

LA POSVERDAD: EL RETORNO DE PINOCHO

Post-Truth: The Return of Pinocchio

Flores Morales, Jorge Alberto*

RESUMEN

La posverdad nos presenta la banalización de los acontecimientos u hechos objetivos, en favor de posturas e intereses particulares apelando a las emociones e indignación de las personas donde la verdad y la mentira conviven aceptándose ambas por igual. En esta perspectiva la verdad resulta ser una interpretación de la realidad o una realidad alternativa más entre otras, que resulta propicio para manipular a las personas o grupos sociales según intereses particulares lejanos de la realidad y de la verdad de los acontecimientos.

Palabras clave:

Posverdad, mentira, hechos alternativos, emociones, realidad

ABSTRACT

The post-truth presents us with the banalization of events or objective facts in favor of particular positions and interests, appealing to the emotions and the indignation of people where the truth and the lie coexist and are equally accepted. From this perspective, the truth turns out to be an interpretation of reality or an alternative reality, one among others, something which opens the possibility to manipulate people or social groups in accordance with particular interests that are far from reality and the truth of events.

Keywords:

Post-truth, lie, alternative facts, emotions, reality.

* Docente de la Universidad Femenina Sagrado Corazón: jorgefloresm@unife.pe

La verdad es una ortiga; el que la roza apenas se pincha; al que la coge con fuerza y resolución no le hace nada.

Moritz Gottlieb Saphir (1795-1858) *Escritor alemán.*

En el relato infantil de Pinocho, la nariz de este niño de madera crece ante la mentira descubierta por la Hada Azul; Pinocho se arrepiente movido por la fealdad manifiesta en su rostro y nuevamente regresa su nariz a la normalidad. Ante la mentira expuesta se toma la medida para rectificarla y se asume la responsabilidad del hecho. Hoy en día nos encontramos con mentiras descubiertas, noticias falsas e inclusive reconocidas por los autores pero que ya no les importa quedar mal, ya no existe la vergüenza, sino que se las "justifica" como medias verdades o hechos alternativos no importando quedar con una nariz tan grande como la de Pinocho.

EL NEOLOGISMO DEL TÉRMINO POSVERDAD

El diccionario Oxford eligió la palabra posverdad (Post-Truth) como la palabra del año 2016. Este término hace referencia a circunstancias donde los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y creencias personales. Y a finales del 2017 la Real Academia Española de la lengua la incluye definiéndola como: "Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales. *Los demagogos son maestros de la posverdad*". Según Oxford, el término aparece en relación con la Guerra del Golfo en un artículo publicado en 1992 en la revista *The Nation* por el dramaturgo serbio estadounidense Steve

Tesich. Señalaba que "nosotros, como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en una especie de mundo de la posverdad", es decir, un mundo en el que la verdad ya no es importante ni relevante. (La Nación, 25 julio 2017)

Nos encontramos con "verdades incompletas o medias verdades" avaladas muchas veces por las redes sociales y los medios de comunicación, pero que han rebasado los ámbitos comunicacionales del diálogo directo, sin distorsión y veraz que se supone debe transmitir una información o un diálogo coloquial. Así tenemos la posverdad de productos de consumo masivo cuyas etiquetas promueven sus beneficios nutricionales, pero que no son tales; como ejemplo de ello tenemos la venta de un producto etiquetado como "leche" evaporada cuando en realidad era "leche modificada o bebida con saborizante con sabor a leche", lo que para la empresa solo era un problema de "etiquetado" (La Republica, 4 junio 2017). Aquí lo escandaloso no es que se admite el "error", léase mentira, sino que se presenta como "otro punto de vista" y que la sociedad lo acepta sin hacerse mayor problema. En otros ámbitos ello hubiera traído rechazo pleno de la población, boicoteando el producto, y sanciones ejemplares e inmediatas por los órganos pertinentes. También tenemos la posverdad vía silencio parlamentario de los diversos grupos políticos que, frente a un hecho luctuoso, por un lado, prefieren callar mostrando un silencio cómplice de aceptación y así no enfrentar la realidad de los hechos o, por otro lado, simplemente justifican el accionar de su correligionario con discursos plagados de mentiras y falacias frente a las cámaras de televisión y con una audiencia a nivel nacional. Y no pasa nada.

Apreciamos también juicios que se vuelven mediáticos por la fama del personaje involucrado, donde interesa, no la verdad de los acontecimientos sino el escándalo, la crónica roja y los dimes y diretes de los involucrados, tal es caso del juicio de O.J. Simpson (1994) a nivel mundial y aquí en el Perú el fallecimiento de la cantante y fundadora de la agrupación "Corazón Serano" Edita Guerrero (2014) donde el interés estuvo más en su vida personal que en buscar la verdad de su muerte producto de un aneurisma o por los efectos de la violencia familiar.

ACONTECIMIENTOS QUE PUSIERON DE MODA EL TÉRMINO POSVERDAD

El Brexit, un acrónimo inglés formado por dos palabras Britain (Gran Bretaña) y exit (salida), hace referencia a la salida del Reino Unido de la Comunidad Europea a través del referéndum llevado a cabo en el 2016. Los propulsores de esto se basaron en mensajes cortos y directos de que la Comunidad Europea tenía mucho control sobre la economía inglesa, la necesidad de frenar la inmigración al país, especialmente de los no europeos, y la pérdida de dinero al aportar a una cuenta común que no redituaba a la economía del país, pero, estas afirmaciones no tenían asidero en la realidad.

En la campaña presidencial norteamericana del 2016, se puso de manifiesto la presencia de las noticias falsas o tendenciosas donde se corrió el rumor que Obama era africano o musulmán, que la candidata Clinton quiere dar inmunidad a todos los inmigrantes o que el Papa Francisco apoyaba a uno de los candidatos. Y en la toma de posesión de Donald Trump, al ser notado por la prensa la poca asistencia de público en

comparación con la de su antecesor, una de las consejeras del gobierno afirmó que lo que presentó el jefe de prensa del gobierno son "hechos alternativos" ya que no había manera de contar las personas dentro de la multitud con exactitud. (BBC Mundo, 23 enero 2017)

Nos encontramos en una sociedad donde lo verdadero comienza a valer poco y con frecuencia se convierte en estorbo ya que pone al descubierto intereses particulares. La posverdad no se relaciona con los acontecimientos verídicos, pero es asumida como tal gracias a una construcción simbólica basada en la manipulación de las emociones y la propaganda. Entonces como afirma Ralph Keyes, "En la era posterior a la verdad, las fronteras se difuminan entre la verdad y la mentira, la honestidad y la deshonestidad, la ficción y la no ficción" (<https://ralphkeyes.com/book/the-post-truth-era/>).

LAS REDES SOCIALES CARGADAS DE INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LA POSVERDAD

La inmediatez de la información en tiempo real se ha convertido en la experiencia diaria de conocer el mundo y sobre todo de estar en contacto con una gran cantidad de personas que pasan un sinnúmero de circunstancias y que generan noticia. Pero también se filtra informaciones tendenciosas o manipuladoras que no son verdad. Esto se vuelve más álgido en elecciones presidenciales, municipales o referéndum.

Las campañas presidenciales mostraron el uso efectivo de las redes sociales: un ejemplo de ello fueron las campañas del 2008 y del 2012 de Barack Obama, llegando ser llamado el "rey de las redes sociales" por el The Washington Post

(Zenith, 10 de enero 2013; Mundo, 14 de mayo 2017), tendencia que han asumido muchos candidatos presidenciales en su momento. El uso del Facebook, Instagram, Twitter, Blogs, Podcast, etc., para llegar a gran cantidad de personas, ha relegado en algunos casos a los medios tradicionales de tv, radio y prensa.

...los medios de comunicación tradicionales están atravesando una crisis de credibilidad, entre otras razones porque son percibidos como parte del establishment. En este sentido, en el último tiempo las redes sociales han tomado una mayor relevancia en la sociedad, donde son fuentes confiables para acceder a la información; el problema es que estas plataformas, donde circula contenido veraz, también son un espacio que permite que se publiquen con mayor libertad las falsedades. Y precisamente los políticos que ocupan la posverdad utilizaron esta facilidad de las redes sociales para poder propagar las noticias falsas, mentiras y la desinformación y así seducir al electorado (Muñoz, 2017, p.9)

Es más fácil manipular las emociones y llegar más a los futuros votantes e infundir en medio de ellos noticias tendenciosas o no tan ciertas que generan polémica. Se repite tanto la noticia que se termina creyendo o por lo menos se acepta parcialmente sin previo juicio, entonces se termina eligiendo presidentes, congresistas, autoridades municipales sin los debidos pergaminos que el puesto exige y cuyas cualidades humanas quedan en duda. La paradoja es que precisamente en un mundo donde la información está al alcance no se la verifica ni se la contrasta. Un caso reciente

es la falsa información que circula por las redes sociales referente a los migrantes venezolanos (2018) que llegan al país producto de la crisis económica y social que pasan. De manera mal intencionada se afirma que el estado estaba creando un sueldo mínimo especial y mayor que el de los nacionales, que se les iba a dar casas gratuitas como también gratis los servicios de salud, etc. El problema de esto es que no se contrasta la información, se reenvía a otros contactos por la red y se apela a un falso nacionalismo que termina generando rechazo y xenofobia contra el inmigrante.

La tarea es estar informados, ejercer nuestro juicio crítico y analítico para no ser engañados por grupos de poder con intereses subalternos que propagan hechos engañosos a través de las redes y a los que inconscientemente le damos "likes". Es tarea nuestra que nuestras convicciones personales y nuestras creencias estén conformes no solo a la razón sino a la veracidad del acontecimiento y estar atentos de no sucumbir ante la "charlatanería" (On Bulshit) y a la manipulación de la verdad, como lo señala Harry G. Frankfurt (2006). Es por ello que debemos buscar en la medida de lo posible que nuestra racionalidad no sucumba ante el bombardeo mediático de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que sepamos distinguir la veracidad de los hechos de los puntos de vista, opiniones, apreciaciones particulares o exabruptos de sinceridad, siempre válidos, que no necesariamente coinciden con la objetividad del acontecimiento.

Algunos sugieren que las redes sociales promueven una confusión rentable entre el dominio privado y el público, de manera que el tono de confidencia y la revelación de lo íntimo tiñen la información política y económica, intercambiando

veracidad por sinceridad.
(Rodríguez-Ferrandiz, 2019, p.8)

LA POSVERDAD Y LA POLÍTICA

Uno de los puntos en que se afianza la posverdad es su carácter emocional. Tema que bien maneja cierta clase política para tergiversar la verdad frente a la población y no sentirse "mentirosos" o ganar la adhesión de sus simpatizantes. Tenemos hechos escandalosos que sorprenden a la población y que, con tanta facilidad al ser enfrentados lo niegan sin mayor estupor quedando con la nariz tan larga como la de Pinocho. Un ejemplo de ello es de una congresista peruana, donde según la prensa de investigación se muestran irregularidades vinculadas a sus estudios escolares en su hoja de vida y ante las evidencias las niega y da explicaciones sin sustento (El Comercio, 2018, 24 de agosto)

Los grandes políticos han sido quienes mejor han entendido el concepto de verdad, de mentira o medias verdades. Incluso, por encima de los filósofos y de los comunicadores. Para ellos, la verdad, su verdad, la que hacen creer al resto de ciudadanos, es la que importa. Y dedican grandes esfuerzos a demostrarlo, con infinidad de teorías y dando las suficientes vueltas como para que sea creíble. "Una mentira solitaria queda en eso. Una mentira contada miles, millones de veces se convierte en una verdad, creíble cuando la confianza en determinados medios es total. (Marcos, Sánchez y Olivera, 2017, p.13)

Tenemos también los tuit o tweet políticos como un medio efectista de comunicación y que están marcados muchas veces con información falsa,

tendenciosa y manipuladora que por su brevedad pretende crear una corriente de opinión en base a la emoción y la sensiblería de un sector de la población o de lo que "le gusta a la gente" obviando el juicio de la razón certero.

Este relativismo frente a la verdad generada por las redes sociales por su presencia masiva e inmediata es muy utilizado por los partidos políticos para atacar a sus adversarios o favorecer una corriente de opinión donde los mensajes se mezclan con medias verdades o totales mentiras. De hecho, la política ha estado plagada de estos inconvenientes, pero, cuando se evidenciaban estos dobles discursos que no eran coincidentes con la verdad, el político salía a pedir disculpas o recibía una sanción pública como fue el caso de Watergate (1974) donde Richard Nixon tuvo que dimitir por faltas a la verdad. Pero hoy en día a la ciudadanía ya no le interesa sentirse engañada ni se indigna frente al mentiroso, lo que más le llama la atención es el bullicio político o el escándalo de los personajes involucrados. Y queda la pregunta: ¿Cuánto de "valor" damos a la verdad? ¿Cuánto nos importa el no sentirnos engañados? Y ¿Cuán necesaria es la verificación de los hechos detrás de una gran mentira?

La mentira de la mentira no produce la verdad, sino la pérdida de cualquier contacto con la realidad. Si puede impugnarse la simple mentira en nombre de la verdad, no hay apelación posible ante la mentira multiplicativa y delirante. Su efecto es una pesadilla de irrealidad, el orden de la post-verdad, el horizonte idealista o constructivista en el que una subjetividad empantanada da por válidas sus propias secreciones. (Muñoz, 2018, párr.3)

Lo que está en juego es la concepción de la verdad, de la forma cómo la comunicamos y bajo que óptica se la concibe. Lo cierto es que en el fondo de este tema está una mirada interpretativa de la verdad e incluso algunos llegan a decir que las mentiras tienen que verse o entenderse en el contexto que se dijeron (Canal N,26, agosto, 2018). La mirada constructivista extrema considera que el consenso de los grupos crea la definición de los términos de dialogo y de verdad. También apreciamos la visión postmoderna que, como señala Mela (2003 p.109), "Se propone 'deconstruir', 'desnormalizar' y 'desmantelar' los discursos intelectuales que hemos elaborado pues ellos sólo constituyen 'régimenes de verdad' en el cual se unen saber y poder para lograr 'normalizar' a las personas haciéndolas aquiescentes y 'útiles' a la sociedad moderna" (Baynes, K. y otros Eds., 1987).

En esta perspectiva el conocimiento está relacionado con la construcción del lenguaje sujeto a cuerdos de los participantes, donde se propone dejar el llamado dogmatismo metafísico de la verdad como adecuación o correspondencia a la realidad. Es así como para Vattimo, en su libro "Adiós a la verdad", considera que el abandono tradicional de la verdad llevaría a la apertura hacia los "otros", a acuerdos más duraderos y fortalecería el sentido democrático. Pero advierte que "...una política sin 'verdad' no es sólo y necesariamente una política democrática, sino que también puede ser una política despótica que en lugar de ir más allá de la metafísica tan solo retrocede más acá de su propio descubrimiento y reivindicación..." (p.57).

Así tenemos que muchos ciudadanos sabiendo que la información propalada es un fake news (noticia falsa), no

se inmutan y la dejan pasar. Hay una pasividad de la población que no alza su voz de protesta frente a tamaña manipulación de la verdad. Pero este letargo no es solamente de las personas de a pie, del joven o ama de casa, también ocurre en los intelectuales, escritores, comunicadores sociales, etc. Al escuchar entrevistas hechas a personajes públicos, sea de la política, economía, espectáculo, etc., ante una disonancia de la realidad, siendo tan evidente en muchos casos, el entrevistador no hace la repregunta respectiva encarándolo con la realidad objetiva. ¿Será acaso que la posverdad es una nueva forma de mentira mucho más audaz que no nos damos cuenta?, como bien analiza en un estudio muy interesante González Requena Farré (2019):

Aunque no consiste en decir simplemente algunas mentiras aisladas, la posverdad constituye una consagración del mentir en plural, un régimen de desregulación de la tergiversación, que capitaliza el carácter proteico y multiforme de la mentira en nuestra comprensión cotidiana, y lo multiplica instrumentalmente bajo formas mediáticas y reticulares de tramado ficcional, reproducción indiferente y consumo masivo. Si bien cabe concebir este escenario de la posverdad como una segmentación de burbujas informacionales y una descomposición de los juegos de verdad en la economía de la comunicación contemporánea, también podemos describirlo como una instrumentalización escalar y desregulada de las múltiples facetas de la mentira. (p.121)

Como sociedad debemos estar alertas ante esta proliferación masiva de mentiras, es decir, posverdades que lo único que

hacen es llevarnos a la ignorancia y a una frágil valoración de la verdad que generará a la larga corrupción, puesto que

... cualquier sociedad que procure gozar de un grado mínimo de funcionalidad debe tener una idea clara de la infinitamente proteica utilidad de la verdad. Al fin y al cabo, ¿cómo una sociedad que no se preocupase por la verdad podría emitir juicios y tomar decisiones bien informadas sobre la manera más adecuada de gestionar sus asuntos públicos? ¿Cómo podría florecer, o siquiera sobrevivir, sin tener el conocimiento suficiente sobre los hechos relevantes para lograr sus objetivos y afrontar con prudencia y eficacia sus problemas? (Frankfurt, p.8-9)

¿Será que lo "veraz" ya pasó de moda? No, el discurso ético sobre la verdad, no ha pasado de moda, sigue vigente frente a aquellos que pretenden imponernos como nuevos sofistas el "relativismo posmoderno" y "escepticismo contemporáneo", en donde se duda de la capacidad del hombre para verificar los acontecimientos u hechos concretos y, por ende, todo puede ser posible, con lo cual nuevamente resuena el lema de Protágoras "El hombre es la medida de todas las cosas". Lo que debe quedar claro es que la posverdad no es una verdad, es posterior a ella y no se relaciona con los hechos verídicos.

CONCLUSIONES

Es nuestro deber buscar la verdad de los acontecimientos, estar atentos frente a los nuevos manipuladores o lavadores de cerebro, promovidos por los grandes consorcios multinacionales o entes privados, desde los pro abortistas

hasta las llamadas ideologías de género, pasando por los que promueven visiones totalitarias de la sociedad y de la religión, feminismos o machismos extremos, los supremacistas blancos, los que niegan el cambio climático y, en general, todos los que plantean como real aquello que es falso, especialmente aquellos que desde el poder político desean presentar la "verdad oficial de los hechos" para el pueblo o el común de la gente. De hecho, muchos acontecimientos tienen carácter subjetivo, pero existen límites marcados por la dimensión de la realidad de esos mismos hechos que se vuelven inobjetables evitando el relativismo, la manipulación e interpretaciones ideologizadas del acontecimiento que de ejemplos tenemos muchos a lo largo de la historia.

La posverdad es un eufemismo para suavizar la mentira que algunos medios de comunicación usan para crear corriente de opinión a través de las redes sociales apelando a la emoción, al sentimentalismo o indignación, donde los datos y los hechos no se contrastan. Una de las funciones del periodismo es la de "verificar" la fuente de información, es decir, realizar un "fact-checking", ya sea previa a una publicación o en el trascurso de ella con nuevos datos que aclaren o desmientan lo expresado en primera instancia.

Es tarea de cada uno de nosotros hacer el ejercicio mental, social, político, académico, etc., de cuestionar toda información que nos llega, aunque tenga la aureola de "científico", de ejercer nuestro juicio crítico sobre los acontecimientos para salir de nuestra falsa burbuja de comodidad, de la comodidad del 'todo está ya dicho'. En palabras de Darío Sztajnszrajber: "Buscar una verdad que sabemos imposible es fascinante para dislocar nuestros lugares seguros,

pero la tarea de pelearse contra el poder que se sostiene en el monopolio de las verdades hace de la cuestión del saber una necesaria cuestión política". (2018, párr.1)

Referencias Bibliográficas:

Canal N. (26, agosto 2018). Keiko sobre Chávarry: "Las mentiras hay que entenderlas en su propio contexto". Recuperado de: <https://canaln.pe/actualidad/keiko-fujimori-sobre-chavarry-mentiras-hay-que-entenderlas-su-propio-contexto-n335980>

El Comercio. (24 de agosto de 2018). Ponce fue suspendida 120 días por pago de S/10 mil y compañeros "fantasmas". Recuperado de: <https://elcomercio.pe/politica/yesenia-ponce-suspendida-120-dias-pagos-10-mil-companeros-fantasmas-noticia-549935>

Frankfurt, H. (2006). *On bullshit: sobre la manipulación de la verdad*. Ediciones Paidós Ibérica

Frankfurt, H. (2007). *Sobre la Verdad*. Colombia: Editorialpi

González de Requena Farré, J. A. (2019). La conceptualización de la mentira en tiempos de la posverdad. *Universitas Philosophica*, 36(72), 97-123. ISSN 0120-5323, ISSN en línea 2346-2426. doi: 10.11144/Javeriana.uph36-72.cmtpt

La República (4 junio 2017). Grupo Gloria admite que Pura Vida no es leche y cambiará etiquetado. Recuperado de: <http://larepublica.pe/economia/882200-grupo-gloria-admite-que-pura-vida-no-es-leche-y-cambiara-etiquetado>

BBC Mundo (23 enero 2017) "Hechos alternativos": la primera guerra de Donald Trump como presidente es contra los medios de comunicación. Recuperado de: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38718106>

Keyes,R(2004) The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. Recuperado de: <https://ralphkeyes.com/book/the-post-truth-era/>

La Nación (25 julio 2017). Qué significa y de dónde viene el término "posverdad". Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/2046231-historia-del-termino-posverdad-desde-la-guerra-del-golfo-hasta-donald-trump>

Marcos, J. C.; Sánchez, J. M.; Olivera, M. (2017). La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad. // *Scire*. 23:2 (jul.-dic. 2017)

Mella, E (2003). La educación en la sociedad del conocimiento y del riesgo. *Revista enfoques educacionales* 5 (1): 01 - 15, 2003. Recuperado de: http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/enfoques/07/Mella_LaEducacionenlaSociedaddelConocyelCambio.pdf

Mundo (14 de mayo 2017).Macron, Trump y Obama, presidentes de las redes sociales. Recuperado de: <http://noticias.perfil.com/2017/05/14/macron-trump-y-obama-presidentes-de-las-redes-sociales/>

Muñoz, M. (17 agosto 2018). (No) vamos a contar mentiras.

Recuperado de: <https://www.elimparcial.es/noticia/192777/opinion/no-vamos-a-contar-mentiras.html>

Rodríguez-Ferrandiz, R. (2019). "Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280314. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>

Sztajnszrajber, D. (26 de agosto, 2018). El Rey desnudo. ADN.

Recuperado de: <https://www.adnrionegro.com.ar/2018/08/el-rey-desnudo-adn/>

Vattimo, G. (2010). *Adiós a la verdad*. Barcelona: Gedisa

Zenith (10 de enero 2013). El triunfo de Obama en Internet: caso de estudio de las campañas de 2008 y 2012 (II). Recuperado de: <https://blogginzenith.zenithmedia.es/el-triunfo-de-obama-en-internet-caso-de-estudio-de-las-campanas-de-2008-y-2012-ii/>

Recepción: 14 de marzo del 2019
Aceptación: 09 de octubre del 2019