

La información: entre la verdad y la posverdad

MARÍA GRACIELA MARTHA TÉCUATL QUECHOL
Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, México

Se presentan tres elementos que, a la luz de los acontecimientos actuales, presentan gran relevancia: la información como conocimiento explícito que se registra en cualquier soporte y que fluye actualmente entre dos márgenes, la verdad y la posverdad, lo cual requiere de un análisis que permita dilucidar sus efectos.

INFORMACIÓN

El verbo *informar*, creado en el siglo xv, proviene de la palabra latina *informare*, que significa “dar forma a”, “moldear” o “formar”.

Jeremy Campbell, sobre la información, anota que “[...] en su sentido más común significa noticias, averiguación, hechos e ideas que se adquieren o se transmiten como conocimiento.” (Campbell, 1989: 13).

Goñi Camejo, a su vez, señala: “La información es el significado que otorgan las personas a las cosas [...] La información en sí misma, como la palabra, es al mismo tiempo significado y significante, este último es el soporte material

o simbología que registra o encierra el significado, el contenido.” (Goñi Camejo, 2000: 203).

Este autor destaca que la información está integrada por datos y conocimiento (que permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas que aseguran la existencia social). Con ello, el ser humano logró simbolizar los datos en forma representativa para posibilitar el conocimiento de algo concreto y creó las formas de almacenar y utilizar el concepto representado.

Se destacan a continuación los hechos más relevantes que han constituido el concepto de *información*, considerando que si bien éstos han permeado a todas las sociedades, fue durante los siglos XIX y XX cuando se marcó un desarrollo tal en las comunicaciones y las telecomunicaciones, que cambiaron las formas de registrar la información a través de innovaciones como el telégrafo (1840), el cable Atlántico (1860), el teléfono (1880), el cine (1895), la radio (1900), el télex (1930), la televisión y las grabaciones magnéticas (1935). La información pasó del libro a diferentes tipos de documentos y formas de soporte.

A la luz de los diferentes tipos de documentos que surgieron en el primer tercio del siglo pasado, Paul Otlet en su obra *Tratado de documentación* (1934) presentó nociones relativas al libro y al documento, y anticipó la idea de una red universal de información y documentación que enlazaría a todos los participantes en el proceso de la creación humana (Otlet, 1934).

A su vez, Claude Elwood Shannon (1948) teorizó sobre la información en 1948 y fundamentó los conocidos elementos básicos de la comunicación y los medios de comunicación, a través de los cuales se reconoce una *fuentes de información* que genera un mensaje. Existe un transmisor que, al actuar en el mensaje, produce una señal que puede ser en-

viada a través de un canal, que es el medio para transportar la *información*. El receptor recibe la señal, la transforma y llega al destinatario (sea una persona o una computadora).

El concepto de la información de Shannon surgió como aplicación para la telefonía y la radio. Se refiere, básicamente, a medir cantidades de información; sin embargo, se ha usado en la investigación de cualquier sistema en donde se envía un mensaje de un lugar a otro. Su aplicación se ha manifestado con enfoques filosóficos, tecnológicos, cibernéticos, comunicativos y biológicos, entre otros.

En la década de los sesenta del siglo pasado, y con una mayor integración de las computadoras, se buscó encontrar un método para transmitir mensajes y datos de información. Primero con uso militar, aunque después permeó todos los ámbitos. Entre algunos de los acontecimientos más relevantes que posibilitaron la transmisión de la información se encuentra el flujo de información en redes amplias de información en 1961; un año después, se utilizaron las redes de comunicación distribuidas y se accedió a la comunicación hombre-computadora en línea. Se iniciaron las redes cooperativas de computadoras de tiempo completo y, poco después, de tiempo compartido (1965); posteriormente, en 1968, se trabajó la red de comunicaciones por paquetes (ARPA).

El primer ensayo para cuantificar las actividades de producción y distribución de la información se atribuyen a Machlup (Mattelart, 2007: 70), quien creó el término *sociedad de la información*, en 1962, en su obra *La producción y distribución del conocimiento en los Estados Unidos y el cálculo del valor de la producción del conocimiento*. Machlup estableció que era mayor el número de empleos que manejaban información, que los que desarrollan un esfuerzo físico (Machlup, 1983).

La información cobró relevancia con el surgimiento del término *sociedad post-industrial*, que describió Touraine en 1969, en Francia, y Bell, en Estados Unidos (Bell, 1976). La definición de la sociedad industrial se basa en la información como bien económico.

Touraine comparó el paso de sociedad industrial (fundada en el empleo de energía masiva), con la sociedad de la información entendida como proyecto de desarrollo global, obediente a políticas de mercado neoliberales, que reside en la innovación, en el conocimiento tecnificado, pero sobre todo en la información como pieza clave para la producción (Touraine, 1971).

Hacia la década de los setenta, se destacan los siguientes acontecimientos: en 1971 entraron en operación 15 nodos y 23 anfitriones; ARPANET inventó su programa de correo electrónico, lo que permitió, tiempo después, transmitir mensajes y datos de información en paquetes TCP/IP (Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo Internet). En 1973 surgieron los programas de transferencia de archivos, los protocolos de voz en redes y el protocolo para interconexión de redes. A la par, se realizó la primera llamada desde un teléfono móvil.

Porat, en 1974, delineó un nuevo campo de la actividad productiva denominado *economía de la información*, vinculado al desarrollo de las TIC.

En 1978 Naisbitt utilizó el término *sociedad de la información* en su libro *Megatrends* y describió los escenarios futuros a través de tal sociedad (Naisbitt, 1990).

A la par que la tecnología permeó a la sociedad, surgieron autores que trataron de explicarla. Jean-François Lyotard propuso la condición del saber en las sociedades más desarrolladas y decidió llamar a esta condición *postmoderna*. En su obra *La condición postmoderna*, define y expone

que “[...] el saber cambia de estatuto al mismo tiempo que las sociedades entran en la edad llamada postindustrial y las culturas en la edad llamada postmoderna”, y anota que este paso comenzó desde fines de los años cincuenta (Lyotard, 1987: 7). En su trabajo, se analiza el saber en las sociedades informatizadas y la legitimación del saber.

Por su parte, Mattelart anota que “[...] el saber posmoderno es ambivalente. Es, a la vez, un nuevo instrumento de poder y una salida para las diferencias.” (Mattelart, 2007: 109).

A partir de la década de los ochenta se observan innovaciones tecnológicas y la inclusión de Internet, lo que permitió conectar electrónicamente el globo terráqueo. De 1988 a 1998 el número de conexiones a Internet pasó de 33 mil a 30 millones, y los sitios web pasaron, en tres años (1995-1998), de 27 mil a tres cuartos de millón.

Masuda realizó un estudio prospectivo de la sociedad de la información que marcó las pautas de planes estratégicos vigentes. Cabe señalar que Japón fue uno de los primeros países en establecer políticas públicas al respecto. La definió como “Sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento en el consumo material.” (Masuda, 1994).

Ackoff (1989) fue uno de los primeros que jerarquizó la información al establecer la distinción entre datos, información y conocimiento y sabiduría.

En 1989 Campbell estableció que la “Idea de la Información” surgió como un principio universal, agente activo que “informa” y da forma a lo informe y sostiene que “La naturaleza tiene que ser interpretada como materia, energía e información.” (Campbell, 1989: 14).

En la década de los noventa surgieron modelos de gestión del conocimiento y se consideró que las empresas absorben información y generan conocimiento (Davenport, 1998).

Autores como Drucker (1993) pusieron en la palestra al conocimiento como parte importante de la economía y la producción de riqueza.

Castells en su obra *La era de la información* planteó que el incremento de la productividad ya no dependía de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos (Castells, 1997).

Los recursos científico-tecnológicos que surgieron en el siglo xx, a partir de las computadoras, posibilitaron la transmisión, el almacenamiento y el manejo de la información. Internet y las redes sociales ampliaron la manera de generar y socializar la información. La información que anteriormente estaba contenida en papel (siglo xix) llegó hasta lo digital, lo que hizo posible mostrar una distinta sociedad: la de la información y la del conocimiento.

Progresivamente, se percibió que la sociedad de la información se caracteriza por la posición central y relevante de la información y de las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones (TIC) asociadas tanto como factores de producción como productos clave para el éxito económico. La sociedad de la información también está vinculada a la *revolución digital*, donde se dio el cambio de la tecnología electrónica y analógica a la digital.

La sociedad de la información está configurada por cuatro elementos: usuarios (acceden a los contenidos); infraestructuras (posibilitan el acceso a los contenidos: terminales, redes, servidor); contenidos (información, productos o ser-

vicios a los que se accede); soporte para contenidos (formación, consultoría, diseño).

El término *sociedad del conocimiento* comprende dimensiones sociales, éticas y políticas más vastas. Ros García afirma que “La información es la materia prima y el producto elaborado es el conocimiento.” (Ros García, 2006: 280).

Se considera que “Hay diferentes formas de conocimiento y cultura que intervienen en la edificación de las sociedades, comprendidas aquellas muy influidas por el progreso científico y técnico moderno.” (UNESCO, 2005: 17).

Desde la década de los noventa y a partir de Ackoff (1989), quien jerarquizó la información al establecer la distinción entre datos, información y conocimiento, se consolidó el concepto de *información*.

Como antecedente, Campbell anotó en los ochenta que: “El humano es la red de comunicaciones más complejas de la tierra y el lenguaje es un código que mantiene la estructura ordenada de los mensajes del habla en formas tan ingeniosas que aún no se les comprende por completo.” (Campbell, 1989: 87).

Un mensaje, para ser comprensible y con significado, debe ajustarse a reglas de ortografía, estructura y sentido compartido entre quien lo emite y quien lo recibe. Las reglas del lenguaje hacen que ciertas letras, grupos de ellas y secuencia de palabras sean más probables que otras y que, por lo tanto, sean más predecibles o redundantes (Campbell, 1989: 89). Dicho autor menciona que “[...] las reglas del lenguaje son indirectas y se puede usar una y otra vez en el mismo finito conjunto de letras y palabras, haciendo posible un universo abierto de nuevas frases basadas en el universo cerrado del diccionario.” (Campbell, 1989: 175).

Guillén y Paniagua (2015: 161-162) realizaron una revisión de la cadena Datos-Información-Conocimiento para sintetizar

La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información

las acepciones más comunes de la información. Con base en esta información se realizó un arreglo cronológico (*Cuadro 1*), con los conceptos más recientes (2000 al 2017).

Cuadro 1.
Definiciones de Datos, Información, Conocimiento (cronología)

Pollock (Pollock, 2002)		
Representación formalizada de hechos, conceptos o instrucciones.	Datos dispuestos en patrones significativos o sintetizados.	Información condensada en el contexto útil para la toma de decisiones y la acción.
Rowley (Rowley, 2007)		
Valores discretos de hechos objetivos básicos sin significado por convección.	Datos formateados y estructurados, contextualizados e interpretados (con significado) que son representación de la realidad.	Información procesada que permite tomar decisiones y realizar acciones.
Zins, Chaim (Zins, 2007)		
Evidencias de hechos básicos discernibles y perceptibles codificadas mediante símbolos.	Reificación de datos, convirtiéndolos en signos (interpretados). Organización de datos basada en una ontología que establece las relaciones relevantes e invariantes en algún contexto.	Entendimiento interiorizado de la información orientada al uso (acción), que a veces puede ser representado (exteriorizado). Patrones invariantes de información que generan juicios (conclusiones) acerca del mundo. Puede ser subjetivo (individual, interno, tácito, difícilmente formalizable) u objetivo (colectivo, externo, explícito, formalizable). Puede ser desde un punto de vista epistemológico, práctico (habilidades), directo (fenómenos) o declarativo (representación de lo que se sabe, reflexivo).
Uriarte (Uriarte, 2008)		
Símbolos sin contexto.	Entendimiento de las relaciones existentes entre los datos dependientes en un contexto.	Entendimiento de los patrones de relación entre datos e información y de sus implicaciones en un nuevo contexto.
Gadomski (Gadomski, 2017)		
Todo aquello que puede ser procesado o transformado mediante procesos computacionales o mentales.	Datos que representan propiedades específicas en el dominio de acción.	Propiedad abstracta de un agente capaz de procesar y transformar la información en otra información o conocimiento.

Fuente: Guillén y Paniagua (2015: 161-162).

El contexto actual del siglo XXI se asienta plenamente en el desarrollo tecnológico y con una herencia que ha transformado todos los ámbitos del ser humano. Internet y las TIC han permeando tanto el aprendizaje como la participación social, el entretenimiento, las maneras de comunicarse y las nuevas formas de trabajo, en las cuales se reconoce una nueva economía basada en la información digital que da paso al paradigma de la *sociedad de la información* y al de la *sociedad del conocimiento*.

La evolución de Internet permite actualmente transmitir información en texto, imágenes y sonido; el envío de correo electrónico; comunicación en redes sociales, utilización de dispositivos móviles denominados inteligentes.

Para explicar la información en nuestros días, se utiliza la metáfora de Bauman para considerar que la información, desde la inclusión de las TIC, “fluyó” a través de una persona a otra persona, de una persona a una computadora, de una computadora a otra, de una red a otra. Al interpretar a Bauman se resalta que “[...] los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están dispuestos a cambiarla”. Se anota que los fluidos se desplazan con facilidad, fluyen: “La ‘fluidez’ o la ‘liquidez’ son metáforas adecuadas para aprehender la naturaleza de la fase actual —en muchos sentidos nueva— de la historia de la modernidad.” (Bauman, 2003: 8) Se percibe que la información fluye sin importar tiempo, distancia ni formatos, y cada vez con mayor velocidad y portabilidad.

Se transita de una *sociedad de la información*, con información disponible, organizada, compartible, confiable y necesaria, como fuerza constitutiva en la sociedad para constituirse como *sociedades del conocimiento*, que utiliza ampliamente la información para crear nuevo conocimiento.

Por otra parte Burgin (2011) expone que el lugar y el papel de la información en el mundo están definidos por principios ontológicos de la Teoría General de la Información, la cual se construye como una teoría axiomática de tres niveles: conceptual, metodológico o meta-teoría, y teórico.

En el nivel conceptual, la esencia de la información es un objeto dinámico que juega un papel primordial en todas las explicaciones de los caminos de la realidad, clarificando una cantidad de conceptos erróneos, falacias e ilusiones.

El nivel metodológico se basa en dos clases de principios y sus relaciones. La primera contiene principios ontológicos que traen a la luz propiedades generales y regularidades de la información y su funcionamiento. La segunda axiología de la información desarrolla herramientas teóricas y principios para evaluar, estimar y medir información (Burgin, 2010: 134). Los principios axiológicos explican diferentes enfoques para el problema de cómo medir la información.

En el nivel teórico, se introducen y utilizan axiomas de estructuras y axiomas que reflejan características de la información para construir modelos de información y fenómenos relacionados (por ejemplo, flujo de información o procesamiento de la información). Estos modelos son utilizados para estudios de información y sistemas relacionados y fenómenos (por ejemplo, flujo de información en la sociedad o sistemas de procesamiento de la información, como computadoras y redes) (Burgin, 2011: 21).

El producto de la mente humana se expone a través de la creación de palabras, ideas, conceptos que se comunican y que han prevalecido, tanto a través de la escritura como actualmente en forma digital. En lo que se comunica se presenta un dilema ético que se ha generado al dar un sentido al discurso que pueda utilizarse, ya sea como herramienta de dominación social, o que permita emitir juicios y desa-

rolle la capacidad reflexiva. En la congruencia de la representación mental con la cosa se distingue el vocablo *verdad*.

VERDAD

La Real Academia Española define al término *verdad* como “Conformidad de las cosas con el concepto que de ellas forma la mente”; “Conformidad de lo que se dice con lo que se piensa”; “Propiedad que tiene una cosa de mantenerse siempre la misma sin mutación alguna” o “Juicio o proposición que no se puede negar racionalmente”; “Cualidad de veraz”.

Ferrater Mora (1981: 3397) establece al vocablo como “[...] proposición que es verdadera a diferencia de falsa” y “[...] realidad, que es verdadera a diferencia de aparente, ilusoria, irreal, inexistente”.

Los griegos buscaron la verdad frente a la falsedad. La verdad era idéntica a la realidad, y ésta idéntica a la permanencia, en el sentido de ser siempre ya sea materia, substancia, números, cualidades, ideas.

Lo permanente era concebido como verdadero frente a lo cambiante, que no era considerado necesariamente como falso, sino sólo como aparentemente verdadero sin serlo “en verdad”. Un elemento necesario para la verdad fue la denominada “visión inteligible”, accesible sólo al pensamiento y no a los sentidos.

Para los hebreos, existe la palabra *emunah*: la confianza. Para ellos, lo verdadero es lo que es fiel, lo que cumple o cumplirá su promesa, y por tanto Dios es lo único verdadero, porque es lo único realmente fiel (Ferrater Mora, 1981: 3397).

El término *verdad* ha sido abordado como un gran problema por la filosofía, desde Aristóteles y hasta la actualidad. “La verdad es tema central de la filosofía del conocimiento,

de la lógica y del lenguaje y con ello de todo saber sistemáticamente organizado.” (Nicolás y Frápolli, 1997: 148).

Mason (2011) anota “De modo que verdad es ese arrancar con lucha y siempre en la forma de un desentrañar”. Ocultarla puede ser de diversos modos: encierro, preservación, embozo, encubrimiento, velación, disimilación, o con fines de poder.

Nicolás y Frápolli mencionan que “La verdad es uno de los temas centrales de la Filosofía del Conocimiento, de la Filosofía del Lenguaje y de la Filosofía de la Lógica, y su ámbito alcanza hasta la Ontología y la filosofía práctica. Con ello, los problemas en torno a la verdad constituyen un núcleo de todo saber sistemáticamente organizado”. (Nicolás y Frápolli, 2012).

La verdad constituye múltiples dimensiones: lingüística, epistemológica, ontológica, lógica, ética, entre otras.

Nicolás y Frápolli presentan una propuesta de clasificación sobre los tipos de teoría de la verdad (Nicolás y Frápolli, 2012: 19-20):

1. Teorías de la correspondencia:¹

Teorías lógico semánticas: Alfred Tarski.²

Teoría semántico-formal: Ernst Tugendhat.³

1 En estas teorías se caracteriza a la verdad como correspondencia de la mente o pensamiento, con los hechos o realidad. Son punto de referencia de cualquier otra teoría de la verdad.

2 Aportó “La concepción semántica de la verdad y los fundamentos de la semántica (1944). La guía de Filosofía. Alfred Tarski: <http://filosofia.laguia2000.com/grandes-filosofos/alfred-tarski#ixzz4buCHp29g>

3 Parte del presupuesto de que todo el pensamiento es un hecho lingüístico y de que la esencia del lenguaje reside en el uso. Por este motivo la semántica formal introduce en el correcto uso del lenguaje. El lenguaje no es un simple médium entre nosotros y la realidad de los objetos, ya que en su sentido semántico están incluidas determinaciones que no dependen de la mera objetividad y que sin embargo contribuyen a su comprensión (Zabala, 2005: 630).

Teoría semántico-fundamental: P. Hinst.

Teoría semántica del realismo interno: H. Putnam.

Teoría semántico-ontológica: L. B. Puntel.

Teoría de las condiciones de la correlación: J. Austin.

Teorías lógico-empíricas: B. Russell y Wittgenstein, R. Carnap.

Teorías dialéctico-materialistas: K. Marx, A. Schaff, M. Horkeimer.

Teorías pragmático-correspondentista: C. S. Peirce.

2. Teorías lógico-lingüísticas:⁴

Teorías de la redundancia: A. Ayer.

Verdad como primitivo-semántico: D. Davidson.

Teoría del ascenso semántico: W. y O. Quine.

Teoría semántico-matemática: S. Kripke.

Teorías pro-oracionales: F. Ramsey, D. Grover, C. J. F. Williams, R. Brandom.

Teorías de la identidad: J. Dodd, J. Hornsby, C. J. F. Williams.

3. Teorías fenomenológicas:

Teoría evidencial: E. Husserl,⁵ F. Brentano, M- Henry.

Teoría perspectivista: J. Ortega y Gasset.

Teoría metafórica: P. Ricoeur.

Teoría de la verdad real: X. Zubiri.

4 “Este tipo de teorías no tiene como objetivo el dar una explicación metafísica o una visión omnicompreensiva de qué es la verdad, sino más bien determinar el significado de ‘es verdadero’ su estatus lógico y el papel que el predicado desempeña en los lenguajes naturales que lo incorporan” (Nicolás y Frápolli, 2012: 27).

5 Husserl recupera el momento de la realidad y su carácter prioritario en la conformación del conocimiento verdadero; de ahí su lema “a las cosas mismas”. Elabora la teoría evidencial de la Verdad. “En ella la verdad consiste en un cierto punto de coincidencia, pero no entre la mente y lo real, sino más bien en el cumplimiento o satisfacción de una expectativa.” (Nicolás y Frápolli, 2012: 30).

4. Teorías hermenéuticas:
 - Teoría hermenéutico-ontológica: M. Heidegger.⁶
 - Teoría existencialista: K. Jaspers.
 - Teoría lingüístico-histórica: H. G. Gadamer.
 - Teoría hermenéutico-práctica: M. Foucault.
 - Teoría hermenéutico-lingüística: J. Simon.
5. Teorías coherenciales:⁷
 - Teoría lógico empírica: O. Neurath y C. Hempel.
 - Teoría criteriológica: N. Rescher.
6. Teorías pragmáticas de la verdad:⁸
 - Teoría pragmático-funcionalista: W. James
 - Teoría hermeneúutico-relativista. R. Rorty.
 - Teoría histórico-práctica: I. Ellacuría.
7. Teorías intersubjetivistas:⁹
 - Teoría consensual: K. O. Apel y J. Habermas.
 - Teorías dialógicas: K. Lorenz, P. Lorenzen, W. Kamlah.

6 “Heidegger busca el sentido más originario de la verdad, y lo encuentra bajo la forma de verdad como *alétheia*”. (Nicolás y Frápolli, 2012: 32).

7 “La tesis de las teorías coherenciales consiste en que la verdad se identifica con la concordancia o adecuación de oraciones o cualquier otro portador de verdad (creencias, proposiciones), no con el mundo sino con un conjunto suficientemente amplio de otros portadores. La compatibilidad o la coherencia de las creencias (oraciones, preposiciones) con otras creencias, o con el sistema general de nuestro conocimiento, no es un índice de la verdad, ni un criterio para distinguir entre las verdades y las no-verdades, sino que es justamente aquello en lo que la verdad consiste.” (Nicolás y Frápolli, 2012: 34).

8 Destaca como característica de estas teorías la relación entre la verdad y la acción, la importancia de la verdad para la práctica y la relevancia de la práctica en la definición de la verdad.

9 Los autores parten del hecho de que todo conocimiento (verdad) consiste en una acción comunicativa, en la cual se comparten algunos supuestos, y se llega a un acuerdo o no acerca de algún hecho o alguna tesis. De ahí que se ponga en un primer plano la tesis de que todo conocimiento está lingüísticamente mediado. Se pretende superar la concepción del conocimiento según la cual un sujeto puede obtener conocimientos verdaderos (válidos) recurriendo exclusivamente a recursos individuales propios (Nicolás y Frápolli, 1997: 173).

La anterior clasificación muestra lo complejo de dilucidar la verdad. Se esperaría que cada proceso informativo conllevara el atributo de la verdad. El ser humano, a lo largo de su historia, ha utilizado su conocimiento para explicarse y explicar el mundo que nos rodea y, en ocasiones, expone su verdad aferrándose a sus creencias, con el supuesto que reflejan su verdad única y rechazando explicaciones o ideas diferentes.

Smilg anota que el término “verdad” no es unívoco (Smilg Vidal, 2016). El concepto está vinculado a todas las tradiciones filosóficas. En todas las épocas, se aspira al descubrimiento de verdades o una idea sobre la naturaleza de la verdad.

Habermas establece tres tesis para dilucidar la verdad:

Primera. Se llama verdad a la pretensión de validez que se vinculan con los actos de habla constatativos. Un enunciado es verdadero cuando está justificada la pretensión de validez de los actos de habla con los que, haciendo uso de oraciones, se afirma ese enunciado.

Segunda. Las cuestiones de verdad sólo se plantean cuando quedan problematizadas las pretensiones de validez supuestas en los contextos de acción. En los discursos, en los que se someten a examen pretensiones de validez hipotéticas, no son redundantes las emisiones o manifestaciones acerca de la verdad de los enunciados.

Tercera. En los contextos de acción las afirmaciones informan acerca del objetos de la experiencia, en los discursos se someten a discusión enunciados sobre hechos. La idea de verdad sólo puede desarrollarse por referencia al desempeño discursivo de pretensiones de validez. (Habermas, 2012: 634).

De sus tesis, Habermas establece algunas conclusiones que sugieren una teoría consensual de la verdad:

De las informaciones dice que son fiables (o no fiables). La fiabilidad de una información se mide por la probabilidad

La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información

con que (en los contextos de acción) se cumplen las expectativas de comportamiento derivadas de esa información.

La verdad no es una propiedad de las informaciones, sino de los enunciados; se mide no por la probabilidad de cumplimiento de pronósticos, sino por la unívoca alternativa de si la pretensión de validez de las afirmaciones es discursivamente desempeñable o no lo es. (Habermas, 2012: 635).

Se llama verdaderos a los enunciados que se pueden fundamentar y también que la verdad de una proposición significa la promesa de alcanzar un consenso racional sobre lo dicho.

En el *Cuadro 2*, se distinguen cuatro pretensiones de validez: inteligibilidad, veracidad, rectitud y verdad.

Cuadro 2.
Tabla de pretensiones de validez

Condición de la comunicación	Pretensiones de validez		Intenciones correspondientes	Vivencias de certeza	Base de la experiencia
	No discursivas	Discursivas			
Inteligibilidad	Veracidad		Entender algo. Crear a alguien	Certeza no sensible. Certeza de fe	Percepción de signos. Experiencias interactivas con personas y sus emociones o manifestaciones
		Rectitud	Estar convencido de algo	X	Ninguna directa
X		Verdad (de los enunciados)	Saber algo	X	Ninguna directa
		X	Ver, percibir algo	Certeza sensible	Percepción de cosas y sucesos

Fuente: Habermas (2012: 639).

En distintas actividades que desarrolla el humano, se destaca como algo implícito “la Verdad”.

En el periodismo, Garton Ash señala las cualidades del buen periodismo:

Trata de llegar a la verdad o, al menos, a una parte importante de ella. Busca todas las fuentes posibles, incluidas las que son difíciles o peligrosas de alcanzar. Comprueba los hechos y hace juicios explícitos acerca de la calidad de las pruebas. (Garton Ash, 2017: 9).

Otros autores citados por Garton dicen: “La primera obligación del periodismo es con la verdad.”¹⁰ “No puede haber una ley superior en el periodismo que decir la verdad y afean el mal.”¹¹ “Para los periodistas, el valor definitorio es la honestidad, el intento de decir la verdad. Ese es nuestro objeto primario.”¹²

Mason anota “[...] que la noticia y la transmisión de lo veraz dejen de tener valor ético para transformarse en mercancía”, donde lo valioso no es el contenido veraz de la información, sino el impacto que produce.” (Mason, 2011). Con tal hecho se crea el contexto de espectáculo del discurso periodístico, lo que significa una acción que produce escándalo o extrañeza. Se advierte que la consecuencia a ello es concebir a los ciudadanos como consumidores y a la información como mercancía intangible y no nutriente para la opinión pública. La consecuencia son sujetos pasivos, desligados de la realidad, sobre la cual ya no operan.

Con la inclusión de las TIC, cambiaron las formas de entender e interactuar con el entorno a través de diferentes formas de comunicación y de distintos medios de comunicación. Mason reconoce a la sociedad de la comunicación asentada desde los años noventa en un “desarrollo tecnológico incorporado masivamente” y herramienta por la cual consolidó su hegemonía el neoliberalismo. Tal proceso tuvo como consecuencia deseada el desprestigio de la política y su consecuente abandono de “[...] vastos campos de la

10 B. Kovach (Garton Ash, 2017: 9).

11 W. Lippmann (Garton Ash, 2017: 9).

12 N. Davies (Garton Ash, 2017: 10).

realidad. Amplios sectores de la sociedad permitieron la ocupación de esos espacios por parte de los medios de comunicación, los cuales se fueron transformando en factores de poder casi hegemónicos.” (Mason, 2011).

En otras épocas lo que estaba escrito conllevaba verdad expresa; lo que se decía en medios como libros y periódicos se consideraban fuente original. Posteriormente, medios como la radio y la televisión también se consideraban fuente original para análisis y comentarios. Sin embargo, con los dispositivos actuales, que permiten realizar actividades simultáneas tanto para recibir como buscar y compartir información, la gente opera con base en carga emocional y con involucramiento personal, en interacción inmediata, ya sea de persona a persona o entre un grupo de personas. Con ello se prescinde de intermediarios como los periódicos y la televisión. Así, cualquier tipo de información, sea cierta o no, se extiende y se vuelve viral. En ocasiones, ni siquiera es necesario reproducir contenidos, sino basta con compartirlos o con un *me gusta*. A través de tales procesos cualquiera se convierte en autor, en un ámbito informativo para el que no se requiere más que poseer un dispositivo.

Sin embargo, para dilucidar la verdad de todo tipo de información circulante, se requiere analizar hechos y argumentar evidencias, porque con las redes sociales se recibe o se envía información que responde a necesidades, aficiones, intereses u opiniones y se crean *burbujas* en donde se puede vivir sin salir ni exponerse a opiniones divergentes.

Analizar y argumentar son parte de un método que se realiza a través de la ciencia y de la educación. Para la ciencia, prevalece el método que estableció Descartes. “El ideal del conocimiento perfilado por el concepto de método consiste en recorrer una vía de conocimiento tan reflexivamente que siempre sea posible repetirla”, y “Por eso el auténtico

ethos de la ciencia moderna es, desde que Descartes formulara la clásica regla de certeza, que ella sólo admite como satisfaciendo las condiciones de la verdad lo que satisface el ideal de la certeza.” (Gadamer, 2014: 476).

En la sociedad actual, con la presencia de Internet y el uso intenso de las redes sociales, uno de los retos es la verdad de la información. La verdad requiere analizar objetivos, argumentar los datos y los hechos; ambos aspectos conservan a la verdad de su posibilidad inherente: la mentira.

En el mundo contemporáneo —donde hay una mayor cantidad de información que se comunica y establece cooperación de manera instantánea, y donde quienes la reciben la reenvían sin interpretarla ni establecen su veracidad—, la *posverdad* fue la palabra del año en 2016 elegida por el *Diccionario Oxford*, dado el interés que atrajo.

POSVERDAD

La palabra “denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal.” (Oxford Dictionaries, 2016).

De este modo, la emoción y las creencias personales predominan en la configuración de la opinión pública, sobre los hechos objetivos.

Se reconoce el término, como lo utilizó Keyes (2004) en su libro *Post-Truth era: dishonesty and deception in contemporary life*, en donde explica sus características como fenómeno global y expone que en la posverdad, las fronteras entre la verdad y la mentira, entre la honradez y la falta de honradez, la ficción y la no ficción se enredan. Sus

La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información

categorías se han utilizado para describir, entre otros, el fenómeno Trump en Estados Unidos.

La posverdad puede ser una mentira que se asume como verdad e incluso una mentira asumida como mentira, pero reforzada como creencia o como hecho compartido en una sociedad (Amón, 2016).

The Economist (2016) señaló al ahora presidente Trump, como “máximo exponente de la política ‘posverdad’ [...] una confianza en afirmaciones que se ‘sienten verdad’ pero no se apoyan en la realidad”.

Para Moles Plaza, posverdad y desinformación son sinónimos, pero la posverdad es tributaria de las técnicas, métodos y condicionantes de la segunda (Moles Plaza, 2017). Se destacan, de su obra, algunas características al respecto (*Cuadro 3*).

Cuadro 3.
Características de la posverdad

“ [...] se dirige a todo un corpus social difícilmente individualizable en una hipotética cadena de mando.”
“se persigue anidar en las convicciones irracionales (la fe, la emoción, las creencias) del corpus social” (Moles Plaza, pág. 117)
“Lo importante no es el argumento, sino la imposición rápida del mensaje [...] En este sentido, la multiplicidad de canales simultáneos y replicados de la posverdad la distingue de la desinformación.”
“La simultaneidad y la inmediatez del replicado del mensaje impiden contrastar la veracidad del mismo. Lo que contribuye a mezclar informaciones veraces con otras que no lo son”.
“[...] una acción comunicativa (gubernamental o no, pero política en todo caso) concertada, que persigue que la construcción de una verdad que llegue a anidar en el estado de ánimo del corpus social se imponga a la verdad misma.”
“[...] la posverdad es consustancial a la posibilidad de coexistencia de ‘verdades’ diversas.”
“[...] el fenómeno es propio del sistema formalmente democrático, en tanto que ecosistema en el que pueden emerger ‘verdades’ diversas.”
“La posverdad, para serlo, precisa de un ‘post-ciudadano’: un individuo acrítico en el sentido técnico del término, domesticado en la digestión de mensajes incuestionados.”

Fuente: Moles Plaza (2017: 117-140).

Para Zarzalejos, la posverdad consiste en la relativización de la veracidad, en la banalización de la objetividad

de los datos y en la supremacía del discurso emotivo (Zarzalejos, 2017).

Con la posverdad se sostiene lo emocional y las creencias compartidas a pesar de hechos que demuestren lo objetivo y racional; se privilegia aquello que se escucha, lee o se ve y que concuerda con nuestras ideologías.

Con la posverdad se tiene un campo fértil para conspirar, crear malestar, provocar el recelo o la hostilidad de grupos sociales. Recientemente se han visto actos de mitomanía política, verdades alternativas, y hechos falsos: “[...] en la política la mentira o la media verdad siempre han sido recursos manejados con desenvoltura, pero, ahora, la respuesta al status quo político y económico ha introducido elementos sentimentales, emotivos, en sus mensajes falsos dotándolos de una fuerza arrasadora.” (Zarzalejos, 2017: 12).

La posverdad se practica también en la publicidad, en las empresas, en sectores estratégicos como el energético y el financiero, entre otros. La sociedad está perdiendo un mecanismo de defensa frente a la posverdad: la intermediación periodística. Tal intermediación ha sido arrasada por la tecnología y ha difuminado su rol social como fiel de la verdad.

Las TIC permiten accesibilidad, inmediatez, velocidad, volumen, multiformatos, a los contenidos informativos. El acceso digital también ha generado una forma distinta para producir información. Un ejemplo de ello es el periodismo ciudadano y el acceso abierto como posibilidad para publicar fuera de los espacios editoriales.

Las TIC han permitido tanto canalizar la inteligencia colectiva como difundir noticias falsas; han cambiado la forma de consumir y asimilar la información. Hoy, uno de los indicadores del desarrollo de un país es la medición del uso de Internet. Sin embargo, la conectividad sin un uso reflexionado de la información conlleva a una mayor desinformación.

En la globalización actual, las redes sociales son el medio idóneo para difundir información sin apego a la verdad, sometiendo a la información a las emociones y no al raciocinio. Se magnifica la inmediatez antes que ponderar la verificación de los hechos, de los datos, de la información, lo que obsta para construir desde una opinión, hasta el conocimiento. La aceptación sobre lo que corre en redes sociales dificulta reconocer lo falso de lo verdadero. Las noticias falsas dan origen al reconocimiento expreso de su existencia y, a partir de ello, surge el debate y la polémica sobre éstas.

Cabe señalar que un aspecto relevante es la procedencia de la información. Una noticia tarda escasos segundos en transmitirse en las redes sociales y viajar por todo el mundo acompañada de fotos, videos o sonidos; todo llega en un flujo incesante a YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, entre otras redes sociales.

El problema ante tanta información es saber cuál es falsa y cual es verdadera, si es real o no, si de verdad sucede o si es noticia antigua; por eso es cada vez más importante constatar que provenga de una fuente confiable. Facebook y Google han emprendido cambios a sus algoritmos para evitar la información falsa; para ello, se utilizarán algoritmos más inteligentes y computadoras muy rápidas.

Una arista que se considera interesante es saber qué hay en un mensaje para que la gente quiera transmitirlo y sea contagioso o viral. Berger (2013) señala seis aspectos que hacen que un mensaje se mencione, se comparta y se imite hasta el contagio:

1. Moneda social. Aquello de lo que se habla influye en cómo los otros nos ven. Es una moneda social saber cosas y hacer que la gente parezca ingeniosa, conocedora, interesante o informada.

2. Disparadores. Son estímulos que llevan a pensar en cosas relacionadas.
3. Emoción. Consiste en crear mensajes e ideas que hagan que la gente sienta algo.
4. Público. Consiste en hacer visible nuestras ideas o productos e involucrar a otros en la conducta que se desea.
5. Valor práctico. Consiste en crear contenidos que ahoren, mejoren, o parezca útil.
6. Historias. La gente no sólo comparte información, cuenta historias.

Implícito en lo anterior está el compartir algún mensaje, antes en forma directa y ahora a través de las redes. Hoy una actividad de tiempo completo es ser *blogger*, una persona que comparte lo que hace, lo que le gusta, lo que lee, lo que usa. Revelar información sobre actitudes y experiencias personales es intrínsecamente gratificante.

Es incuestionable que la información está presente en todos los ámbitos del ser humano, pero en la información contenida existe verdad o no. Según Keyes:

Estamos predispuestos a creer lo que otros nos dicen; si ello no fuera, la estabilidad de los individuos y la sociedad podría colapsar. Dar a los otros el beneficio de la duda ética hace una sociedad civil posible, incluso aunque esto signifique, ocasionalmente, mirar a otro lado, cuando pensamos que hemos sido engañados. (Keyes, 2004: 214).

Ante esta situación la pregunta es ¿qué hacer para que la población distinga la información falsa?

Se considera que, desde la bibliotecología, es necesario dar a conocer permanentemente los atributos de la información. Saber qué tipos de información hay, sus atributos

llevarían a identificar a la información confiable de la que no lo es.

La biblioteca tendrá que aportar los elementos para intensificar el uso ético de la información y para habilitar a los usuarios en distinguir noticias falsas y proporcionar u orientar hacia la información válida.

Es necesario incidir en los bibliotecarios para adoptar lo que la IFLA recomienda: llevar a cabo las acciones necesarias para instituir el pensamiento crítico como una habilidad crucial cuando se navega en la sociedad de la información.

En ese sentido, difundió ocho pasos para reconocer noticias falsas (IFLA, 2017), que se refieren a orientar al usuario en:

- Investigar las fuentes de las noticias.
- Indagar sobre las noticias.
- Reconocer al autor.
- Comprobar las fuentes que avalen la información.
- Comprobar datos de las noticias.
- Indagar notas raras o extravagantes.
- Considerar el sesgo de la noticia.
- Preguntar al bibliotecario.

La biblioteca también tendrá que difundir las fuentes con credibilidad, incrementar el uso de los periódicos, orientar para verificar información antes que creer en los *views*, en los *likes* y en el número de veces que se comparte la información. Es muy sintomático cómo se reivindicán las mentiras por un *me gusta*, sin tener la certeza de que sea cierta la información, sin reflexionar sobre el contenido, para dejarse llevar por encabezados amarillistas y difundirlos a todos los seguidores.

CONSIDERACIONES

Se considera que existe información con verdad, que es la que sirve para tomar decisiones, pero también existe la posverdad. Conocer ambas es vital para crear sociedades analítico-críticas que tomen decisiones.

Por tanto, se precisa de integrar procesos lógico-rationales que permitan analizar la información, explicarla, cuestionarla, antes de difundirla por elementos emocionales.

El antídoto contra las tendencias manipuladas en las redes digitales requiere de un compromiso ético y profesional de los bibliotecarios para orientar a los usuarios en verificar la información y en tener cautela con la información que difunden.

Los bibliotecarios se forman para integrar en las bibliotecas información valorada, fiable: la organizan, le agregan valor, la hacen disponible para sus usuarios y animan a su uso ético; también establecerán procesos que formen a sus usuarios en la comprobación lógico-racional de la información como antídoto contra la posverdad.

BIBLIOGRAFÍA

Aamodt, A. y Nygård, M. (1995). Different roles and mutual dependencies of data, information, and knowledge an AI perspective on their integration. *Data & Knowledge Engineering*, 16(3), 191-222 [en línea], <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0169023X9500017M#!>

Ackoff, R. L. (1989). From data to wisdom. *Journal of Applied System Analysis*, 16, 3-9.

La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información

- Amón, R. (2016). "Posverdad", palabra del año. *El País*, 17 de noviembre [en línea], https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: FCE.
- Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza.
- Berger, J. (2013). *Contagio. El poder del boca a boca en la comunicación viral*. Buenos Aires: Temas.
- Burgin, M. (2010). *Theory of information: fundamentality, diversity and unification* (Vol. 1). Singapore: World Scientific Publishing.
- _____. (2011). Information in the structure of the world. *Information Theories and Applications*, 18(1), 16-32.
- Campbell, J. (1989). *El hombre gramatical*. México: FCE.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1: *La sociedad red*). Madrid: Alianza.
- Davenport, T. H. (1998). *Working knowledge: how organizations manage what they know*. Boston: Harvard Business School Press.
- Drucker, P. F. (1993). *La sociedad post-capitalista*. Madrid: Apóstrofe.
- The Economist* (2010). Art of the lie. *The Economist*, Sep. 10 [en línea], <https://www.economist.com/news/leaders/21706525-politicians-have-always-lied-does-it-matter-if-they-leave-truth-behind-entirely-art>
- Ferrater Mora, J. (1981). *Diccionario de Filosofía* (Vol. 4). Madrid: Alianza.
- Gadamer, H. G. (2014). ¿Qué es la verdad? En J. A. Nicolás y M. J. Frápolli (Eds.). *Teorías contemporáneas de la verdad* (pp. 471-484). Madrid: Tecnos.

- Gadomski, A. M. (2017). Meta-ontological assumptions: Information, preferences and knowledge universal interrelations (cognitive IPK architecture). Meta-Knowledge Engineering & Management Server [en línea], <http://erg4146.casaccia.enea.it/wwwerg26701/gad-dict.htm>
- Garton Ash, T. (2017). ¿En qué consiste el buen periodismo? *Letras Libres*, 19(220), 8-11.
- Goñi Camejo, I. (2000). Algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las ciencias de la información. *ACIMED*, 8(3), 201-217.
- Guillén Navarro, M. Á. y Paniagua Arís, E. (2015). Una revisión de la cadena Datos-Información-Conocimiento desde el Pragmatismo de Peirce. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 38, 153-177 [en línea], <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/50814/47161>
- Habermas, J. (2012). Teorías de la verdad. En J. A. Nicolás y M. J. Frápolli (Eds.). *Teorías contemporáneas de la verdad* (pp. 625-675). Madrid: Tecnos.
- IFLA (2017). How to Spot Fake News [en línea], <https://www.ifla.org/publications/node/11174>
- Keyes, R. (2004). *Post-Truth era: dishonesty and deception in contemporary life*. New York: St. Martin's Press
- Lyotard, J. F. (1987). *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Machlup, F. (1983). Semantic quirks in studies of information. En F. Machlup y U. Mansfeld (Eds.). *The study of information: Interdisciplinary messages* (pp. 641-672). New York: Wiley.
- Mason, A. (2011). La comunicación: entre la verdad y la mentira. *Question: Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(30) [en línea], <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1046>

La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información

- Masuda, Y. (1994). *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Madrid: Tecnos.
- Mattelart, A. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- Moles Plaza, R. J. (2017). Doblepensar lo negro/blanco. Propuesta metodológica para el análisis de la posverdad. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, (1), 116-145 [en línea], https://ddd.uab.cat/pub/tdevorado/tdevorado_a2017v4n1/tdevorado_a2017v4n1p116.pdf
- Naisbitt, J. y Aburdene, P. (1990). *Megatrends 2000*. New York: William Morrow and Company.
- Nicolás, J. A. y Frápolli Sanz, M. J. (1997). Teorías actuales de la verdad. *Diálogo Filosófico* (38), 148-178.
- _____. (2012). *Teorías contemporáneas de la verdad*. Madrid: Tecnos.
- Otlet, P. (1934). *Traité de documentation - Le livre sur le livre - Théorie et pratique*. Bruselas: Mundaneum.
- Oxford Dictionaries. (2016). Word of the year 2016 [en línea], <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>
- Pollock, N. (2002). *Knowledge management and information technology. Know-IT Encyclopedia*. Fort Belvoir: Defense Acquisition University Press [en línea], <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dau/know-it.pdf>
- Real Academia Española [en línea], <http://dle.rae.es/>
- Ros García, M. R. (2006). El gestor de la información, el gestor de marketing y el gestor del conocimiento. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 29, 279-299.
- Rowley, J. (2007). The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, 33(2), 163-180.

La información: entre la verdad y la posverdad

- Shannon, C. E. (1948). The Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technology Journal*, 27(3), 379-423.
- Smilg Vidal, N. (2016). Posibilidades y límites de la comprensión de la verdad como “adecuación”. En J. A. Nicolás y J. Grondin [Coord.]. *Verdad, hermenéutica, adecuación* (pp. 43-60). Madrid: Tecnos.
- Touraine, A. (1971). *La sociedad post-industrial*. Barcelona: Ariel.
- Touraine, A. (2017). La sociedad desestructurada [en línea], <http://docplayer.es/31617654-La-sociedad-desestructurada-alain-touraine-existe-una-sociedad-de-la-informacion.html>
- UNESCO (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. París: Ediciones UNESCO [en línea], <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>.
- Uriarte, F. A. (2008). *Introduction to Knowledge Management*. Jakarta: ASEAN Foundation.
- Zabala, S. (2005). ¿Qué significa pensar tras el giro lingüístico? La filosofía de Ernst Tugendhat. *ÉNDOXA: Series Filosóficas*, (20), 619-637
- Zarzalejos, J. A. (2017). Comunicación, periodismo y “fact-checking”. *Uno*, (27), 11-13 [en línea], <http://www.revista-uno.com/numero-27/comunicacion-periodismo-fact-checking/>
- Zins, C. (2007). Conceptual Approaches for Defining Data, Information, and Knowledge. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(4), 479-493.