tecnológicas disponibles.

En suma, ese sistema de pensamiento, a partir de una aceptación de los sesgos y desde una humilde exhortación a considerarse ignorante sobre el origen y propósito de la unidad, encontraría una extensión en la verificación de los contenidos, con un propósito: brindar al ciudadano una postura y un modo de refutar más acorde para no dar por cierto todo aquello de lo que es objeto como usuario de las diversas plataformas comunicacionales.

Se hacen votos porque el lector comprenda la importancia de desarrollar competencias mediáticas apropiadas, que le permitan mantener posiciones críticas y reflexivas ante todos los contenidos a los cuales acceda por redes sociales e Internet, en general. De allí que, en aras de estos esfuerzos por generar autonomía ciudadana en defensa a sus derechos comunicacionales, también corren tiempos de emprendimientos periodísticos de verificación, talleres sobre desinformación y democracia.

## RENUNCIA AL FALSO CONOCER, COMO PRIMER PASO

Algunas precisiones. Sócrates (470-399 d.C.) no era un profesor de Filosofía. Era ágrafo, por lo que no dejó obra escrita. Tenía interés y acción sobre la realidad, se interesaba por los asuntos de la polis de Atenas, fue trabajador de la construcción, participó en batallas, pero im-

ploraba a los jóvenes para que filosofaran, en lugar de combatir. Era un vecino ateniense que le gustaba hablar del bien común. Preocupado por la democracia y la libertad, se le considera un ícono de las personas dispuestas a morir por sus ideas. Su existencia se conoce por Platón, de quien fue maestro, Jenofonte y Aristófanes. Llevaba su pensamiento a la calle, a los mercados.

**El primer paso ante todo proceso de verificación informativa, para el periodista, sería el derivado del poder del *ignoramus*, desde el punto de vista socrático, es decir, partir de la consciencia de no saber, por encima de la creencia o presunción del saber algo.**

En su contexto, había sofistas tales como Protágoras y Gorgias. Ellos consideraban que con palabras se podría envenenar y embelesar, en suma, conducir almas y no creían que el ser humano fuese capaz de conocer una verdad válida en el ámbito de las convenciones humanas. Intentaban, a punta de retórica y erística, convencer a otros de premisas no siempre verdaderas.

Sócrates objetó sus principios subjetivistas y negacionistas de la verdad objetiva. Entendía la verdad como la sinceridad de los hechos, la realidad, a través del develamiento de las definiciones, de allí que contradecía el relativismo y el escepticismo de los sofistas. En su pensamiento se encuentra la preocupación por las definiciones como fuentes conceptuales de objetividad que permitirían acceder a la esencia de las cosas. A estas, estimaba, se accede a través de la introspección, del conocerse a sí mismo, reemplazando las opiniones, por conocimiento.

Para la búsqueda incesante de la verdad, aplicaba su mayéutica, en griego término similar a “partera”, a fin de referirse al proceso de dar a luz el conocimiento. Usaba un recurso para esperar la respuesta y la reflexión del otro: el diálogo. En la mayéutica se producían largos interrogatorios en la búsqueda de alumbrar –parir– la verdad, recordando el oficio de comadrona de su madre, Colomba. La afirma-

## DOSSIER

ción podía ser corta, pero la mayéutica mucho más extensa, se tomaba tiempo para abordarla por esta vía de preguntas y respuestas, para desmontarla. Con las interrogantes refutaba los argumentos de su interlocutor, determinando si eran solo opiniones, *doxa*, permeados por engaños y falsedades, o si por el contrario contenían conocimiento válido, *episteme*. Procuraba llegar a la *Aletheia*, traducido literalmente como “aquello que es evidente”.

**Para la búsqueda incesante de la verdad, aplicaba su mayéutica, en griego término similar a “partera”, a fin de referirse al proceso de dar a luz el conocimiento. Usaba un recurso para esperar la respuesta y la reflexión del otro: el diálogo. En la mayéutica se producían largos interrogatorios en la búsqueda de alumbrar –parir– la verdad, recordando el oficio de comadrona de su madre, Colomba.**

A menudo, en los enfoques relacionados con el abordaje de verificación periodística para unidades de desinformación, se ha aludido a la necesidad de establecer ciertas pruebas de consistencia, a modo de validar cada unidad. Tal parece que tal proceso dialógico, que permite verificar o desmentir un mensaje, es similar a la posibilidad de develar la realidad de un contenido, como una revisión de los elementos tácitos presentes en la unidad o mensaje, y que pudieron ser manipulados para convencer a otros.

### IGNORAMUS

Sócrates estima que el camino a la verdad surge de un proceso continuo con el cual son reemplazadas las opiniones por conocimiento. Pero esto debe ocurrir a través de una postura de ponderación, de reducir a un humilde “no saber” aquello expresado ante nosotros. Declararse ignorante ante una determinada declaración.

¿Cómo aplicar este principio? Ubicarse desde la moderación de la emoción y suprimiendo el deseo de confirmación. Es preciso evitar el

apetito por sentirse seguro o empático con lo declarado, para dar paso a la racionalidad y a la medida, en la postura de quien aún no se convence del contenido. Partir del *ignoramus*, entendido como un “no sabemos”.

El primer paso ante todo proceso de verificación informativa, para el periodista, sería el derivado del poder del *ignoramus*, desde el punto de vista socrático, es decir, partir de la consciencia de no saber, por encima de la creencia o presunción del saber algo.

Una primera postura ante la unidad a confirmar: “solo sé que no sé nada”. Pretender, con esta postura de base, incitar a una persona a reconocer la ignorancia ante el contenido, consciencia que exhorta a la prudencia, como al control del sesgo.

Se traduce, para el ciudadano, en la mirada del autocontrol, de no compartir sin evidencias ni respuestas mínimas a las preguntas que luego surgen. Defender el “no sé” si es cierto o falso, y a defenderlo en lo interno, para no replicarlo de manera automática y proceder a confirmarlo a través de evidencias.

### CONTROLAR LOS SESGOS PROPIOS

En esa prudencia, en esa actitud atenta, digamos “refutante”, podríamos en efecto no dar por sentado algo, no sentirse “confiado”, no atribuir certidumbre “automática”. Para asimilar esto, se debe aplicar una capa de refutación al mensaje antes de considerar aceptar la existencia legítima de tal unidad de contenido. Sobre la necesaria legitimidad del acto del habla, Jürgen Habermas, en su *Teoría de la acción comunicativa*, señalaba que esta era la que permitía desarrollar una racionalidad efectivamente comunicativa, una en la cual el diálogo entre interlocutores se origine de una relación de intersubjetividad basada en presunciones pragmático-formales de los actos del habla (Montiel, 2007).

Para que se comprenda, la primera capa de verificación permite, además de invalidar o confirmar el contenido, una primera racionalización de sus representaciones, una real visión de entendimiento entre el emisor y el receptor, una aproximación a comprender si es verdade-

ra y por lo tanto legítima, su intención de comunicar.

Solo así, con la verificación de la veracidad de la intención o de la legitimidad del acto comunicante, y la consciencia de este por parte del receptor que ha corroborado su contenido con una primera capa de refutación, podría, en efecto, haber diálogo y entendimiento, conformarse opinión pública entre intersubjetividades reales, entre reales miembros del espacio público, no entre usurpadores, ni enmascarados, mucho menos entre *bots*, *cyborgs* preconcebidos para hacerse pasar por humanos en la iconosfera digital.

“Para Habermas, hablantes y oyentes han de entablar las pretensiones de validez para que pueda producirse desde la acción comunicativa la orientación hacia el entendimiento; de lo contrario fracasa” (Montiel, 2007). Pero además, Habermas sostiene que las acciones orientadas al entendimiento implican la verdad de las proposiciones y la rectitud de las normas.

Tales deseables condiciones están lejos de ser una realidad en el contexto de la desinformación actual, y las competencias mediáticas en contra de las *fake news*, precisamente, deberían también apuntar a la posibilidad de que actos legítimos del habla brinden un tejido comunicacional que dé sentido democrático a los diálogos, además de facultar a que la comunicación alcance sentido intersubjetivamente compartido. Pero para ello, hay que depurar de desinformación los entornos comunicacionales y, precisamente, preparar pensamiento y método de verificación, así como dotar a los ciudadanos de ciertas competencias mediáticas.

La aproximación a Sócrates, para poner en tela de juicio lo que se recibe en redes a fin de desmontar la posible intencionalidad de engaño o manipulación de un mensaje, podría representar una precognición favorable a la idea del entendimiento real de Habermas a través de los actos legítimos del habla, conducente a la democracia; pero, además, su mayéutica, como método, podría involucrar una pared resistente a la posible intención de manipular al otro a través del lenguaje, de la retórica.

La intención de manipular a otro a través del discurso podría, en efecto, tener pretensión

de control sobre el otro, jugar con sus deseos y prejuicios con la finalidad de hacerlo pasivo ante el mensaje, alterando así su percepción de la realidad y llevándolo a actuar, incluso, contra sus propios intereses. Lo menciona Van Dijk (2006) al reflexionar sobre el poder y el por qué del lenguaje de manipulación, en su teoría sobre análisis crítico del discurso:

La manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación. En términos más específicos, pues, implica el ejercicio de una forma de influencia ilegítima por medio del discurso: los manipuladores hacen que los otros creen y hagan cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales para el manipulado. En un sentido semiótico de la manipulación, esta influencia ilegítima también puede ser ejercida con cuadros, fotos, películas u otros medios. (Van Dijk, 2006)

El primer paso, para evitar el ascenso de la manipulación en el propio sistema de creencias, consistiría en dudar de la legitimidad e intención del contenido recibido, declarándose ignorante sobre su veracidad y en función de ello actuar para confirmarlo o desmentirlo.

Sócrates defendía el que la sabiduría procediera, en primer término, del reconocimiento de la ignorancia, pues solo a partir de allí era posible avanzar hacia el conocimiento. Esto permite ser un inspector de los instintos cognitivos propios, que impulsan a avalar *a priori* y erráticamente la unidad a verificar. Declararse ignorante ante la unidad permite superar, además, toda la amalgama de sesgos que conducen a distorsionar la percepción de la realidad, en función del deseo, de la experiencia previa, de reducciones de procesos mentales, de tentaciones, prejuicios, formas y preconcepciones adaptadas a nuestros sistemas de creencias.

Teorías que no existían en los tiempos de Sócrates, pero que bien se pueden aplicar al hombre universal, refieren los sesgos cognitivos a partir de los cuales las personas tienden a creer para luego difundir falsedades por la vía que fuere y bajo la tecnología que hubiere, dos de estas son la teoría del razonamiento motivado y la del procesamiento dual:



## DOSSIER

*La teoría del razonamiento motivado:* somos más proclives a creer en lo que ya creemos. A identificar en las informaciones que recibimos lo que encaja con nuestras creencias, opiniones y gustos. Hacemos un análisis emocional de la información que nos llega. [...] Los seres humanos tendemos a procesar la información de tal manera que encaje con un objetivo predeterminado. Esas son razones para creernos una noticia falsa: se parece más a lo que uno cree.

*La teoría del pensamiento dual:* tenemos un cerebro con dos sistemas. Cada uno con una velocidad diferenciada. El sistema 1, es intuitivo, automático y rápido. El sistema 2 es analítico, más lento y requiere de más esfuerzo. El sistema 1 es el que nos emparenta más con los animales, el de la sobrevivencia, el de las asociaciones rápidas, identifica amenazas. El sistema 2 está asociado a la elección, es reflexivo, requiere de esfuerzo, es serial, reglado, consciente y deductivo. El sistema 1 y 2 siempre están ambos activos, aunque el 1 es el que primero responde y sólo si es necesario el 2 entra en el juego. Aunque es un proceso de constante interacción en el que el sistema 1 hace sugerencias al sistema 2 y éste es capaz de llamar la atención sobre el sistema 1 para convertir algo usualmente de accionar automático a analítico. (Rico, 2020)

La expansión de la intersubjetividad humana que se aprecia en redes ha permitido advertir que es necesario formar al ciudadano en la sociedad de la comunicación.

Los propios receptores son incapaces de realizar un correcto filtrado de las informaciones, aceptando como ciertas aquellas que incluso son contrarias a otras que ya han aceptado como verdaderas. Parece entonces que hemos llegado a comprender que la desinformación es una situación estructural del ecosistema mediático y que las audiencias, paradójicamente, emergen como víctimas propiciatorias de este fenómeno. (Pedreira, 2018: p. 74)

Se debe avanzar hacia un despertar de la refutación en redes. De la comprensión de los potenciales errores y manipulaciones en las viralizaciones de ciertos contenidos depende la libertad misma del ciudadano, pues esta se ve

vulnerada por acción de la manipulación sobre sus creencias. El ecosistema mediático se caracteriza por la circulación de mentiras, sobreinformación y gran abundancia de fuentes que no alcanzan a confirmar la veracidad de las unidades. (Fernández-García, 2017).

Es precisamente esta comprensión de las limitaciones para distinguir los contenidos falseados de los reales, la que permitirá procesos de admisión de un *ignoramus*, para luego partir hacia la refutación, una que permita distinguir la aguja de la paja, para que, finalmente, sus creencias, opiniones y saberes estén más acordes con la realidad, haya entendimiento real con sus congéneres y su toma de decisiones se base en la libertad que le brinde dar cumplimiento a su derecho a la comunicación.

Las audiencias deberían tener la posibilidad no solo de estar al tanto del uso, manejo y abuso de las tecnologías sino de contar con competencias digitales y críticas que les permitan su autonomía e independencia en la Sociedad Red de Información. (Escobar, 2019: p.16)

El enfoque de esta exhortación no consiste en preguntarse si se está equivocado o no, sino en la aplicación, al momento de verificar, de preguntas como: ¿Qué puedo estar dando por cierto sin apenas percatarme?, ¿en qué creencias me estoy aferrando a ciegas, sin haberlas sometido a un examen crítico, riguroso y objetivo?

En pocas palabras, este llamado al *ignoramus* desde el pensamiento negativo socrático es una invitación a que –como primera instancia para iniciar un proceso de verificación como ciudadano o como periodista– se admita y se trabaje partiendo del desconocimiento parcial o total en torno a la legitimidad o manipulación de los componentes implícitos de la unidad –existencia del hecho, vocería, contexto geográfico, datación, autenticidad del registro audiovisual–. Esta exhortación socrática, espero, se traduzca en el surgimiento, sobre la base de preguntas en torno a elementos tácitos de la unidad, de evidencias que permitan iluminar las zonas erróneas de los propios sesgos del verificador.

## COMIENZA A PARTIR DE ALLÍ LA FASE DE REFUTACIÓN EN LA MAYÉUTICA

Las opiniones, *doxa*, existen, pero pueden ser infundadas, prejuiciosas, falaces. En el ámbito socrático, la opinión no da al otro el sentido de verdad. Se parte de que una cosa es escuchar decir que algo es cierto, y otra cosa muy distinta, que en efecto lo sea; de que un asunto es creer que un contenido recibido es cierto y otra, que lo sea; de que un hecho es querer creer que una información es cierta y otra, que realmente así lo sea. Entender que todo un conglomerado podría hacer viral una falsedad al no corroborar la especie analizada, pues una cuestión es que todo el mundo opine creer que un contenido es cierto –y así lo haga viral– y otra, en esencia y sustancia, que sea real o verdadero.

La refutación es el momento negativo que consiste en mostrar al interrogado, mediante preguntas, que las opiniones que cree verdaderas en realidad son falsas –contradictorias, inconsistentes– al ser examinadas por la razón, descubriéndose así el falso saber.

Básicamente, la unidad expuesta a ser analizada debe ser sujeta a un diálogo, independientemente de la herramienta tecnológica disponible. La raíz griega de la palabra diálogo es DIA, –que significa a través– y LOGO (que significa razón).

La verdad para Sócrates es la continua búsqueda de lo que es inmutable, perfecto y eterno, es aquello que no varía su resultado de forma relativa.

Desde el sentido socrático, el camino a la verdad se traduce en un proceso continuo desde el cual se reemplazan opiniones por conocimiento. Ese camino es el que sigue, de algún modo, un periodista experto en verificación, un investigador al momento de encontrarse con una unidad informativa o desinformativa. Llega esta en forma de lenguaje y dialoga con ella, es decir, emplea la razón para encontrar la verdad en ella.

Pero, ¿cómo acceder a las preguntas correctas para cada unidad? Lo primero que se precisa es llegar a acuerdos, criterios comunes. El primero de ellos, lo estableceremos partiendo de las características de la dialéctica de Sócrates.

El ascenso dialéctico a través del establecimiento de analogías.

## ESTABLECER ANALOGÍAS: PRIMER CRITERIO DIALÓGICO PARA REFUTAR LA UNIDAD DE CONTENIDO

Dialogar con un contenido falseado supone descomponerla a través de la razón, a través de la satisfacción de diversas preguntas que se va haciendo el propio verificador. El primer criterio sería aplicar analogías sobre el contenido a validar.

Vayamos al concepto de analogía: la relación de semejanza entre cosas distintas. Supone ir de lo particular a la generalidad de las cosas. La analogía se crea estableciendo elementos comunes entre lo que se analiza y situaciones similares. A partir del establecimiento de aspectos comunes en otras situaciones reales o similares, se permitiría descubrir incongruencias que desarticulen la posibilidad de que un determinado argumento o contenido pueda ser similar a otro existente que debió tener sus mismas características.

Coloquemos un primer ejemplo de analogía que suele aplicarse en los procesos de verificación informativa. Cada hecho, declaración, episodio del acontecer proviene de un contexto que lo hace relativamente similar a otro. Si un presidente X brinda una declaración con interés bélico, es de suponer que su alocución esté reseñada por medios de comunicación que hubiesen publicado esto, de acuerdo con otras declaraciones previamente difundidas por tales empresas de información; o que el contenido de sus palabras esté advertido en las mismas plataformas oficiales en las cuales hubo reseña de otros anuncios previamente ofrecidos en la materia; o que incluso, hubiese algunas reacciones de opositores o de países vinculados con el anuncio, como en efecto pudo tener lugar con alguna declaración previa.

Una primera capa de refutación consiste en establecer las analogías correspondientes; en este caso, buscar las evidencias propias de hechos análogos, las que suelen generarse con incidentes, hechos, declaraciones similares, so-

## DOSSIER

metiendo a la unidad a la prueba de consistencia en la esfera empírica.

¿Qué ocurre cuando hay un contenido circulando en redes sociales, con el cual no pueden establecerse analogías con otros contenidos similares? Vayamos al ejemplo. Supongamos que a la referida declaración circulante en redes sociales no cumple con las analogías mínimas para validar su existencia: esto es, no presenta los mismos elementos tácitos integrados que otras declaraciones del presidente X de comprobada existencia previa, tales como evidencias de registro sobre el anuncio, su replicación en medios de comunicación –de reco-

nocida trayectoria– sobre el incidente, formalidad de los anuncios por parte de las redes de la vocería del declarante, datos que corroboren con precisión la data de emisión. Entonces, habrá una primera refutación. La declaración, en efecto, no cuenta con evidencias, por tanto, podría ser falsa.

El establecimiento de una primera capa de analogías, permite ir aguas arriba en la determinación de evidencias, para agotar una primera generalización. Se busca, entonces, comparar, ver trazos comunes en el contenido expuesto, con antecedentes de otros sucesos, declaraciones, hechos reportados y previamente confirmados.

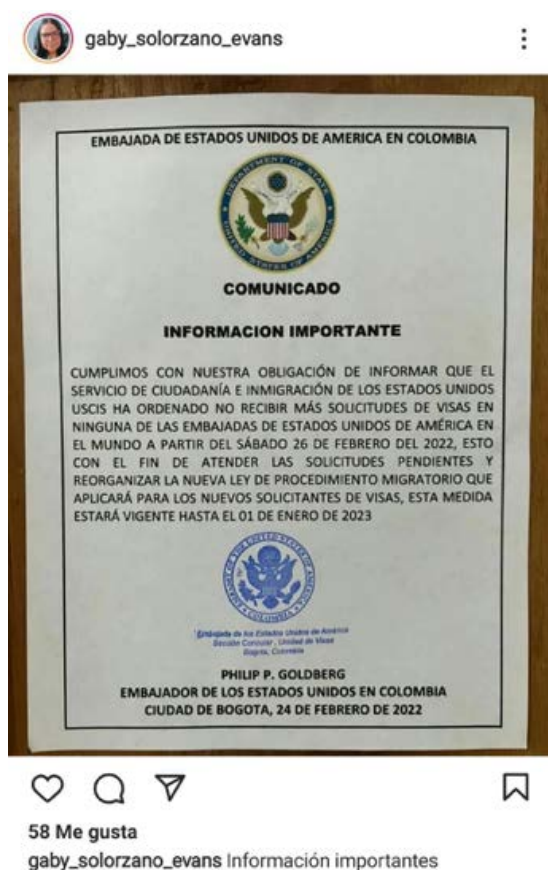
Las inconsistencias entre el episodio a analizar con otros semejantes brinda una gama de preguntas que variarán de acuerdo con la unidad. Presentaré un ejemplo concreto, de un caso abordado por el Observatorio Venezolano de Fake News, a finales de febrero de 2022, en el marco de incertidumbre informativa por el inicio de la invasión de Rusia a Ucrania. Como coordinador de los observadores del mencionado proyecto de Medianálisis, contribuí en la verificación de un mensaje de WhatsApp, consistente en la siguiente imagen:

Si el Departamento de Estado de Estados Unidos cuenta con una plataforma digital oficial para anunciar lo relativo a política migratoria, ¿por qué este anuncio recibido por WhatsApp sobre la supuesta suspensión de entrega de visas no aparece en dicha plataforma? ¿Por qué la supuesta nueva política global de Estados Unidos es transmitida, según este contenido, por una circular en papel colocada en una puerta supuestamente ubicada en la Embajada de Estados Unidos en Colombia?

### DE LA ANALOGÍA, A LA VERIFICACIÓN, SEGUNDO ESTADIO DE LA REFUTACIÓN

De esta primera incongruencia, derivada del incumplimiento de la analogía, surge otra pregunta que llevaría al incumplimiento de otra analogía, pero aguas abajo. De ser cierto este anuncio, ¿acaso no lo sabrían y replicarían oficinas de embajadas y consulados de Estados

## Si el Departamento de Estado de Estados Unidos cuenta con una plataforma digital oficial para anunciar lo relativo a política migratoria, ¿por qué este anuncio recibido por WhatsApp sobre la supuesta suspensión de entrega de visas no aparece en dicha plataforma?





Unidos en el mundo entero, tal y como ha ocurrido con previos anuncios de política migratoria? La formulación de esta pregunta llevaría al periodista a una consulta con personal diplomático local que develaría la mentira, por incumplimiento de la analogía.

Tal anuncio era falso y la manipulación se revela al aplicar preguntas dialógicas con la unidad.

En la verificación aguas abajo se va de lo general a lo particular.

Se formulan dudas hacia la unidad, tales como: ¿Es actual el hecho, o es un reencuadre de algo ocurrido tiempo atrás, haciéndolo pasar como reciente?, ¿es auténtico o es una usurpación de la identidad del vocero, atribuyéndole palabras no dichas por aquél?, ¿es orgánico o una comunicación espontánea de un ciudadano, o es la acción de un robot virtual *-bot-* empleado para crear la ilusión de una falsa tendencia?, ¿el hecho descrito ocurrió o se trata de una invención para hacerle creer al lector o espectador que tal suceso tuvo lugar, no habiendo sucedido en lo absoluto?, ¿los elementos de la información –quién, cómo, dónde, cuándo, qué– corresponden con lo ocurrido o hubo alguna alteración en alguno de éstos, intencionada o no?, ¿los hechos descritos concuerdan con el contexto señalado, o se trata de una descontextualización?, ¿la foto fue manipulada?, ¿el video fue reeditado para producir un sesgo?

## DIALOGUEMOS DESDE LA MAYÉUTICA SOBRE FAKE NEWS Y DESINFORMACIÓN

Al verificar la unidad, se encuentran respuestas y de estas, algunas constantes que permiten agrupar en ciertos constructos los contenidos falseados. Sobre estas definiciones han surgido elementos opináticos que han escapado al análisis dialógico. Como ejercicio de la aplicación de ciertas máximas mayéuticas, presentaré un ejercicio en el que se propone la refutación de ciertas afirmaciones y se intenta alcanzar diálogos sobre las mismas.

Es decir, se intentará ejemplificar la mayéutica para refutar afirmaciones en el ámbito mismo de la desinformación, no solo abordando la

técnica, sino también ciertas definiciones que podrían considerarse posturas dogmáticas para el entorno de la verificación latinoamericana, en materia de *fake news* y desinformación.

### Ejercicio 1:

AFIRMACIÓN: “Si es falso, no es noticia”

*Argumento a refutar:*

“Decir noticias falsas, que sería la traducción de *fake news*, es pagar más precio del que vale. En la universidad nos enseñaron que las noticias son sucesos que merecen ser contados. Si es un invento, entonces, no es noticia.”

El anglicismo *fake news* ha gozado de un ángulo crítico por quienes lo traducen de manera literal como “noticias falsas”, y señalan que tal apreciación sería un contrasentido, un “oxímoron”. Alegan que si es noticia, no puede ser falsa.

REFUTACIÓN:

El problema de esta postura es que atribuye un axioma según el cual una noticia tiene que ser verdadera de manera ontológica, es decir, verdadera por definición. La frase “si es noticia es verdadera”, supone varias preguntas: ¿Quién decide que es verdadera?, ¿solo el emisor? Y si el receptor la ve como noticia y la viraliza, ¿qué la devuelve a la ficción? ¿Qué la define como tal?, ¿su uso?, ¿sus intenciones?, ¿su real apego a lo real? ¿Qué sucede con la experiencia de las noticias falsas que han acompañado al hombre en la historia de la humanidad? Decir que una noticia, por ser noticia, es verdadera, ¿no supone que, entonces, todos los ciudadanos tuvieran la capacidad de inferir la verdad sin necesidad de evaluar su contenido, como un detector de mentiras automático que permita ver si algo es o no noticia incluso al momento de percibirla? Y, en ese caso, ¿cuál sería, entonces, el propósito de toda la investigación y esfuerzo por brindar al ciudadano y al periodista herramientas en contra de las *fake news*?

Posiblemente, al decir que una noticia es verdadera por serlo se incurre en una falacia por generalización apresurada, que, en terrenos

## DOSSIER

de la lógica, se trata de basamento fallido producto de inferir una visión general a partir de una evidencia insuficiente. Si las personas son engañadas en su buena fe por haber pensado, creído y asimilado que un contenido engañoso era una noticia, ya es evidencia para dudar de aquella premisa.

**Aún en la peor de las coyunturas, hay profesionales del periodismo que luchan a diario con las presiones de todas las direcciones en defensa del apego a la verdad, traducido, en la praxis, como la producción de contenidos veraces.**

Establezcamos antecedentes sobre noticias falsas. ¿Hay fenómenos que asemejan a lo calificable como “noticias falsas”? En efecto, en la historia, ha habido noticias, consideradas como tal, sobre declaraciones falsas, con mentiras que involucran a factores de poder, con consecuencias en el sistema de creencias de la sociedad y con impacto en la toma de decisiones. Las revelaciones del FBI a pocos días de culminar el proceso electoral estadounidense en 2016 sobre Hillary Clinton, por citar un caso. Ha habido manejo informativo polémico de naciones involucradas en conflictos armados, con omisiones de bando y bando, que ha llevado a popularizar la idea de que la primera víctima de la guerra es la verdad. A diario, lectores de prensa apelan a los medios que refuercen sus posturas, adaptando sus percepciones de la realidad a lo que quiere ver y escuchar.

Por supuesto, no se puede generalizar lo contrario. También hay noticias verdaderas, en términos deseables, en su mayoría veraces. Aún en la peor de las coyunturas, hay profesionales del periodismo que luchan a diario con las presiones de todas las direcciones en defensa del apego a la verdad, traducido, en la praxis, como la producción de contenidos veraces.

Sobre la verdad y la veracidad, se puede apelar al texto de Bernard Williams (2002) *Truth & truthfulness* —en español *Verdad y veracidad*—, para aproximarnos a una visión crítica sobre lo que los científicos sociales llaman “la

verdad”. Ante el desapego a posturas dogmáticas pero también descartando el relativismo, Williams refiere que existe un compromiso en los pensadores modernos hacia la veracidad y desconfianza frente a la idea de verdad absoluta. “El anhelo de veracidad pone en marcha un proceso de crítica que debilita la convicción de que haya alguna verdad segura o expresable en su totalidad. [...] Algunas explicaciones propuestas que pretendían dar con la verdad sobre el pasado se han revelado tendenciosas, ideológicas o interesadas”. (Williams, 2006: p. 13)

Williams cita a Nietzsche, a quien atribuye el ser uno de los primeros negadores de la existencia de una verdad absoluta. El alemán estima que “la verdad” es “...una hueste en movimiento de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realizadas, extrapoladas y adornadas poética y retóricamente, y que, después de un prolongado uso, un pueblo considera firmes, canónicas y vinculantes”. (Nietzsche citado por Williams, 2006: p. 15).

La ciencia de Williams es la Historia, pero bien su aproximación brinda al comunicador, de manera fehaciente, un camino conceptual para descomponer el término veracidad en dos grandes virtudes: la precisión y la honestidad, la primera reflejada en el correcto arqueología y uso de la data en procura de la exactitud; la segunda, referida a la supresión de los deseos, miedos y ambiciones en el abordaje narrativo, que permite reflejar sinceridad en la presentación de los sucesos.

Mientras una noticia tenga como preceptos deontológicos la sinceridad en su tratamiento y la precisión de los datos, será verdadera desde su concepción; pero quienes fungen como receptores aún no podrán conocer estos elementos sin un proceso de verificación, por tanto, podrán ser vulnerables a quienes maquillen de noticia un contenido forjado, una *fake news*, como la definieron David Lazer y Matthew Baum (2016) en la revista Science: “...información fabricada que imita noticias y contenidos de medios de comunicación social en cuanto a su forma, pero no en su proceso organizativo o intención”.

Las interrogantes empleadas: ¿Quién decide si una noticia, por ser tal, no puede ser falsa? ¿Es la intención del mensaje un antídoto contra el engaño en el receptor? Surgen además otras preguntas deontológicas para el debate. ¿Acaso, todo lo considerado noticia, es, por definición, verdadero? ¿Podría ser considerado el periodista –todo profesional en la comunicación de informaciones– un hacedor de verdades cotidianas incorrupto, en un mundo tan complejo, lleno de intereses, ambiciones, miedos y deseos que pudiesen limitar su consideración de sinceridad en la narrativa? Son estas preguntas socráticas.

El receptor también define, en su individual percepción –inconsciente de las verdaderas ‘intenciones’ del emisor– qué es noticia. Su interés, su necesidad, su lectura supone la consumación de la existencia de la noticia *per se*. En su derecho como destinatario de una comunicación, el lector, el oyente, el televidente, el usuario de un teléfono digital toma lo que le fue enviado o presentado como noticia y reacciona ante ella, compartiéndola, incorporándola o no a su creencia. Este contenido le causa efectos en su percepción de la realidad, si no tiene capacidad de distinguir lo veraz de lo falso o de lo falseado, o si no tiene dudas que le lleven a verificar lo que percibió antes de contribuir a su viralización. De allí que su vulnerabilidad, sobre todo la de receptores con entornos informativos restringidos, marcados por otras estrategias desinformativas tales como inaccessos a la información pública, censura y una máquina de propaganda oficial, sea aprovechada por creadores de bulos de oficio.

De allí la viralización, mal intencionada o no, de ciertos errores periodísticos por mal manejo de data sensible. ¿Entonces podemos afirmar que una noticia por ser noticia es verdadera? Idealmente, como apriorismo, sí; empíricamente, experiencias en el campo evidencian que tal vez no.

Pudiese decirse que toda noticia procesada bajo estricto apego a valores deontológicos del periodismo, y en estricto compromiso con lo veraz, aportará al receptor un enfoque narrativo apegado a la realidad; pero no se puede afirmar que todo lo que recibe un usuario de redes

sociales, presentado como noticia o contenido legítimo, cumple estos parámetros, mucho menos que ese contenido falseado no capitalizará cambios en su comportamiento, al hacerle creer que algo irreal, fantasía orgánica o engaño dirigido, es cierto. Se puede hacer uso de una metáfora para describir la opinión pública. Esta se conforma por el sistema de creencias. Si citamos a Hume, en su *Tratado de la naturaleza humana*, una creencia está conformada por impresiones (sentimientos) e ideas (pensamientos). Pero apelamos a este filósofo británico del siglo XVIII porque da a la palabra creencia una dimensión más profunda, pues en su naturalismo el término sustituye al conocimiento mismo. Es decir, la creencia, conformada por sensaciones e ideas, permite al hombre acceder al mundo y compartirlo, es lo que, en suma, da sentido a su vida.

**De allí la viralización, mal intencionada o no, de ciertos errores periodísticos por mal manejo de data sensible. ¿Entonces podemos afirmar que una noticia por ser noticia es verdadera? Idealmente, como apriorismo, sí; empíricamente, experiencias en el campo evidencian que tal vez no.**

La verdad o la aspiración a veracidad de una noticia viene dada depende de si cumple con las virtudes de precisión y honestidad, pero estas virtudes no son transferibles a su morfología, sino constatadas con la verificación de sus elementos. Por tanto, el impacto cognitivo de una información engañosa presentada como noticia con presunción de ser verdadera dependerá del receptor, no de la intencionalidad del emisor. De allí que puede ser que la noticia sea falsa y percibida como verdadera por el receptor, ENTONCES, PARA ÉL, SERÍA VERDADERA, AUNQUE FALSA. Es en ello, en la confusión que provoca asumir una información falsa como verdadera, que radican los esfuerzos en la capacitación mediática y de promoción de una cultura de verificación de contenidos.

## DOSSIER

**Ejercicio 2:**

AFIRMACIÓN: “No se dice *fake news*, se dice desinformación”

*Argumento:*

Líderes de distintos lugares del mundo usan el término *fake news* para referirse a la prensa que les critica. Si nos sumamos a este concepto, lo validaremos.

## REFUTACIÓN

¿Usar “desinformación” y no *fake news* para no complacer a la intencionalidad política contra periodistas? En algunos sectores gremiales del ámbito global y local, preocupados por mecanismos de censura, habría la intención de evadir el hablar de *fake news*, a fin de restar fuerza a la narrativa con la cual presidentes de diversos gobiernos han acompañado a estas palabras para estigmatizar la crítica periodística.

**[...] el “dar información intencionadamente manipulada” no remite exclusivamente al uso de *fake news*, también hay mecanismos de mentiras asociados a la propaganda, a la defensa comunicacional de posturas ideológicas de ciertos gobiernos, a vocería oficial cargada de distorsiones de la realidad en función de ocultar información privilegiada, entre otras argucias.**

La investigadora, reportera y docente italiana, Simona Levi, experta en el área de democracia digital, comunicación y acción colectiva contra la corrupción, cae en cuenta de esta angustia terminológica y hace mención a la tendencia de omitir con pinzas los vocablos *fake news*, con el uso del desempolvado y vuelto al ruedo –‘desinformación’–, al cual le otorga no solo validez, sino también más amplitud.

Algunas voces consideran que el de *fake news* no es un término útil para ello, principalmente por dos motivos: en primer lugar, porque lo consideran un concepto inadecuado o insuficiente, ya que no captura toda la complejidad de las formas de manipulación informativa, que incluye infor-

mación no propiamente ‘falsa’; en segundo lugar, porque, actualmente, el término puede inducir a confusión, ya que poderosos actores se han apropiado de él para deslegitimar informaciones veraces pero incómodas y atacar a medios rigurosos solo por el hecho de ser críticos. Por esta razón, en ciertos ámbitos se rechaza usar el término *fake news* y se prefiere utilizar el término desinformación. Como veremos, ciertamente se trata de un problema de límites de los términos. La desinformación no comprende solo la información falsa, sino que también incluye la elaboración de información manipulada que se combina con hechos o prácticas que van mucho más allá de cualquier cosa que se parezca a noticias, como cuentas automáticas (*bots*), vídeos modificados o publicidad encubierta y dirigida. (Levi, 2019: p. 21)

En cuanto a la insuficiencia o inadecuación del constructo *fake news*, no pocos analistas de organizaciones que tienen por objeto la detección de bulos han constatado una exacerbación de los métodos de falseo, más allá de las meras estratagemas que se nutren de la morfología de noticias, como por ejemplo con el uso de mensajes de audio de supuestas denuncias ciudadanas.

En artículo previo se propone que la expresión “contenido falseado” sea considerada como candidata, por poseer mayor amplitud y aludir a partículas o especies de contenido con distorsiones de lo real, influidos por estrategias de propaganda, tratamiento parcial de los hechos, uso de pseudociencia, descontextualización, usurpación de identidad, o manejo errático de información sensible, recursos o elementos no necesariamente presentes en todos los casos de desinformación (Hernández, 2019).

En la cita a Levi se aprecia además que no toda desinformación es *fake news*. Si un término no tiene la misma dimensión constitutiva de elementos que otro, no son sinónimos; en este caso, la desinformación podría contener al otro y esto posiblemente no siempre, de acuerdo con el manejo que sobre la intencionalidad haga cada investigador. Desinformación también es censura, incertidumbre en la data y silencios informativos en torno a temas de interés público.

El concepto de la Real Academia Española para el término desinformación alude a “...dar información intencionalmente manipulada al servicio de ciertos fines”; pero también con “...dar información insuficiente u omitirla”. No solo se emplea para referir formas de emitir falsedades, la creación de *fake news* en redes o a la propagación de contenidos falseados cualquiera estos fuesen; además se refiere el vocablo, en cuanto a verbo, a “omitir” o “dar información insuficiente”, a ocultar o convenientemente dejar de informar al público, por tanto, hace alusión a evitar el acceso a la información pública.

Por otro lado, el “dar información intencionalmente manipulada” no remite exclusivamente al uso de *fake news*, también hay mecanismos de mentiras asociados a la propaganda, a la defensa comunicacional de posturas ideológicas de ciertos gobiernos, a vocería oficial cargada de distorsiones de la realidad en función de ocultar información privilegiada, entre otras argucias.

Desinformar, entonces, abarca más actos que crear *fake news*, aunque podría incluirlos. Veamos el otro lado del silogismo: ¿todo *fake news* está hecho con la intención clara de desinformar, como corresponde a la motivación intrínseca consecuente de la acción desinformar, así definida? ¿Qué ocurre cuando, por manejo errático de información sensible, se falsea el contenido de manera orgánica, aparentemente sin intencionalidad o de manera no atribuible a un laboratorio de desinformación?

En la narrativa, teóricos han desvinculado estos errores con la idea de un “contenido falseado”, han puesto una barrera entre lo que se falsea adrede y lo que se debe a carencia de información o errático uso de la misma, han separado la desinformación por error (*missinformation*, *mésinformation*) de la que se presenta con premeditación (*disinformation*, *désinformation*), pero Romero (2014) reconoce que la no inclusión de lo errático deja por fuera elementos desinformativos apelando a su voluntariedad y no a sus efectos. A fin de cuentas, ¿qué pasa por la mente del receptor que desconoce el engaño? ¿Un contenido falseado, consumido como veraz, deja de ser desinformati-

vo en función a los intereses del emisor? ¿La intención del emisor es legible en el contenido, como para proteger al receptor de los efectos del mensaje en su percepción?

Levy (2019) encuentra que la separación de lo no intencional de lo premeditado podría ser acomodaticia en función de escudar a quienes, sin querer, tales como los propios ciudadanos o incluso medios y periodistas, generan un contenido falseado sin premeditación. Con un concepto que los excluye por su falta de intención en manipular, señala la autora, se les aparta de un problema del cual forman parte importante. Contradiendo a muchos autores que estiman que la desinformación solo existe cuando es intencionada, Levi señala que la misma incluye información engañosa, inexacta, como resultado de algo premeditado, pero también de la

**Desinformar, entonces, abarca más actos que crear *fake news*, aunque podría incluirlos. Veamos el otro lado del silogismo: ¿todo *fake news* está hecho con la intención clara de desinformar, como corresponde a la motivación intrínseca consecuente de la acción desinformar, así definida?**

inercia y la mala praxis.

El término desinformación fue empleado a principios del siglo XX por el régimen soviético (*disinformatija* o *disinformacija*), para referirse a la actividad vinculada a la difusión de noticias parcial o completamente falsas, en el intento de influenciar a la opinión pública, desorientándola. Cuando los rusos emigraron a Francia, al acabar la Primera Guerra Mundial, relataron que la policía bolchevique utilizaba dicha expresión, refiriéndose a las acciones destinadas a impedir la consolidación del régimen comunista en Moscú. De allí, su acepción posterior, en 1944, en el Diccionario de la Lengua Rusa, editado en 1949, que definía la desinformación como “...la acción de inducir al error por medio de informaciones mentirosas”, nótese que desde entonces se hablaba de provocar cierto com-



## DOSSIER

portamiento en los receptores, pero además, se admitía que había “informaciones mentirosas”.

En el Diccionario de la Lengua Rusa, con peso en el aspecto ideológico, se incluía la acepción “...la desinformación de la opinión pública llevada a cabo en los países capitalistas” y en 1952, en la Gran Enciclopedia Soviética, se le consideró “...la distorsión que los Estados Unidos ejercían sobre la opinión pública mundial, a través de su enorme potencial informativo” (Rodríguez Andrés, citando a Jaquard, 1958).

A fines de la década de los 50, refiere Rodríguez Andrés, serían los propios rusos los que, a través del servicio secreto de su KGB, establecerían oficinas de desinformación, aspectos que emularon en los 60 otras naciones, como Alemania oriental, Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Bulgaria, para ese entonces, de corriente socialista. Se le consideró un instrumento para condicionar a los individuos. Tal vez por ello se ha pretendido emplearlo como sinónimo de *fake news*, o una forma “correctamente política” de mencionar el fenómeno.

### A MODO DE CONCLUSIÓN

Se pretendió abordar vías para enfocar la refutación de unidades de contenido, a partir de un proceso de pensamiento vinculado con la mayéutica de Sócrates. Se abre el debate para nuevas refutaciones, a partir de los ejemplos y las evidencias presentadas.

El mejor manual de verificación es el que permite al alumno obtener el criterio de búsqueda. El énfasis de este capítulo es que el lector, periodista o ciudadano, encuentre cierta autonomía a partir de la propia reflexión e introspección.

Se pudiera enumerar al final de este recorrido un gran volumen de aplicaciones que sirven de herramientas para apoyar los procesos de obtención de respuestas surgidas a partir de ciertas preguntas, tales como Google Imágenes (que permite saber el origen y primer momento de difusión en la web de determinada imagen), *Fotoforensics* (que brinda un análisis de las posibles alteraciones realizadas a una imagen), para lo cual le sugiero visitar la sección de herramientas de verificación del Observato-

rio Venezolano de *Fake News*, entre otras plataformas.

Pero se aprovechó el espacio de estas páginas no para hacer un catálogo de *apps* que de seguro irá variando de acuerdo con el desarrollo tecnológico de aplicaciones, sino para revisar un método del pasado, la mayéutica, empleado para extraer lo errático y falso de algunas afirmaciones, en función de crear conciencia sobre los sesgos, la posibilidad de ser manipulado por el tratamiento poco ético y legítimo de ciertos contenidos y la necesidad de refutar cada unidad, a partir de premisas como el establecimiento de analogías.

La visión que se comparte en este texto es que la desinformación es combatible, pues se puede eliminar a partir de posturas de moderación y de la declaración previa de ignorar a ciencia cierta si todos los componentes que conforman una unidad informativa están acordes con la realidad, para luego proceder a verificar.

Se recomienda afrontar el reto de mejorar las competencias mediáticas a través de una postura de pensamiento negativo, una que parta de la necesidad de establecer analogías y desmontar, con proceso dialógico, los elementos tácitos presentados como reales en cada ocasión, por medio de comparaciones, contrastaciones y establecimiento de incongruencias.

Se presentó el criterio para encontrar una postura base para la verificación –el *ignoramus* socrático– y detalles de cómo encontrar las dudas para una primera refutación –las analogías– y posterior verificación.

Por otro lado, se emplearon ejemplos para hacer ver ciertas propuestas de abordaje conceptual. La desinformación, estratégica u orgánica, tiene en los contenidos falseados, en los *fake news*, algunas evidencias de la disminución de la calidad informativa de una sociedad.

El comunicador puede estar deontológicamente apegado a la verdad y sin embargo, por error el tratamiento informativo al cubrir una declaración de un vocero que sigue un guion de desinformación, puede publicar una noticia cargada de falsedad de origen, porque se convirtió su mensaje en la extensión de una mentira en el discurso público que no pudo filtrar

con ojo crítico. Y en la aplicación de la lupa que gracias a una investigación profunda lo hace desmentir tal falsedad, puede ser acusado de crear *fake news*, en la manipuladora defensa de un régimen adverso a la libre circulación de información veraz. Tal uso político no debe ir en desmedro de la terminología, ni obligar a ser prudente en el uso de las palabras, con la excusa de no querer complacer la narrativa censuradora de algunos sectores.

Se parte de dos extremos humanos obvios, el emisor y el receptor. También de la posibilidad fáctica de la intencionalidad de engaño, pero también de la accidentalidad del error, bajo la cual el receptor estaría relativamente ciego, sin una mirada que vaya más allá de su *doxa* y ante las opiniones y los bulos, entonces, no podría desdeñarse el impacto que como contenido desinformativo tenga algo percibido como noticia. Decir que si es falso no es noticia, es como pedir que el vulgo, solo valiéndose de su opinión, pueda discriminar y entonces, pues, no tendrían sentido alguno todos los esfuerzos por brindarle herramientas para evitar que su sistema de creencias se vea plagado de contenido falseado.

Hay que volcar el análisis en profundidad, para entender a fondo lo que realizan los verificadores. El *fact checking*, como tal, ya viene permeado por cierta lógica de mayéutica. Se trata de abordar la *doxa*, haciendo uso de raciocinio para “hacer evidente” lo que está detrás, y así alcanzar la información que se convierta en conocimiento de la realidad.

Sin caer en comparaciones, parece que, por oposición, quienes se ocupan de crear campañas de desinformación juegan, de alguna manera, al sofismo en su peor interpretación, en su afán de hacer parecer que la causa injusta era justa, o viceversa. Conmover, persuadir y deleitar puede servir como estrategia comunicacional válida para la efectividad del mensaje, pero, ¿qué pasa si estas artes son empleadas para imponer falsedades, a fin de satisfacer intereses personales, vinculados o no con el manejo a conveniencia del desconocimiento ajeno? De allí las críticas, de aquello propio del arte sofista, empleado para manipular, haciendo creer que lo falso es verdadero a través de la retórica.

La vinculación que se intenta tendría que ver con la condición de dudar de todo lo que se recibe en redes, y aplicar, a fin de desmentir o validar en un proceso de verificación, un diálogo compuesto de interrogantes asociadas con la naturaleza del contenido recibido. Este arte consiste en pausar la emoción y responder a unas dudas iniciales antes de compartir, o de solo hacerlo luego de incluso verificar a fondo el contenido, en el caso de ser un comunicador más interesado en combatir la desinformación. Tal parece que esta actitud de refutación, necesaria en el presente, puede bien tener a la mayéutica entre sus antecedentes.

Existe cierta creencia a pensar que existen públicos en capacidad de distinguir una opinión de un hecho real y verificable. Pero, en realidad, todos somos en mayor o menor medida vulnerables a los sesgos de atribución, de confirmación y de referencia, lo que termina generando errores en los mensajes que compartimos, viralización de contenidos falseados y una larga experiencia de desinformación y conformación de posverdades. A lo anterior se suma que muy pocos públicos están en capacidad de distinguir una opinión de un hecho real y verificable, lo que termina generando desinformación.

Pero estar informado, correctamente, sí es posible. Es requerido, eso sí, un uso de racionalidad que conduzca al entendimiento. Se precisa la comprensión de nuevas capacitaciones mediáticas, que son necesarias y urgentes en esta fase de realidades virtuales, de multiversos, de exacerbación de poderes de las redes sociales.

#### LEÓN HERNÁNDEZ

Licenciado en Comunicación Social, magíster en Comunicación Organizacional, doctorando en Historia de la Universidad Católica Andrés Bello. Periodista, documentalista, investigador del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB, coordinador del Observatorio Venezolano de *Fake News*, socio de Medianálisis, miembro del consejo editorial de la revista *Comunicación* y de la revista *Temas de Comunicación* de la UCAB.

## DOSSIER

## Referencias

- DÍAZ MONTIEL, Zulay C.J. (2007): "Habermas: Lenguaje y diálogo, el rol del entendimiento intersubjetivo en la sociedad moderna". En: *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Vol.12, n.39, pp.47-72. ISSN 1315-5216.
- ESCOBAR, Alexandra y VEGA, Katherin (2019): *Relación entre competencias mediáticas y fact checking. Caso Colombia Check*. Trabajo de grado para optar al título de comunicadoras, Pontificia Universidad Javeriana, Cali, Colombia.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, Nuria (2017): "Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática". En: *Nueva Sociedad*, no. 269, pp.66-77. España.
- HERNÁNDEZ, León (2019): *Más allá de las fake news, los contenidos falseados como componentes de la desinformación en Venezuela*. Documento en Línea, disponible en <https://www.medianalisis.org/mas-alla-de-las-fake-news/>
- LEVI, Simona (2019): *#FakeYou, fake news y desinformación*. Rayo Verde Editorial. Página 21.
- PEDREIRA, Maricarmen (2018): "Desinformación e Infoxicación en las cuartas pantallas". En *Competencias Mediáticas en medios digitales emergentes*, compilación de Aguaded, I. y Romero R., L. Comunicación Social, ediciones y publicaciones. Salamanca, España.
- RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto (2017): *Fundamentos y concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones institucionales*. Editorial Complutense.
- ROMERO, Luis (2014): *Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Universidad de Huelva, [Documento disponible en línea en file:///C:/Users/win10prueba/Downloads/332570539-Pragmatica-de-La-Desinformacion.pdf]
- VANDIJK, Teun (2006): "Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones". Revista *Signos*, 39(60), 49-74. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342006000100003>
- WILLIAMS, B. (2002): *Verdad y veracidad*. Edición en español de 2006, para Tusquets Editores. Barcelona, España.



Photomaton. Horror. NYC. 1969.