

Pensar en desinformación, desde el aporte de filósofos

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 -donde lleva la línea de investigación Comunicación y Democracia-, coordinador del Observatorio Venezolano de Fake News, socio de Medianálisis, miembro del consejo editorial de la revista Comunicación. Miembro del programa Next Generation Leaders del McCain Institute de la Universidad de Arizona. Profesor de la cátedra Deontología Periodística de la Universidad Católica Andrés Bello.
lehernan@ucab.edu.ve <https://orcid.org/0000-0002-0375-9050>

Resumen

El consumo informativo actual requiere nuevas destrezas y capacidades por parte de los usuarios, tales como el criterio para validar los contenidos que recibe, antes de darlos por ciertos y con ello incorporarlos a sus ideas sobre la realidad. Las competencias mediáticas para hacer frente a la desinformación deben abordar no solo lo instrumental, también pensamiento sobre cómo se configuran las ideas y conocimientos, así como métodos de refutación. En esta tarea, se pueden recabar aspectos del pensamiento abonados desde hace más de dos mil años, por filósofos como Sócrates y Platón, quienes dieron luces tempranas sobre cómo consolidar el conocimiento de la realidad, a través de la mayéutica y la dialéctica. Una aproximación a estos conceptos y perspectivas sobre la desinformación como algo inherente a la naturaleza humana, son las ideas con las cuales se realiza el presente ensayo.

Palabras clave: desinformación, fake news, bulos, Sócrates, Platón, Spinoza, Ortega y Gasset, verificación, mayéutica, dialéctica

Thinking about misinformation, from the contribution of philosophers

Abstract

Today's information consumption requires new skills and abilities on the part of users, such as the criteria to validate the content they receive, before taking it for granted and thus incorporating it into their ideas about reality. Media competencies to deal with disinformation must address not only the instrumental, but also thinking about how ideas and knowledge are configured, as well as methods of refutation. In this task, it is possible to gather aspects of thought fertilized for more than two thousand years, by philosophers such as Socrates and Plato, who shed early light on how to consolidate the knowledge of reality, through maieutics and dialectics. An approach to these concepts and perspectives on disinformation as something inherent to human nature are the ideas with which this essay is made.

Keywords: disinformation, fake news, hoaxes, Socrates, Plato, Spinoza, Ortega y Gasset, verification, maieutics, dialectics

A modo de introducción

Una frase acompaña a quienes hemos servido como verificadores de información, al menos, desde Venezuela, país que cuenta con iniciativas como el *Observatorio Venezolano de Fake News*, de la cual el autor del presente ensayo ha sido fundador y coordinador, *Cazadores de Fake News*, *ProBox* y *EsPaja.com*: “Para desmentir una unidad de contenido falseado, hay que dialogar con la unidad”. Este ensayo presenta abstracciones posibles sobre cómo pensar esos diálogos.

Por lo general, cada unidad de verificación supone tareas distintas, desde llamar a funcionarios, fuentes de la esfera privada, visitar sitios web de organizaciones, revisar las redes de un conjunto de usuarios, hasta acudir al sitio a hacer observaciones propias. Todo con el fin de establecer, a modo de constatación, evidencias que corroboren o desmientan el contenido. Por ello, cada diálogo para la verificación se hace de acuerdo con las características del contenido y las implicaciones de este en términos de reconocimiento de la realidad. Se hace una suerte de periodismo inverso, esto es, en lugar de construir un hecho a partir de datos, desde la nota o mensaje, ir hacia los componentes del contenido, validando los consistentes o desmontando los falseados, sobre la base de las analogías lógicas del origen de cada dato: “Si se ha dicho lo que se afirma, debe estar refrendado por un comunicado publicado en sus redes, como suele ocurrir en todas las oportunidades en los cuales tal fuente declara sobre un X tema”, por ejemplo.

Esto nos lleva a que, pese a la diversidad de las unidades, hay un método sencillo que siempre ocurre con todas: la formulación de preguntas, lo dialógico sobre cuáles elementos acompañarían a la existencia de un determinado mensaje, si este fuese cierto; y cuáles circunstancias arrojarían inconsistencias a la existencia de un determinado contenido, si este fuese falso. Tal lista de cotejo, diálogo con preguntas a cumplir, nos lleva a un criterio dialógico con la unidad, pero tal criterio no parece formado en tiempos presentes, sino consustanciados por una herencia cultural y de pensamiento que conforma nuestras ideas sobre el mundo, las opiniones y la razón. Las nociones, en suma, sobre cómo se construye el conocimiento.

Hemos heredado del pensamiento occidental una ardua labor de Filosofía sobre qué es el saber, así como no pocas críticas al comportamiento del colectivo, en cuando asunciones de falsedades, mitos, irrealidades. También una manera de asumir lo verdadero y desmontar lo falso, que ha contado con aportes de filósofos como Sócrates y Platón, en lo que debe ser considerado conocimiento y razonamientos para comprender la realidad circundante.

¿Puede la obra de estos pensadores aportar ciertas bases para combatir la desinformación que afecta a la esfera comunicativa contemporánea? A partir de las respuestas que algunos filósofos dieron

a sus preguntas sobre el conocimiento de la realidad, podrían compilarse apuntes que traten de adaptar algunas ideas de la filosofía clásica sobre cómo validar una idea para hacer frente a uno de los fenómenos que más afectan el desempeño político social del mundo contemporáneo: la desinformación. La respuesta, aunque en medio de evidentes fronteras de tiempo y espacio, es Sí, tomando en cuenta que la base era perseguir el conocimiento de la realidad.

Explorando el contexto global y local

En el mundo de hoy, lo que se comunica por redes sociales va más allá de una noticia. Lo que habla la gente está condensado en un gran volumen de unidades con contenidos que van explícitos o implícitos en mensajes gráficos, auditivos, audiovisuales o textuales. La noticia, esa partícula que permite saber qué ocurre a través del dato, es una competencia del periodista, una expresión de un quehacer deontológico profesional, en función de una estructura de datos, pero actualmente no determina el consaber de lo público.

El hecho, pues, definido por un periodista, es una noticia. Pero, en el presente, lo que más viaja por redes y consume el individuo para saber de la realidad son los contenidos sin formales curadurías ni estructura: la experiencia comunicativa por la extensión de la intersubjetividad humana que supone el uso de las plataformas comunicacionales para decirle a otro que se está acá, para alcanzar reconocimiento y “notoriedad”. “Me conecto, luego existo”.

Si se coloca como ejemplo el caso venezolano, los patrones de consumo informativo han dejado de lado, en mucho, las tradicionales noticias. Así lo refleja, al menos, un estudio sobre consumo cultural e informativo de los venezolanos, compilado por Marcelino Bisbal y Carlos Correa en 2023, según el cual los emprendimientos informativos considerados influyentes en la sociedad venezolana no son visitados por la mayoría de los ciudadanos del país, que siguen informándose, principalmente, por medio de otras plataformas abiertas y otras más vinculadas con entretenimiento, farándula y viralizaciones de banalidades, tales como Youtube, Tick Tock, entre otras. (Correia y Bisbal, 2023)

En tiempos de redes, con una tecnología capaz de transmitir de manera horizontal ideas, realidades, novedades, los datos informativos tienen múltiples formas y han ido quedándose atrás las fórmulas que eran las tradicionales para informarse en el pasado, bien por la inmediatez del ritmo informativo que logra la esfera digital, bien por razones de restricciones a la esfera mediática por parte de gobiernos, bien por apatía de los ciudadanos a la lectura, ante patrones de consumo de entretenimiento cada vez más pronunciados.

En el nuevo orden comunicacional, basado en lo caótico y asíncrono de un “todos potencialmente emisores”, los usuarios alimentan sus ideas, creencias, esquemas mentales y decisiones haciéndose una idea de la “realidad” por medio de lo que reciben: mensajes de amigos, conocidos, contactos, personas en el sitio, etc. El consumo informativo va variando o no solo se alimenta la percepción sobre la realidad circundante de aquello que se emitía a través de los medios, sino a través de lo que se interactúa, de las narrativas que se comparten, por medio de las herramientas actuales, plagadas también de opiniones, percepciones y prácticas controversiales semejantes a la irracionalidad de las masas y el reforzamiento de sesgos cognitivos, a través de, por ejemplo, las llamadas burbujas informativas.

Ya lo que se intercambia o se dialoga en redes es un contenido de amplia variabilidad de formas, de posibilidad de viralización a juicio del apetito de los deseos, temores o incertidumbres de los usuarios, que puede combinar estilos, texto, sonido, video e hipervínculos para comunicar ideas.

Estamos en una era de burbujas comunicacionales, casos de cultura de cancelación, guerras ideológicas en redes, laboratorios de fake news, astroturfing, phishing, clickjacking, censura e intentos de infocidadanía, como los vividos en Venezuela el pasado 22 de octubre de 2023, con unas elecciones primarias de la oposición al Gobierno de Nicolás Maduro, que no fueron radiadas ni televisadas, por presiones de la élite en el poder. En Venezuela, la desinformación tiene un gran componente de censura, la realidad se distorsiona por unidades de campañas de manipulación, pero también en medio de una comunicación cercenada, con algunos medios bloqueados en Internet y otros cerrados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

Doxa y episteme: de la opinión y al conocimiento

¿Cómo saber que algo es real o verdadero en la vorágine de contenidos que vapulean al público y ponen a prueba su capacidad de confianza? Esa pregunta es constante en conferencias sobre fake news en el mundo de las comunicaciones del presente. Pero dudas sobre lo que se escuchaba en las plazas públicas, en los mercados, en los espacios de diálogo, han sido formuladas por pensadores desde hace cientos de años, mucho antes de que existieran las nuevas tecnologías de la información.

Distinguir lo verdadero y lo falso es una angustia tan longeva como la historia de la humanidad. Las discusiones sobre las verdades absolutas han pasado por debates y dilemas deontológicos para la profesión del periodismo, distinguiéndose como precepto moral comúnmente aceptado el que a pesar de no haber verdades absolutas, es perentorio aspirar a la veracidad en los contenidos, como única vía para aspirar a brindar información que se aproxime a la verdad de los hechos, como lo sostenía Bernard Williams en “Verdad y Veracidad” (2006). Pero, también existen

diatribas sobre las distinciones de algo falso con algo premeditadamente hecho para mentir, o con algo orgánicamente arrojado como una falsedad, sin intencionalidad, producto de una opinión desacertada.

En el pasado, los filósofos clásicos distinguían dos categorías sobre las ideas. Las que provienen de la doxa y las que surgen como episteme.

Episteme es un término que etimológicamente procede del griego ἐπιστήμη episté mē que viene de 'conocimiento' o 'ciencia', clásicamente los pensadores griegos hacían una distinción entre episteme y τέχνη téknē o 'técnica'. En la terminología de Platón, episteme significa conocimiento en tanto «conocimiento justificado como verdad», a diferencia del término «doxa», que se refiere a la creencia común o mera opinión. (Wikipedia, 2023)

Las opiniones, doxa, existen, pero pueden ser infundadas, prejuiciosas, falaces. Si aplicamos la perspectiva socrática a la esfera de las fake news, a la cantidad de pareceres orgánicos y artificialmente contruidos como parte de campañas desinformativas que operan en las plataformas comunicacionales, debemos indicar que la opinión, lo dicho, lo compartido, no da al otro, per se, el sentido de verdad. Una cosa es escuchar decir que algo es cierto, y otra cosa distinta, que lo sea en lo real; un asunto es creer que un contenido recibido es cierto y otra, que en lo real lo sea; una experiencia es querer creer que una información es cierta y otra, distinta, y otra que tal información se corresponda con lo real. 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.

Existe una concepción común sobre el papel del opinar, asociada con el principio de la libertad de expresión: todo el mundo tiene derecho a opinar, a decir qué de tal o cual cosa, pero tal ejercicio no debe ser confundido con el saber o el conocimiento, pues en el opinar se puede errar y en este sentido, no todo lo que se comunica en redes parte de un saber, y no todo lo que se replica, de un conocimiento. No toda noticia que se comparte, por citar un ejemplo asociado con la información, corresponde a un hecho periodísticamente concebido por un profesional de la Comunicación Social. Una cosa, entonces, es que parezca una noticia, otra, que en efecto, lo sea.

La naturaleza crédula de la ignorancia

Aunque el tema desinformación tiene nuevos enfoques en la intersubjetividad de redes comunicacionales, provistas de potencial dialógico, ya muchos pensadores del pasado habían enfocado su lupa sobre en la credulidad humana y la razón del mentir, y más allá, en la naturaleza del

mentirse. Su perspectiva y crítica podrían ser útiles para entender por qué crece hoy el fenómeno de la desinformación, un problema actual de primer orden en lo comunicacional.

En 1670, en su “Tratado teológico-político”, el filósofo neerlandés Baruch Spinoza (1632-1677), defiende la libertad de filosofar y la democracia. En su prefacio, se hace preguntas sobre la necesidad de aplicar la racionalidad, en modo de normas, y destaca dos emociones que hacen crédula a la especie humana: el miedo y el deseo. Además, destaca que la penetración mayor de falsedades, suele ocurrir en momentos de incertidumbre.

Si los hombres fueran capaces de regirse constantemente por una regla preconcebida; si constante les favoreciera la fortuna, tendrían el alma libre de supersticiones. Mas como suelen hallarse en situaciones tan difíciles que les imposibilitan adoptar resolución alguna racional; como casi siempre fluctúan entre el temor y la esperanza, por bienes que no saben desear moderadamente, su espíritu está abierto a la más exagerada credulidad. Vacilan en la incertidumbre, el menor impulso les mueve en mil rumbos diferentes, y a su inconstancia se agregan las fatigas del temor y la esperanza. Por lo demás, observadle en otras situaciones y les hallaréis confiados en el porvenir, llenos de orgullo y jactanciosos. Hechos son esos que, en mi concepto, nadie ignora, aunque es verdad que los hombres suelen vivir ignorantes de sí mismos. Nadie, repito, ha podido ver los hombres sin observar que, cuando prósperos viven, se jactan todos, aún los más ignorantes, de tan grande sabiduría, que les rebajaría recibir un consejo. Sorpréndeles la adversidad; hállese indecisos; piden consejo a cualquiera, y por absurdo, frívolo o irracional que sea, síguenle ciegamente. (Spinoza, 1985[1670] p.23)

Una prueba empírica de lo indicado por Spinoza, sobre la mayor creencia del género humano en momentos de incertidumbre, fue la desinformación sobre la pandemia de la enfermedad de Covid-19, que afectó a la humanidad entre 2020 y 2022. El tema relativo al coronavirus fue el que más unidades de contenido falseado provocó al menos en Venezuela, de acuerdo con cifras compiladas en ese período por el Observatorio Venezolano de Fake News. (Cañizález, Hernández, Torrealba, 2022). Spinoza hubiera encontrado motivos para reforzar su tesis, al ver, por ejemplo, la circulación de bulos asociados con curas milagrosas y las unidades que afirmaban que el virus se trataba de una conspiración. Spinoza destaca el papel de la voluntad en la elección de querer creer en algo, aunque sea ficticio: “Quieren que toda la naturaleza sea cómplice de su delirio y, fecundos en ridículas ficciones, la interpretan de mil maravillosos modos”. (Spinoza, 1985[1670] p.23)

El filósofo, historiador y economista escocés, David Hume (1711-1776), consideraba que, dada la naturaleza humana, muchas veces la elocuencia y la retórica se imponían a la razón, pues, al estar

dirigidas a la fantasía o a las afecciones, tenían el poder de cautivar a los oyentes predispuestos y disminuir la capacidad de raciocinio. En su libro “Investigación sobre el entendimiento humano”, de 1740, Hume recomienda una mirada de sospecha ante aquello que, como milagro o prodigio deseado, suene muy apetecible al oído del receptor:

“Los muchos casos de milagros, profecías y acontecimientos sobrenaturales falsificados que en todas las edades han sido descubiertos por evidencia contraria o que se denuncian a sí mismos por su carácter absurdo, demuestran suficientemente la intensa propensión de la humanidad a lo extraordinario y lo maravilloso y deberían razonablemente dar origen a sospechas contra toda narración de esa índole”, (Hume 1988[1740]p.143)

También alertaba que, aunque en tiempos más ilustrados el sentido común pudiese ser un recurso contra los engaños, tal elemento es limitado, pues la tendencia a creer en lo maravilloso es parte de la naturaleza humana:

“La inclinación humana a lo maravilloso tiene una gran oportunidad para manifestarse. Y así, una historia que está completamente desacreditada en el lugar de origen, pasará por cierta a mil millas de distancia (...) El populacho absorto acoge ávidamente, sin examen, lo que confirma la superstición y crea el asombro”, (Hume 1988[1740]p.146)

Hume, seguramente, habría sido defensor de la verificación en los tiempos actuales, pues ya para el siglo XVIII hablaba de la importancia hacer pasar a las historias extraordinarias por la prueba de las evidencias. “La chispa más diminuta puede convertirse, aquí, en la mayor llama, pues los materiales están siempre preparados para ello. (...) el populacho absorto acoge ávidamente, sin examen, lo que confirma la superstición y crea el asombro”. (Hume 1988[1740]p.153)

Hume no solo describía una de las características de las comunicaciones informales: la sed de ser el primero, captar la atención de los otros, a fin de revelar algún incidente, máxima que, en periodismo, requeriría los métodos de verificación noticiosa, pero que en manos de personas interesadas en captar seguidores, como ocurre en las redes actuales, genera la circulación rápida de falsedades:

Este es nuestro modo natural de pensar, incluso con respecto a los acontecimientos más comunes y creíbles. Por ejemplo, no hay ninguna noticia, que surge tan fácilmente y se extiende tan rápidamente, especialmente en el campo y en ciudades de provincia, como las referentes a bodas. Basta que dos jóvenes de la misma condición se hayan visto sólo dos veces para que toda la vecindad los una inmediatamente. El placer de dar una noticia tan interesante, de propagarla y de ser el

primero en comunicarla difunde la información. Y esto es tan bien conocido, que ningún hombre sensato hace caso de estos informes hasta que los encuentra confirmados por una evidencia mayor. (Hume 1988[1740]p.143)

Para Hume, había, entonces, dos principios que había que comprender sobre el entendimiento humano: la credulidad y la desilusión, la primera en la comprensión de lo deseable y lo temido; la segunda, producto del desecharse las fábulas ante las evidencias.

También el filósofo español José Ortega y Gasset (1883-1955) indica comprender que la ingenuidad es parte de la posibilidad de que exista la mentira, y que esta forma parte del lenguaje. En el prólogo para la versión francesa de su texto “La rebelión de las masas”, describía que, así como el lenguaje sirve para expresar el pensamiento, servía también para ocultarlo y mentir y que “la mentira sería imposible si el hablar primario y normal no fuese sincero”, por lo que, destaca, “la moneda falsa circula sostenida por la moneda sana. A la postre el engaño resulta ser un humilde parásito de la ingenuidad”. (Ortega y Gasset, 1983[1927] p.10)

Pensamientos sobre las mentiras: la credulidad en la mira

Pero, ¿qué sobre quienes se aprovechan de estas condiciones para desinformar, para mentir y causar conmociones, cambios en tendencias electorales, campañas políticas de desprestigio? Otros pensadores también han abordado este fenómeno.

Vicente Vide Rodríguez (2016), en su texto “Análisis filosófico y teológico de la mentira desde la teoría de los actos del habla”, destaca que en la Biblia se describe a la mentira como una actitud de una persona que no inspira confianza: “No darás falso testimonio contra tu prójimo” (Éxodo 20: 16; Levítico 19: 12) y realza a San Agustín (354 d.C. – 450 d.C.) en sus obras “De mendacio” y “Contra mendacium”, como antecedentes de primer orden en el análisis sobre la mentira.

Según Gramigna, (2016), San Agustín atribuye a la mentira la determinada intención de engañar y establece que algo falso no necesariamente tuvo la intención de engañar. Esta idea agustiniana sobre lo falso sin intención -que se puede visualizar como lo que podría ser un bulo orgánico o error en el manejo de información sensible-, tiene que ver con lo relativo a alguien que afirma un error, pensando que es verdadero, es decir, alguien que afirma una premisa producto de que ha sido engañado o se engaña a sí mismo, inintencionalmente.

Vide Rodríguez (2016) señala que Santo Tomás de Aquino (1225-1274) define la mentira como la expresión de algo contrario al propio pensamiento. Indica que Santo Tomás veía que podría haber quien diga una falsedad pensándola como verdadera, sin incurrir en el acto de mentir, al pensar que

es verdad. Coincide con San Agustín en la posibilidad de una falsedad no intencional. Rodríguez indica que Santo Tomás encuentra como mentira intencionada a quien, de manera formal, asume como propósito contradecir lo que piensa, en cuyo caso miente, incluso si lo que dice es verdadero.

Sobre una mentira ya más tecnificada para manipular, Hannah Arendt (1906-1975) desarrolla un concepto de mentira política organizada. Describe cómo un régimen puede falsear realidades y tener la mentira como principio político. Cita a Montaigne (1533-1592) para describir la dificultad de discernir qué es verdad y que no en la mentira deliberada: “Al revés de la verdad, tiene cien mil figuras y un campo indefinido”. (Martin, 2019).

Arendt alude que las mentiras más dañinas y a las que apelan los regímenes totalitarios son las que distorsionan o crean hechos inexistentes para manipular las creencias de la masa, cambiar la textura y el tablero político. También encuentra distinción entre la falsedad deliberada y el error o la ilusión. Distingue tres elementos en la mentira: 1.- Una proposición que el mentiroso sostiene como verdadera, 2.- Un enunciado que el mentiroso tiene por falso y que sustituye a la proposición verdadera. 3.- La intención de engaño de parte de quien conoce esa verdad y emite el enunciado falso, es decir, la intención de lograr que el enunciado que falsea la verdad sea tenido por verdadero por los receptores. (Martin, 2019)

Para la autora alemana, quien estudió el caso de la propaganda nazi, la mentira organizada no pretende cambiar un aspecto de la realidad, intenta sustituirla. 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 disminuir sus resistencias ante lo falseado del 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 porqué 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)

Encontrar veracidad en el maremágnum de contenidos vacuos y falseados: ideal platónico

Estamos en momentos en los cuales la ciudadanía amerita comprensión y capacitación sobre cómo afrontar la censura y los bulos. La tarea es compleja, implica capacidades de consumo informativo acordes con los tiempos actuales, y las desventajas se acentúan en entornos como el venezolano, en el cual, solo por citar un hecho, se vivieron unas elecciones primarias de la oposición el pasado 22 de octubre de 2023, proceso que no fue radiado ni televisado por presiones de la élite en el poder y ante el cual solo fue posible la comunicación en redes, con las características imprecisas ya descritas.

“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)

Poner en duda una opinión, expresión, haciéndose preguntas, como lo sugería Sócrates, desde la mayéutica, podría dar lugar al proceso para llegar a la “aletheia”, la sinceridad de los hechos o verdad misma en la realidad. Así lo manifestaba a través del referido método que tenía como propósito “dar a luz” la verdad. Curiosamente, así Sócrates se encaminaba a declarar una opinión como un camino sin salida, conducente a un absurdo, o como él lo llamó: una “aporía”.

Sócrates (470-399 D.C.) da esos aportes, los toma Platón, y este, influido también por Parménides -el primero de los filósofos presocráticos en plantear críticas-, plantea la dialéctica, llegar al saber a través de diálogos.

El primer paso para verificar un contenido es evitar la validación automática. Sería partir del poder del ignoramus, desde el punto de vista socrático, es decir, la consciencia de no saber, que debe estar por encima de la creencia o presunción del saber algo. 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 constatar los componentes informativos de cada unidad.

Es un decirse “Solo sé que no sé” si es real o no. Pretender, con esta postura de base, un reconocimiento primario de la ignorancia en torno a la veracidad del contenido. Esta consciencia exhorta a la prudencia, al control del sesgo, y en la práctica a no compartir sin evidencias ni respuestas mínimas a las preguntas sobre el contenido. Defender el “no sé” si es cierto o falso, y a sostenerlo hasta encontrar evidencias que lo validen o desmientan.

Sócrates defendía el que la sabiduría procediera, en primer término, del reconocimiento de la ignorancia, pues sólo 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.

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 puede estar dando por cierto automáticamente?, ¿en qué creencias se aferra a ciegas, sin haberlas cometido a un examen crítico? ¿Está dando por ciertos los componentes implícitos de la unidad -existencia del hecho, vocería, contexto geográfico del caso, datación, autenticidad del registro audiovisual? Las preguntas se deben formular en torno a elementos tácitos de la unidad, y de las respuestas pueden establecerse evidencias que permitan iluminar las zonas erróneas de los propios sesgos del verificador y los falsos componentes del contenido.

La refutación es el momento negativo que consiste en mostrar, 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).

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 parte de las características de la dialéctica de Sócrates. El ascenso dialéctico a través del establecimiento de analogías.

Una analogía es 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 de aspectos comunes en otras situaciones reales o similares, 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.

Cada hecho, declaración, episodio del acontecer proviene de un contexto que lo hace relativamente similar a otro. Si un personaje A, brinda una declaración X, es de suponer que su alocución esté reseñada por medios de comunicación que hubiesen publicado aquello, 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.

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, sometiendo 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 de la fuente A de comprobada existencia previa, tales como evidencias de registro sobre el anuncio, su replicación en medios de comunicación -de reconocida 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.

Se trata las analogías de establecer generalizaciones a partir de las experiencias previas y a partir de allí, incongruencias con lo que debería acompañar a la información contenida, si esta fuese cierta, y por tanto, se asemeja a hechos previos: canales escogidos para las declaraciones, comportamiento de voceros en redes, etc.

Otra capa de analogía, se produce ya desde el ámbito de las características únicas del mensaje: ¿Qué marco de referencia habría que consultar de acuerdo con el tema, para verificar que sí tuvo lugar? Fotos contemporáneas del lugar, llamadas telefónicas de fuentes cercanas, consulta directa con algún funcionario involucrado, que pudiese cortar la lógica del contenido, al presentar una inconsistencia directa con el mensaje. 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?

A modo de conclusión: Poner lo que rueda en camino de verificación

En el mundo de hoy, lo que se comunica por redes sociales va más allá de una noticia. La colectividad de lo que pasa a través de un gran volumen de unidades, consumidas a satisfacción de ciertos grupos de referencia y patrones de predictibilidad conocidos por algoritmos de las redes empleadas, con contenidos que van explícitos o implícitos en mensajes gráficos, auditivos, audiovisuales o textuales.

La noticia, esa partícula que permite saber qué ocurre a través del dato, es una competencia del periodista, una expresión de un quehacer deontológico profesional, en función de una estructura de datos. El hecho que es definido por un periodista, correspondiente a su comprensión y mediación de la realidad, es una noticia.

Pero, en el presente, lo que más viaja por redes y consume el individuo para saber de la realidad son los contenidos sin formales curadurías ni estructura: la experiencia comunicativa por la extensión de la intersubjetividad humana que deviene del uso de las plataformas comunicacionales, en un todos emisores-receptores que explora qué ocurre en el mundo, entre viralizaciones, deseos irracionales, valores, castigos, sanciones morales, sociales, etc.

El consumo informativo ha ido dejando atrás las fórmulas tradicionales del pasado, bien por aspectos de inmediatez del ritmo informativo que logra la esfera digital, bien por razones de restricciones a la esfera mediática por parte de gobiernos, bien por apatía de los ciudadanos a la lectura, ante patrones de consumo de entretenimiento cada vez más pronunciados.

Lo cierto es que en el nuevo orden comunicacional, basado en lo caótico y asíncrono de un todos potencialmente emisores, los usuarios alimentan sus ideas, creencias, esquemas mentales y decisiones de lo que recibe por mensajes de amigos, conocidos, contactos, personas en el sitio, etc. El consumo informativo va variando o no solo se alimenta la percepción sobre la realidad circundante de aquello que se emitía a través de los medios, sino a través de lo que se interactúa, de las narrativas que se comparten, por medio de las herramientas actuales, plagadas también de opiniones, percepciones y prácticas controversiales semejantes a la irracionalidad de las masas y el reforzamiento de sesgos cognitivos.

Ya lo que se intercambia o se dialoga en redes es un contenido de amplia variabilidad de formas, de posibilidad de viralización a juicio del apetito de los deseos, temores o incertidumbres de los usuarios, que puede combinar estilos, texto, sonido, video e hipervínculos para comunicar ideas. En la contemporaneidad, muchos hablan de narrativas, pero, tal vez, ese término se adapta a los que Heráclito de Éfeso, filósofo presocrático, denominaba logo: “palabra, razón, discurso”.

Platón habla de “diálogos”, que significa “a través de los discursos”, en su búsqueda de la verdad. Como otrora los diálogos servían para desestimar algunas ideas, el asunto del presente radica en que muchas veces los contenidos en redes son falseados, esto es, no abordan acto alguno, ni dato fidedigno, ni elemento objetivo del mundo capaz de ser percibido por los sentidos.

Un diálogo, planteado con elementos de una determinada idea comunicada por redes, puede desmontar una mentira, una usurpación, una imitación, un falseo de la realidad, que en nada imita, reproduce una experiencia sensorial, ni la mediación entre lo observable y lo comunicable, ni la mediación entre personas dialogantes, ni la interpretación de un acto compartido en el mundo de las ideas ni en el de las experiencias sensoriales compartidas.

La noticia la realiza un emisor, pero es el receptor quien la decodifica. Quien decodifica no necesariamente posee las herramientas para verificar la unidad, esto es: hacer las preguntas y encontrar elementos que den respuesta argumentativa a analogías sobre congruencias de las ideas descritas en el mensaje y los aspectos sustantivos de la realidad que se menciona en el contenido, tales como lo que debería estar ocurriendo en el espectro de voceros y en el mundo de redes si tal hecho fuese cierto, por ejemplo. Se dice una mentira si se dice que llueve sin que caigan gotas del cielo, pero también si se dice que alguien dijo qué, sin que este hablase, o sin que dijese aquello que se le atribuye. Se engaña disfrazando algo de noticia, pero sesgando la realidad para complacer a una parcialidad y su versión. Se manipula si se descontextualiza para hacer creer que algo tuvo lugar en una localidad distinta al del hecho; se reencuadra la realidad si se hace pasar por reciente un hecho ocurrido en otra instancia temporal. Se desinforma falseando la realidad, pero también cuando voces estatales omiten hablar de temas incómodos, no permiten el acceso a los medios, ni son tolerantes a críticas.

Para Platón, era importante el mundo de las ideas. Precisamente, las noticias, como producto de las novedades compartidas por profesionales de la información, se realiza en la mente del público en el mundo de las ideas, y quien desinforma premeditadamente, pretende dominar, manipular las ideas que tienen los sujetos o audiencias de la realidad.

El conocimiento, la consciencia siguen siendo necesidades del ciudadano, pero más que nunca es urgente atender el llamado a nuevas formas de capacitación y formación en el ámbito comunicacional, para un mejor y más eficiente consumo informativo y uso de redes.

El desarrollo de nuevas tecnologías, tales como la inteligencia artificial, por citar solo un caso, siempre requerirá un proceso de adaptación y autorregulación sobre los usos posibles a las novedades. Entre lo nuevo de estas tecnologías y las viejas incertidumbres sobre el engaño y la manipulación, queda el potencial humano para seguir afrontando el reto de construir un mundo sobre realidades, a partir del debate de ciudadanos bien informados.

En el presente, las voces penetran el panorama comunicacional desde todas las direcciones y lo digital supone nuevos riesgos ante los cuales es preciso plantear estrategias, recursos y componentes de capas antropológicas que doten al hombre de discernimiento, por más utópico que parezca. Lo errático de las interpretaciones en torno a la realidad que hacen las personas, sus disonancias, sus pocos puntos de encuentro, ratifican que la desinformación no solo manipula, también incomunica, desarticula a las sociedades, con efectos antidemocráticos y tendentes a la atomización, más que a la construcción de tejido social.

A excepción de sectores académicos y esferas eruditas, los filósofos han sido cuasi olvidados en la práctica social. Incluso, sus lecciones han sido rara vez incluidas en el diseño de programas para la instrumentalización de las herramientas, que apuntan más a la diversidad tecnológica que al criterio para afrontar el conocimiento de la realidad en un mundo cada vez más demandante y veloz.

A partir de las respuestas que algunos filósofos dieron a sus preguntas sobre el conocimiento de la realidad, podrían ensayarse algunos apuntes que traten de adaptar algunas ideas de la filosofía sobre cómo validar un contenido, y así combatir uno de los fenómenos que más afectan el desempeño político social del hombre contemporáneo: la desinformación.

Para el establecimiento de pensamiento en el desarrollo de capacidades de consumo informativo, y de la mejora de la calidad informativa como parte deseable de toda democracia, se propuso recrear ideas sobre la mayéutica y la dialéctica, para abordar fenómenos del presente comunicacional.

Referencias

Derrida, J. (1995): Conferencia dictada en Buenos Aires en 1995, organizada por la Facultad de Filosofía y Letras y por la Universidad de Buenos Aires. Edición digital de Derrida en castellano.

Documento disponible en línea en <https://redaprenderycambiar.com.ar/derrida/textos/mentira.htm>.

Fecha de recuperación: 20 de julio de 2020.

Gramigna, R. (2016): La mentira en San Agustín. En: Castañares y Maneti. Historia de la semiótica. Homenaje a Humberto Eco. Vol. 25. Proyecto editorial DESIGNIS, Argentina. Documento disponible en línea en <http://www.designisfels.net/publicaciones/revistas/25.pdf> Fecha de recuperación: 20 de julio de 2020.

Episteme. (2023, 8 de octubre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 06:15, octubre 8, 2023 desde <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Episteme&oldid=154396130>.

Cañizález, A., Hernández, L., Torrealba, M. (2022) Fake News, poder político y desinformación en tiempos de COVID-19. AB Ediciones. Caracas, Venezuela.

Correia C. y Bisbal M. (2023) Consumo Informativo y Cultural en Venezuela, estado actual y tendencias. AB Ediciones, Caracas, Venezuela.

Martin, L. (2019): El concepto de mentira política organizada por Hannah Arendt. En: Foro Interno. Anuario de Teoría Política. Ediciones Complutense. Documento en línea disponible en: <file:///C:/Users/spbot/Downloads/La%20mentira%20organizada%20en%20Hannah%20Arendt.pdf> Fecha de recuperación: 20 de julio de 2020.

Mitre Fernández, E. (2011): Mentira frente a verdad en las disputas medievales entre católicos y heréticos. En: Revista de Ciencias de las Religiones, Universidad Complutense de Madrid. Documento en línea disponible en <file:///C:/Users/spbot/Downloads/37700-Texto%20del%20art%C3%ADculo-42110-1-10-20111118.pdf>. Fecha de recuperación: 20 de julio de 2020.

Ortega y Gasset. (1985[1927]) La rebelión de las masas. Ediciones Orbis, Barcelona, España.

Pedreira, Maricarmen. (2018) Desinformación e Infoxicación en las cuarta pantallas. En Competencias Mediáticas en medios digitales emergentes, compilación de Aguaded, I. y Romero R., L. Comunicación Social, ediciones y publicaciones. Salamanca, España.

Spinoza, B. (1985[1670]) Tratado teológico-político. Ediciones Orbis, Barcelona, España.

Van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. Revista signos, 39(60), 49-74. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342006000100003>

Rodríguez, V. (2016): Análisis filosófico y teológico de la mentira desde los actos del habla. En: revista *Perseitas*. Universidad Católica Luis Amigo, España. Documento disponible en línea en <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4989/498952389004/html/index.html>. Fecha de recuperación: 20 de julio de 2020

Williams, B. (2002) *Verdad y Veracidad*. Edición en español de 2006, para Tusquets Editores. Barcelona, España.