

Posverdad y postfactualidad

Acotación conceptual en el marco de la comunicación social

Digilab. 22 de enero de 2018

Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna

Presentación de la cuestión

–Difusión masiva de los conceptos a partir, sobre todo, de la elección de Trump y del Brexit
¿Un concepto nuevo para un fenómeno nuevo?: un significante mediático

–Uso poco preciso de los dos conceptos, generalmente como sinónimos de “mentira”
La necesidad de acotar concepto y fenómeno: un significado sólo intuido

–Enfoques disciplinares diversos:

Epistemología: *afecta qué conocemos de la realidad*

Psicología cognitiva: *afecta a cómo conocemos la realidad*

Sociología del conocimiento: *afecta a cómo construimos conocimiento y lo compartimos*

Comunicación social: *afecta a la adquisición y difusión de conocimiento por medios sociales*

–Definición de Oxford (2016):

La posverdad está relacionada con “aquellas circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes a la hora de conformar la opinión pública que los llamamientos a la emoción o las creencias personales”

–Diferenciación entre “posverdad” y “postfactualidad”
¿O son lo mismo expresado de dos formas diferentes?

Marco conceptual existente (dimensión epistemológica)

–Deflación de la idea de verdad →

El problema epistemológico (el conocimiento) se ha transformado en un problema ontológico (la realidad)

Realismo: crisis de la idea de correspondencia

Pragmatismo: la verdad *útil*

Posmodernismo: negación de la epistemología

Hermenéutica: la verdad *histórica*

La “posverdad” como la *estación término* del relativismo contemporáneo (Ferraris, 2013)

–La noción de “enunciado verdadero” (Williams, 2002):

“Creencia justificada”

Convicción personal de que lo que se afirma es verdad

Sinceridad

Virtud moral

Proceso psicológico

Esa convicción está respaldada por algún tipo de **comprobación empírica**

Precisión

Problema epistemológico

Dimensión ontológica

Sinceridad y Precisión deben darse al mismo tiempo para poder hablar de “verdad”

La noción básica de “posverdad” (dimensión subjetiva)

–“Síndrome del Watergate” (Tesich, 1992)

- La ciudadanía comienza a no querer saber la verdad a cualquier precio
- Las convicciones íntimas como fuente de legitimidad gnoseológica

“My heart and my best intentions still tell me that's true, but the facts and evidence tell me it is not” (Ronald Reagan, 1986)

–La primacía de la sinceridad

- Las creencias “básicas” *modelan* al individuo → *Core beliefs* a través de las cuales el sujeto se percibe a sí mismo y al mundo exterior
- El “ego totalitario” (Greenwald, 1980) → Preferimos creer en lo que ya creemos
- Deflación de la idea de “verdad” => difuminación de la noción de “realidad”
La realidad deja de ser el tribunal de las opiniones y se convierte en un recurso dialéctico
- La “sinceridad emocional” se transforma en un elemento epistemológico
El conocimiento no sirve para reedificar al individuo (Heidegger): “hedonismo cognitivo” (Ibáñez, 2017)
- “Truthiness” (Stephen Colbert)
La “posverdad” no es sinónimo de mentira: parte de la sinceridad del individuo para fortificar sus creencias con el fin último de sentirse bien con esas creencias, que es sentirse bien consigo mismo

La cuestión de la “posverdad” no se sitúa en el terreno epistemológico, puesto que no es un intento de “conocer”, sino en el psicológico y el social

La dimensión intersubjetiva de la “posverdad”

Las convicciones íntimas entran en contacto con otras en el ámbito social:

- Narraciones de carácter simbólico
- Pseudoenunciados gnoseológicos sustentados por la posfactualidad

–Los enunciados posverdaderos son fundamentalmente simbólicos

- Prescinden de la literalidad de los enunciados → “Apresentación” (Schütz, 1993)
- Remiten a una red de significados (“juego de lenguaje”): lo importante no es el significante, sino el significado que vehicula el símbolo
- Sin la literalidad, los enunciados adoptan las formas narrativas con las que de *forma natural* capturamos la realidad y generamos nuestra experiencia (Duch, 1998)
- La *verdad* de estos enunciados no está en lo que explícitamente se dice, sino en lo que **se quiere decir** implícitamente, como ocurre con los relatos de ficción

–La tecnología digital como “definitive vector of Post-Truth” (D'Ancona, 2017)

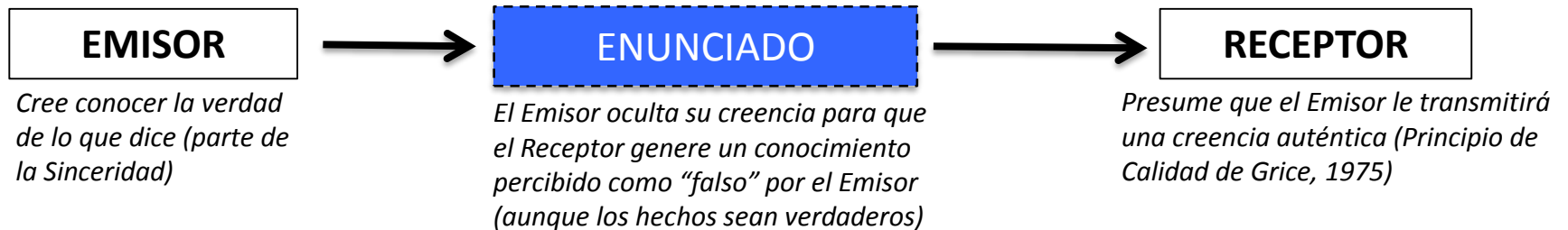
- Acceso universal a la difusión masiva de mensajes => Dos cuestionamientos clave:
 - De la Autoridad: los medios tradicionales (gatekeepers, avaladores de la realidad de los hechos)
 - Del Árbitro: compiten con armas similares mensajes con intenciones gnoseológicas muy dispares
- “Echo Chambers” + “Filter Bubble”
 - Fragmentación de la esfera social → Diálogo / Choque de *core beliefs*
 - Difuminación de la frontera entre lo público y lo privado
 - Se comparten relatos simbólicos para reafirmar convicciones, no para conocer el mundo

Frames

La posfactualidad: la crisis de los hechos

–“Hechos alternativos”, “fake news” → noción clásica de “desinformación”

–Noción de “mentira” (Williams, 2002)



El Emisor intenta controlar la voluntad del Receptor al sustituir su percepción de la realidad

–La *realidad* de los hechos que transmiten los medios

- Crisis del objetivismo → Cierre imposible de lo factual
- Modalización de la realidad: los datos → Dato ≠ Realidad
→ Cuantificación de toda experiencia
- Confusión ontológica (Dilthey) → Realidad física / Realidad social / Conceptos

Clima creciente de “irrealidad” : Se difumina la capacidad probatoria de los hechos, con lo que se abre la puerta al uso dialéctico (y no epistemológico) de la realidad

Conclusiones: La articulación entre posverdad y postfactualidad

–Son dos conceptos que no actúan necesariamente unidos

- Puede haber posverdad sin postfactualidad → “Comunidades de creyentes”

*No hay conocimiento porque ha desaparecido la **Precisión***

- Puede haber postfactualidad sin posverdad → La desinformación clásica

*No hay conocimiento porque ha desaparecido la **Sinceridad***

–Pero pueden combinarse de dos formas:

- La posverdad genera fácilmente “hechos alternativos” con los que justificar las propias creencias
Ejemplos: el caso de las vacunas o el de la Flat Society
- Emisor y Receptor pueden no compartir la misma situación epistemológica
 - a) El Emisor transmite su enunciado *desde* la postfactualidad → voluntad de mentir
 - b) El Receptor aprehende el enunciado *desde* la posverdad → no tiene la necesidad de contrastar empíricamente el enunciado recibido con la realidad

La posverdad está relacionada con “aquellas circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes a la hora de conformar la opinión pública que los llamamientos a la emoción o las creencias personales”