Análisis reflexivo acerca de la Posverdad y noticias falsas.

Tendencias en el mundo globalizado del siglo XXI

*Reflective analysis of Post-Truth and fake news.
Trends in the globalized world of the twenty-first century*

Dineyis Arias Mendoza

Magíster en Desarrollo Social, Universidad del Norte
Profesora Investigadora
Universidad Sergio Arboleda Sede Santa Marta
dineyis.arias@usa.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-1736-4797>

Leonardo Herrera Delgans

Especialista en Manejo y Resolución de Conflictos
Universidad Simón Bolívar
Magíster en Comunicación, Universidad del Norte
Profesor Universidad Sergio Arboleda Sede Santa Marta
leonardo.herrera@usa.edu.co
<https://orcid.org/0009-0006-1610-1772>

Resumen

Posverdad y noticias falsas, son dos conceptos que en los años recientes han despertado el interés de políticos, líderes de opinión y académicos. En buena medida, la atención que reclaman estos términos se debe a que las realidades que designan han sido asociadas a las nuevas amenazas que enfrentan los procesos democráticos y de construcción de una ciudadanía informada, en el marco de contextos mediados por las Tics.

Si bien, ambos términos han sido usados ocasionalmente a manera de sinónimos, consensos actuales permiten entrever a la posverdad con un carácter más amplio que dentro de sus –varios– vehículos expresivos destaca a la propalación de mentiras (o medias verdades), en forma de noticias falsas (*fake news*) como una de sus manifestaciones más fehacientes y estudiadas, a partir de un enfoque que hace énfasis en la dimensión tecnológica.

Sucesos emblemáticos del acontecer contemporáneo (el ascenso de Donald Trump a la presidencia estadounidense, el Brexit y el plebiscito por la paz en Colombia) han sido investigados, centrándose en la posverdad y las noticias falsas, con lo cual es posible establecer acercamientos a la discusión emergente en el ámbito científico de la comunicación social y el periodismo.

Este ensayo es una reflexión alrededor de la posverdad y las noticias falsas con el objetivo de resaltar la pertinencia que para los estudios de periodismo implica que las revistas especializadas en comunicación social y periodismo de Iberoamérica estén incorporando estos tópicos. Más aun cuando los términos también adquieren un sentido relevante para el ejercicio periodístico en un escenario de pandemia y postpandemia.

Palabras clave: Posverdad, noticias falsas, fake news, Tics, periodismo.

Abstract

Post-truth and fake news are two concepts that in recent years have aroused the interest of politicians, opinion leaders and academics. To a large extent, the attention claimed by these terms is due to the fact that the realities they designate have been associated with the new threats faced by democratic processes and the construction of an informed citizenry, in the context of contexts mediated by ICTs.

Although both terms have occasionally been used as synonyms, current consensus allows us to glimpse post-truth with a broader character that within its -various- expressive vehicles highlights the propagation of lies (or half-truths), in the form of fake news as one of its most reliable and studied manifestations, from an approach that emphasizes the technological dimension.

Emblematic events of contemporary events (the rise of Donald Trump to the U.S. presidency, the Brexit and the plebiscite for peace in Colombia) have been investigated, focusing on post-truth and fake news, with which it is possible to establish approaches to the emerging discussion in the scientific field of social communication and journalism.

This essay is a reflection on post-truth and fake news with the aim of highlighting the relevance for journalism studies of the fact that journals specializing in social communication and journalism in Ibero-America are incorporating these topics. Even more so when the terms also acquire a relevant meaning for the journalistic exercise in a scenario of pandemic and post-pandemic.

Keywords: Post-truth, fake news, fake news, Tics, journalism.

Introducción

Posverdad y 'noticias falsas', o *fake news*, son palabras que se han popularizado en los últimos años en diversos escenarios políticos, mediáticos, sociales y académicos. Es, precisamente, en el ámbito científico de la comunicación social y el periodismo donde se presume, existiría un particular interés por comprender los fenómenos que estos neologismos designan.

De ahí que este ensayo, de una parte, sintetiza la discusión advertida en una exploración preliminar de la literatura sobre posverdad y fake news. De otro lado, reflexiona sobre las implicaciones que puede traer para los estudios de periodismo el creciente interés que ambos conceptos parecen reclamar.

De la consulta y lectura de los antecedentes frente al tema, los investigadores tomaron los fundamentos teóricos, orientaciones y aspectos relevantes desde los cuales es posible construir la ruta metodológica para un análisis de contenido de la posverdad en revistas indexadas de comunicación social y periodismo de Iberoamérica

(América Latina y España) ventana de observación 2000 a 2019.

No obstante, en el presente análisis reflexivo se centra en el debate de la posverdad y las noticias falsas, compartiendo solamente algunos resultados parciales de la revisión inicial de artículos académicos de revistas de comunicación de Iberoamérica, así como en las primeras discusiones y reflexiones generadas a partir de esta perspectiva de análisis. La investigación completa y concluida reposa en el libro Posverdad en Revistas de Científicas de Comunicación de Iberoamérica: Un análisis de contenido, de los autores: Dineyis Arias Mendoza, Rafael González Pardo, Leonardo Herrera Delgans y Omar Fernando Cortés Peña.

Soporte teórico

Desde que posverdad y fake news fueron declaradas palabras del año en 2016 y 2017 (Oxford English Dictionary - Collins Dictionary, respectivamente), el uso político y cotidiano conferido, supuso para algunos investigadores la

oportunidad de confrontar si la progresiva popularidad de ambos términos podría traducirse en un aumento de la investigación científica sobre el tema.

Siguiendo a Parra & Oliveira (2018) a partir de la revisión sistemática de un conjunto de artículos científicos recuperados de la base de datos Scopus reportan un incremento en la visibilidad de las investigaciones alrededor de la posverdad y las *fake news*, revelando un crecimiento exponencial en la producción de publicaciones relacionadas con ambos términos a partir del año 2016.

De acuerdo con este antecedente, el abordaje del tema es realizado transversalmente en diversas áreas científicas, con más incidencia en el de la comunicación. En especial, algunos de los artículos del corpus se plantearon alternativas de solución para mitigar el “problema de las fake news”.

Como este, varios documentos destacan el carácter problemático asociado a la posverdad y a las noticias falsas. Sin embargo, la connotación semántica atribuida a la posverdad y a las noticias falsas, más aún en el terreno de la deliberación pública, es con frecuencia negativa, pues algunas interpretaciones las señalan como “armas políticas de desinformación” (Zarzalejos, 2017) y de “relativización de la veracidad” mediante la cual se banaliza la objetividad de los datos e informaciones sobre los hechos reales y se impone el discurso emotivo sobre el racional en detrimento de la democracia.

De estudios como el de Capilla (2019). “¿De qué hablamos cuando hablamos de posverdad? Análisis del término en siete diarios de calidad” se desprende la idea de que “la posverdad intenta abarcar buena parte de los cambios obrados por la *comunicación política digitalizada*, y especialmente por el uso de las redes sociales (digitales) como instrumento de comunicación política” (p. 9).

Este tipo de aproximaciones conceptuales se refieren a la posverdad como un fenómeno y proceso que engloba o contiene en sí mismo a otros problemas, fenómenos y procesos, concediéndole al término un sentido de naturaleza epistemológica genérico (Rodrigo-Alsina &

Cerqueira, 2019) que, adicionalmente, debe su existencia como “nueva denominación” a una realidad sociocultural que hoy por hoy no se concibe a sí misma sin la visión instrumental de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS).

Tal como lo explica Clavero (2018) [en referencia a la reflexión de Waisbord (2018):

“se trata de un fenómeno sintomático de las preocupaciones sobre el estado y estatuto de la verdad en las sociedades contemporáneas, en el contexto de nuevas formas de propaganda y engaño que se ven facilitadas por la revolución digital” (p. 169).

De hecho, McIntyre (2023) cataloga a la posverdad como una especie de supremacía ideológica “a través de la cual sus practicantes intentan obligar a alguien a creer en algo, tanto si hay evidencia a favor de esa creencia como si no” (p. 42). Mediante esta postura, la posverdad es una distorsión deliberada de la realidad, en la que influyen las emociones y creencias personales de los individuos.

Sin embargo, es una distorsión con múltiples vehículos expresivos y formas concretas de nuestro tiempo, cuya esencia conceptual se ubica más allá de la mera manipulación interesada de un objeto (del canal y el contenido comunicativos) en la medida en que hunde sus anclas en las convicciones irracionales (la fe, la emoción, las creencias) de los sujetos o destinatarios del 'corpus social' (Moles-Plaza, 2017, p. 118).

Por su parte, las fake news, al tener un aspecto más específico, vienen a constituirse en una de las varias expresiones de este paradigma de la posverdad (Newman & Conrad, 2024; Amorós-García, 2018) al respecto plantea que las fake news: “son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada, para obtener un fin” (p. 36).

La efectividad de la noticia falsa es mucho más perceptible pues, debido a que se diseña con apariencia de verosimilitud, consigue ser reproducida por los propios usuarios de las redes digitales y canales informativos, a una escala y

velocidad antes no vista. Es más sencillo asignarle responsabilidades por sus potenciales efectos, en tanto su forma es tangible. Sin embargo, su creación y propalación intencional puede obedecer a motivaciones tanto políticas como económicas (Amorós-García, 2018).

Un ejemplo ilustrativo de las razones perturbadoras tras el uso indiscriminado de la noticia falsa lo aportan Aparici & García-Marín (2019) al relatar que en Veles (Macedonia) durante el año 2016 se aglutinó la mayor concentración de páginas de internet con noticias falsas que apoyaron al candidato presidencial Donald Trump; las fake news a favor de Trump y en contra de Hillary Clinton fueron convenientemente difundidas en los grupos de apoyo del candidato republicano en Facebook, llegando a millones de votantes estadounidenses:

“Aunque su impacto en el país más poderoso del mundo resultó decisivo, el objetivo de los jóvenes macedonios no era ayudar a Trump a vencer a Clinton, sino ganar dinero a través de la venta de espacios de publicidad en sus páginas aprovechando el elevado tráfico que estas registraron. ¿A quién le importa la verdad cuando se trata de hacerse rico? Bienvenidos a la era de la posverdad.” (p. 25)

Este tipo de análisis pone sobre la mesa la relación complementaria de la posverdad y las fake news. Aunque a la posverdad suele reconocérsele un sentido amplio e histórico, mientras que a las noticias falsas se le asignan rasgos de un fenómeno específico [casi subsidiario de la posverdad (Carrera, 2018, p. 1472) ambas nociones se alimentan y refuerzan recíprocamente.

De hecho, el listado que Amorós-García (2018) expone para explicar las razones por las cuales las personas creen en las fake news, está en sintonía con otro planteamiento de quienes validan a la posverdad: la evidente irrelevancia que en esta época adquiere la verdad para el ciudadano promedio, “en una clase de superación o cancelación voluntaria de la misma” (Rodríguez-Ferrándiz, 2019, p. 2). Así, Amorós (2019) sostiene que creemos en las noticias falsas:

“Porque tenemos fe; porque nos dan la razón;

porque nos sube la autoestima; porque nos gustan las mentiras; porque nos autoengañamos sin parar; porque molan mucho; porque vienen a buscarnos, vienen por nosotros; porque no nos importa de dónde salen; porque son tramposas; porque son emocionantes; porque nos impulsa a compartirlas; porque se aprovechan de nuestra desconfianza en el periodismo” (pp. 86-91)

Desde este punto de vista, lo que en el presente se manifiesta no es el simple desinterés (o pereza) de las personas por conocer la verdad de los acontecimientos (Espinoza-Zarate, 2019), es también un desplome de la confianza que los individuos depositaban en el que era el principal narrador institucional: los medios de comunicación, dueños del monopolio informacional y de la verdad en el pasado "(DAncona, 2017)".

Tal actitud, se conjuga con las particularidades del escenario tecnológico actual, pues de Internet se pensaba que re-democratizaría a la sociedad. Pero, la implementación de *algoritmos* y *bots* para individualizar la información que las personas reciben o encuentran dentro de los nuevos medios sociales digitales, ha devenido en problemático y preocupante.

El refinamiento de las TICS expone a las audiencias a información (verdadera, distorsionada o falsa) coherente con sus gustos, convicciones, creencias e ideologías políticas pre-existentes. Con ello, las mismas personas pueden seleccionar la información, elegir una versión de la realidad que se acomode a sus sistemas de creencias, a sus afectos, emociones, filiales políticas y grupos de pertenencia social; no necesariamente que case con criterios de veracidad, objetividad y racionalidad. Lo que Pariser (2017) ha venido a denominar “filtros burbuja”.

Tales nichos informativos, pueden servir para exacerbar temores irracionales y para instaurar falsas verdades sobre los acontecimientos y asuntos de interés público que terminan afectando el curso de los acontecimientos, así parecen demostrarlo sucesos emblemáticos: la

ascensión de Donald Trump a la presidencia norteamericana en 2016, el Brexit (o salida de Reino Unido de la Unión Europea) o en Colombia, el triunfo de la campaña de desinformación del 'No', que marcó por siempre los resultados del plebiscito por la paz (González, 2017).

Enfoque metodológico:

Se desarrolló en dos fases: cualitativa (análisis de contenido) y cuantitativa (análisis bibliométrico), con su posterior nivel de triangulación de

resultados. La perspectiva analítica sigue los lineamientos de Krippendorff (1990), a fin de explorar sistemáticamente los contenidos para formular posteriormente conclusiones válidas sobre textos en el marco de su contexto de uso.

Población: Se delimitó por el conjunto comprendido por 17 revistas Iberoamericanas especializadas en Comunicación, con índices de alto impacto (Web of Science - WoS, Emerging Sources Citation Index - ESCI y Scopus):

Tabla 1. Revistas Iberoamericanas de Comunicación (WoS, ESCI, Scopus) 2000 a 2019

<i>Revista</i>	<i>País</i>
1. <i>Cuadernos.info</i>	Chile
2. <i>Palabra Clave</i>	Colombia
3. <i>Comunicación y Sociedad</i>	México
4. <i>Signo y Pensamiento</i>	Colombia
5. <i>Cogency</i>	Chile
6. <i>Dixit</i>	Uruguay
7. <i>Austral Comunicación</i>	Argentina
8. <i>Revista de Comunicación</i>	Perú
9. <i>Comunicación y Medios</i>	Chile
10. <i>Question</i>	Argentina
11. <i>Chasqui-Revista Latinoamericana de Comunicación</i>	Ecuador
12. <i>Perspectivas de la comunicación</i>	Chile
13. <i>Oficios Terrestres</i>	Argentina
14. <i>Comunicar</i>	España
15. <i>Profesional de la Información</i>	España
16. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i>	España
17. <i>Comunicación y Sociedad</i>	España

Fuente: Elaboración propia

Resultados parciales de interés

Los hallazgos revelan un claro interés en el marco de las publicaciones seleccionadas por este tema, especialmente en las revistas españolas, con El Profesional de la Información (EPI) a la cabeza del listado. En términos generales, el incremento de los estudios se ha ido palpando progresivamente

“in crescendo” desde el año 2016, con un mayor número de investigaciones y análisis publicados en el año 2019 (54,3% de los artículos de la muestra final), último de la ventana de observación, vinculados a la posverdad o a las fake news.

En buena parte de estos, 15 en total, se alude a la definición de Oxford como parte de los aportes conceptuales. No obstante, el 78,3% de los

artículos se concentran principalmente en los estudios en periodismo y comunicación, y dentro de éstos se deja ver una inclinación significativa hacia la comunicación digital, las redes y los procesos. Las teorías desarrolladas como la de los “silos informativos” o “burbujas informativas”, la *agenda setting* y los *encuadres noticiosos*, respaldan una tendencia hacia la investigación desde la comunicación y el periodismo.

Ahora bien, es interesante apreciar que más de la mitad de las publicaciones declaren ser artículos de investigación, con metodologías cuantitativas y mixtas de investigación. Además, la inclinación hacia los medios y la jerga tecnológica también es posible advertirla desde los clústeres semánticos (social media, periodismo y medios, comunicación política, desinformación, primordialmente) elaborados a partir del conteo de las palabras claves.

Este tipo de hallazgos, sugieren un interés especial del periodismo y de la comunicación sobre las posibles afectaciones que puede tener la posverdad en el quehacer y la práctica profesional periodística, de lo que se podría deducir un interés semejante de los conceptos asociados a la posverdad: fake news y desinformación. Puede que inclusive el interés teórico y metodológico se sustente no tanto en aspectos de la novedad o el reciclaje conceptual de los fenómenos como en la necesidad de comprender y establecer las implicaciones de un nuevo ecosistema mediático y tecnológico como rasgo distintivo de la posverdad y de las fake news, a partir de lo que también se buscaría estudiar al comportamiento social ciudadano (ciudadano que puede ser al mismo tiempo consumidor de información, productor y reproductor de la misma) frente a los discursos de las autoridades políticas y mediáticas.

Lo cierto es que en buena parte de los artículos (un 34,8%) se expresa claramente la necesidad y/o emergencia de estudiar a la posverdad, en un 32,6% de los casos se le considera que ha evolucionado como fenómeno de estudio con el uso mediático de las (TIC) y las diferentes dinámicas comunicacionales que se establecen en las redes sociales digitales y que en 34,8% de los artículos se analiza las implicaciones

que podría tener al considerarla como un peligro para los sistemas democráticos por efecto de la desinformación.

Primeras reflexiones

Es cierto, como señala "Waisbord (2018 p. 1868), que “ni las noticias falsas ni la posverdad tratan estrictamente sobre el periodismo” Sin embargo, son indicios de las condiciones fluidas en la comunicación pública a nivel global que han desestabilizado las asunciones modernas sobre las noticias y la verdad” (Rodrigo-Alsina & Cerqueira, 2019, p. 227)

Posverdad y noticias falsas entraron a la discusión académica de Iberoamérica y quizás, justo en medio de una sorpresiva pandemia de repercusiones mundiales, continúen generando mucho ruido en la medida las realidades a las que se vinculan se han venido acentuado:

- Nuevos hábitos en el acceso y uso de la información que han modificado los medios de información de los ciudadanos.
- El contexto político y social de principios del siglo XXI que ha propiciado la polarización de las poblaciones y una política espectáculo en la que el impacto del relato prima sobre su veracidad.
- El escenario tecnológico donde el intercambio de información en los medios de comunicación social está mediatizado por el funcionamiento de los algoritmos programados llamados *bots*, responsable de la creación de burbujas informativas (Caridad-Sebastián et al., 2018 p. 893 a 894)

En tanto es cierto que “el público está acostumbrado en el mundo de hoy a entrar en contacto habitual con el presente social de referencia que le ofrecen los medios. Siente que eso es para él una necesidad y un rito social” (Gomis, 1991, p.25) el lugar que desempeñan los profesionales de los medios de comunicación no ha perdido su valor y su enorme transcendencia en un mundo permeado por las redes sociales digitales y la ingente circulación de información

sobre el mundo “ni los reporteros ciudadanos, ni los blogueros son los nuevos periodistas, son un recurso valioso ante el cual el periodista adquiere nuevos retos y posibilidades” (Callegari-Melo, 2020, p.13).

Nota aclaratoria para la editora en jefe: La presente reflexión contiene apartes de trabajos ya concluidos y es uno de los productos derivados de un proyecto de investigación institucional de la Escuela Ciencias de la Comunicación y Diseño, de la Universidad Sergio Arboleda Seccional Santa Marta. Los productos concluidos son:

- El libro electrónico publicado en el año 2021: Posverdad en Revistas de Científicas de Comunicación de Iberoamérica: Un análisis de contenido. De los autores: Dineyis Arias

Mendoza, Rafael González Pardo, Leonardo Herrera Delgan, Omar Fernando Cortés Peña. Disponible en: <https://libroselectronicos.ilae.edu.co/index.php/ilae/catalog/book/250>

- El artículo científico publicado en el año 2023: Arias, D., González Pardo, R. E., & Cortés Peña, O. (2023). Posverdad y fake news en revistas científicas de comunicación de Iberoamérica. *Comunicación Y Sociedad*, 1-28. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8442>

Como temática de interés para las Ciencias Sociales y Humanas, preserva vigencia y pertinencia. Por ello el interés de que se siga divulgando y aportando un análisis de fenómenos importantes para la construcción de ciudadanía y democracia.

Referencias

- Amorós-García, M. (2018). Fake News. La verdad de las noticias falsas. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1–187.
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2019). La posverdad. Gedisa, 500469.
- Callegari-Melo. (2020). Géneros periodísticos de hoy. Este es el manual. Ediciones USTA Ecoe Ediciones. <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/communiquer.5861> Référence(s)
- Capilla, P. (2019). What do we talk about when we talk about posttruth? Analysis of the term in seven quality journals. *Profesional de La Información*, 28(3), 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.09>
- Caridad-Sebastián, M., Morales-García, A., Martínez-Cardama, S., & García-López, F. (2018). Infomediación y posverdad: el papel de las bibliotecas. *El Profesional de La Información*, 27(4), 891–898. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.17>
- Carrera, M. (2018). Estratagemas de la posverdad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1469 a 1482.
- Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, 029, 167–180. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1857>
- D'Ancona, M. (2017). Post-truth: the new war on truth and how to fight back. Ebury Digital, 1–176.
- Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo cómo se forma el presente (pp. 1–214).
- González, M. F. (2017). La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia. *Nueva Sociedad*, 269, 115–126.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido teoría y práctica (pp. 1–39).
- Mcintyre, L. (2023). Posverdad. In Ediciones cátedra.

- Moles-Plaza, R. (2017). Doblepensar lo negroblanco. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, (1), 116–145.
- Newman, S., & Conrad, M. (2024). *Post-Truth Populism* (Series Editors (ed.)). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-64178-7>
- Pariser, E. (2017). El filtro burbuja: ¿decide la Red lo que leemos y pensamos? *Nueva Revista*, 1–3.
- Parra, P., & Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*)*, 2018, 54–78.
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.Info*, 44, 225–239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Post-truth and fake news in political communication: A brief genealogy. *Profesional de La Informacion*, 28(3), 1–14. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928>
- Zarzalejos, J. (2017). Comunicación, periodismo y fact-checking”. *Revista Uno*, 11–13.