

La posverdad a través de la prensa iberoamericana. Análisis desde las Ciencias de la Información Documental

CELIA MIRELES CÁRDENAS

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tienen una enorme influencia en la conformación de la opinión pública, por lo que se consideran importantes movilizadores sociales. Tradicionalmente, la prensa y la televisión ostentaban esta hegemonía; no obstante, ahora la comparten con el Internet en donde específicamente Twitter o Facebook, canales que a través de la información que difunden, generan un impacto positivo o negativo entre la población que recibe lo que se publica en cada uno de estos espacios.

Lazarsfeld y Merton (1977: 25-47) refieren que los mensajes que se transmiten por los distintos canales de comunicación no generan un solo efecto en las audiencias, sino, al contrario, propician una pluralidad de efectos e interacciones en la forma de analizar y apropiarse de los mensajes por parte del público receptor, además de que estos mensajes permiten cultivar, a corto y mediano plazo, conductas y

estilos de vida. De esta forma, la tendencia para el estudio de la comunicación de masas se orienta hacia e análisis de las audiencias plurales y de los grupos específicos, aspectos que son favorecidos por la gran cantidad de mensajes emitidos a través de los distintos medios de comunicación y potenciados por la aplicación del desarrollo tecnológico en los mismos (McQuail, 1994).

Esta situación favorece que los individuos centren su atención únicamente en ciertos mensajes, productos o programas, por lo que una parte importante de los análisis de los mensajes que se transmiten en los medios de comunicación se orientan hacia *la comprensión* de la imagen social de ciertas personas, productos o instituciones, así como en el *tratamiento* que los diferentes medios proporcionan a ciertos temas, profesiones, ciencias o, por ejemplo, el fenómeno de la posverdad, objeto de este estudio (Lasswell, 1985: 50-68).

Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual (2017) refieren que si bien durante casi doscientos años el periodismo marcó las tendencias de los contenidos al marcar la *ageda settig*, en la actualidad los medios digitales han marcado un doble horizonte:

- a) Facilitar la personalización de la información con diferentes niveles de profundización.
- b) Dar cabida a los usuarios como protagonistas de un proceso comunicacional en el que la imagen es la base de la nueva escritura periodística. (Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual, 2017: 1092).

Estas transformaciones de contenido y de formatos (cada vez más multimedia o audiovisuales que textuales) hacen necesaria una redefinición de las funciones tradicionales de la prensa: informar, formar y entretener. Pero si bien las transformaciones tecnológicas están cambiando los hábitos

de consumo de información, los medios de comunicación, como en este caso el periodístico, debe cuidar la veracidad de los contenidos que se transmiten a través de los diferentes medios digitales.

Al analizar el futuro de la prensa escrita, José Luis Cebrián (2017) alerta que la desinformación que circula por Internet, principalmente en las redes sociales, lo ha convertido en un “basurero de opiniones”, que propicia sistemas de chantaje y de corrupción. Por ello el periodismo, en particular la prensa escrita, ayuda a entender y conformar la opinión pública, “[...] pilar básico para la supervivencia de la democracia.” (Cebrián, 2017).

Sin embargo, otro aspecto importante en el contexto informativo actual es que ya no se habla solo de la noticia como un hecho acabado o único, sino de “flujo informativo” debido a que no termina su proceso con la publicación, sino que continúa abierta a los comentarios, en las redes, lo que le permite que en la red tienda a lo multimedia y transmedia, e incluso a reformularse de forma colaborativa (Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual, 2017: 1095).

METODOLOGÍA

Para la presente investigación, se recuperaron las notas periodísticas que bajo el término de “posverdad” brindaron los buscadores de cuatro periódicos de distintos países de habla hispana en su versión digital, además de que las notas se pudieran recuperar de forma libre sin pago de suscripción al periódico. Por tanto, la palabra *posverdad* se localizó tanto en el título, el subtítulo o el contenido de la nota. La suma total fue de 113 notas periodísticas, distribuidas de la siguiente forma: *Clarín*, de Argentina (18 notas); *El Tiempo*,

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

de Colombia (20 notas); *El País*, de España (36 notas), y *El Universal*, de México (39 notas).

El periodo para la recuperación de las notas fue desde el mes de octubre de 2016 hasta el mes de mayo de 2017, debido a que fueron las fechas que se establecieron para el análisis del tema. Por lo tanto, los resultados presentados se toman como una muestra de lo que se presente en este medio de comunicación, no como un resultado final o determinante sobre el tema. Posteriormente, con base en el modelo que utiliza Lasswell para interrogar un acto de comunicación a partir de: *quién dice qué; en qué canal, a quién y con qué efecto* (Lasswell, 1985: 50-68).

Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual mencionan la utilidad de seguir considerando estas preguntas como una regla de redacción para garantizar unos requisitos mínimos en la información que se publica, aun en los actuales cybermedios, debido a que ayudan a los lectores a encontrar información concreta y ahorrar tiempo. Los autores las mencionan como la regla de las 5w: *quién, qué, dónde, cuándo y por qué* (Trillo-Domínguez y Alberich-Pascual, 2017: 1096).

Como el interés central de esta investigación es analizar el contenido de las notas, se determinaron las categorías contextuales y de contenido mostrados en el *Cuadro 1*.

Cuadro 1.
Categorías de análisis

1	Nombre del periódico
2	Fecha
3	Título y subtítulo de la noticia
4	Género periodístico
5	Quién dice qué

Fuente: elaboración propia.

Una vez que las notas periodísticas se analizaron en sus aspectos cuantitativos, se procedió al análisis cualitativo, con lo que se obtuvieron los resultados que se presentan en el apartado correspondiente.

RESULTADOS

Abril de 2017 fue el mes durante el cual se publicaron más notas, 27, seguido por enero del mismo año. Los meses con menos notas fueron: octubre de 2016, con 2, y mayo de 2017, con 3 (*Cuadro 2*).

Cuadro 2.
Resultados por periódico y fecha

Mes	<i>El País</i>	<i>El Tiempo</i>	<i>El Universal</i>	<i>Clarín</i>	Totales
Octubre, 2016	0	0	0	2	2
Noviembre, 2016	6	0	2	2	10
Diciembre, 2016	3	1	8	3	15
Enero, 2017	6	0	13	5	24
Febrero, 2017	8	0	6	1	15
Marzo, 2017	8	1	6	2	17
Abril, 2017	5	16	3	3	27
Mayo, 2017		2	1	0	3
Total	36	20	39	18	113

Fuente: elaboración propia.

La recuperación de noticias se realizó a través de buscadores que localizaron la palabra “posverdad” en cualquier parte de la nota. Esto originó que algunas notas que se recuperaron sólo mencionan la palabra en algún rubro, pero no fue el tema principal (como se observa en el Anexo 1 de

este capítulo). De esta forma, las notas que estrictamente trataron el tema en el título y subtítulo del periódico fueron 46, en donde *El País* fue el medio que mayor espacio concedió al tema de la posverdad, como se observa en el *Cuadro 3*.

Cuadro 3.
Resultados por título y subtítulo

Periódico	Numero de notas
<i>Clarín</i>	6
<i>El Tiempo</i>	6
<i>El País</i>	27
<i>El Universal</i>	7
Total	46

Fuente: elaboración propia.

En relación con el género periodístico, nombre que recibe la nota periodística según el tipo de subjetividad que contenga la información que se brinda en el texto. Los géneros periodísticos más comunes se dividen en:

1. **Informativo:** transmiten los hechos y datos concretos sin ninguna interpretación u opinión. (noticias, reportaje o entrevista objetiva, documentación).
2. **Opinión:** a través de la interpretación de quien escribe, se expresa el punto de vista, opinión, juicio y en ocasiones, propuestas sobre los hechos o temas. (editorial, artículo de opinión, distintas modalidades de comentarios como las columnas, la crítica y las cartas al director).
3. **Interpretativo:** se expresa una opinión, con detalles que relacionan diferentes informaciones, con lo que se puede llegar a realizar una hipótesis (reportaje interpretativo, entrevista, crónica) (Grijelmo, 2001).

La posverdad a través de la prensa iberoamericana...

Con base en esta división, el resultado del análisis de las notas periodísticas se muestra en el *Cuadro 4*.

Cuadro 4.
Resultados por género periodístico

Género	Cómo aparece	<i>El País</i>	<i>El Tiempo</i>	<i>El Universal</i>	<i>Clarín</i>	Totales
Informativo 16	Análisis de documentos	1				1
	Noticia	2	4	6	3	15
Opinión 72	Tribuna	6				6
	Columna	3				3
	Análisis	3				3
	Cartas al lector	1				1
	El acento	1				1
	Porque lo digo yo	1				1
	Opinión	12	9	29	4	54
	Café Steiner	1				1
	Defensa de lector	1				1
	Editorial		1			1
Interpretativo 25	Entrevista	3			1	4
	Reportaje	1	6	4	10	21
	Total	36	20	39	18	113

Fuente: elaboración propia.

En relación con la autoría de las notas periodísticas, los resultados muestran lo siguiente:

En el periódico *El País*, los autores no se repiten; tampoco indican profesión, y en una autoría es el nombre de la columna.

En el periódico *El Tiempo*, un autor se repite dos veces. Cuatro notas son de la Redacción o agencia EFE; dos notas no indicaban autor; seis son profesores de universidades colombianas, un escritor y en siete autorías no se indica el lugar de trabajo o adscripción.

En el periódico *Clarín*, de 18 notas, sólo ocho indican el nombre del autor de la noticia, y en un solo caso se indica la profesión, que es historiador.

En el caso del periódico *El Universal*, encontramos que, en 39 notas, tres autores repiten tres veces: Luis Cárdenas; Agustín Basave; León García Soler y cinco autores se repiten dos veces: José Carreño Carlón; Alberto Aziz Nacif; Alonso Cedeño; José Felipe Corla, y Arnoldo Kraus.

En la mayoría de los casos, no se agrega la profesión de los autores de las noticias, pero en las que se recuperó se observó una gran variedad de especialidades además de la periodística, como especialistas en derecho, escritores, antropólogo, sociólogo e historiador; consultores independientes, analistas en seguridad, economistas, entre otros.

La lista completa de autores se presenta en el Anexo 2. Por otra parte, para responder a la pregunta de “¿qué se dice?”, nos remitimos al siguiente apartado.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En relación con los títulos de las noticias, los mismos refieren a la posverdad con relación a su término antónimo: la mentira. Se trata de títulos como: la “Post-verdad, nueva forma de la mentira”; “La posverdad no es una forma de verdad, es la mentira de toda la vida”; “Un estudio explica por qué mentir ya no le quita votos a los políticos. La investigación fue desarrollada para tratar de explicar el porqué del éxito de Trump.” Este tipo de titulares abona a la idea de los cambios en los valores sociales y de percepción política que actualmente se presentan en los distintos países.

A su vez, los temas que más se abordaron estuvieron relacionados con: Trump (Estados Unidos), Brexit (Reino Uni-

do), el resultado del referéndum de las FARC en Colombia y el comentario de Kelly Conway, consejera del presidente Donald Trump, quien se refirió a los “hechos alternativos” para justificar la afirmación de que la investidura de este último había congregado a más público que la de Obama cuatro años antes.

Por su parte, la elección como palabra del año por parte del *Diccionario Oxford*, que declaró *post-truth* como la palabra de 2016, ante otras como *populismo* o *youtubero*, dio origen a una serie de noticias relacionadas con el origen y las definiciones de la palabra. De esta forma, sabemos que el primero que usó el término “posverdad” fue el periodista y escritor serbio Steve Tesich en 1992, quien, al hablar de la Guerra del Golfo, se lamentaba de que los occidentales hubieran decidido libremente vivir “en una especie de mundo de la posverdad”, es decir, en un mundo en el que lo relevante es que algo parezca verdad, no que lo sea (Llamazares, 2017).

Se analiza ampliamente cómo los hechos objetivos influyen menos a la hora de modelar la opinión pública, y cómo se apela a la emoción y a las creencias personales. En este entorno, no importa la realidad, sino que son más importantes las apariencias y las sensaciones, donde la percepción de los hechos está mediada por las emociones. Entonces, la novedad reside en la digitalización de la conversación pública, o como lo afirma Cass Sunstein: “Las redes sociales pueden operar como máquinas polarizadoras, porque ayudan a confirmar y por tanto amplificar los puntos de vista preexistentes.” (Arias Maldonado, 2017).

A partir de la lectura de las noticias, se hace también referencia a autores, libros o hechos históricos que tienen que ver con el tema. Por ejemplo, se resaltan como obras consideradas premonitorias del tema y que han vuelto a ser

objeto de atención pública, además de aumentar sus ventas, la novela *1984* de George Orwell, que llegó al primer lugar de ventas en Amazon. En esta obra, el autor imaginó una sociedad en la que el gobierno vigila todo y Winston Smith, el protagonista, trabaja en el Ministerio de la Verdad, un organismo que adultera la historia según la conveniencia del partido único (Pasik, 2017).

También repuntó en sus ventas la obra de Sinclair Lewis *Eso no puede pasar aquí* (1935, en época fascista), que describe el surgimiento de un político que fomenta el terror con la ayuda de una fuerza paramilitar, al igual que *Un mundo feliz*, de Aldous Huxley, y *Los orígenes del totalitarismo*, de Hannah Arendt (Clarín, 2017).

Por supuesto, como refiere Manuel Arias, es razonable preguntarse si esto que llamamos posverdad no alude al viejo arte político de la disimulación, vestido ahora con nuevos ropajes. ¿Acaso no dejó escrito Maquiavelo que el príncipe que engaña encontrará siempre a quien se deje engañar? (Arias Maldonado, 2017).

Interesante es observar que el tema se analiza desde diferentes disciplinas y perspectivas, como la economía, las matemáticas, la sociología, la política, la psiquiatría, la historia, la tecnología y, por supuesto, la filosofía, en la cual la pregunta por la verdad es la pregunta central. Incluso la escritora Luisa Valenzuela destaca el lugar de la mujer en la cultura y en el deber de combatir la era donde:

Impera la posverdad, esa “mentira emotiva” nacida para modelar la opinión pública desdeñando los hechos fehacientes y los datos verificables, esa lengua de madera (a decir de los franceses) especial para construir discursos engañosos, que llegan a convencer porque resultan atractivos, tranquilizadores, o quizá ¿convenientemente? La era de la posverdad. Qué tremenda definición para los tiempos actuales. Tiempos de un ubicuo Moloch, ese monstruo bíblico con panza de fuego que traga a los nuevos desamparados

y los multiplica: trabajadores desplazados, estudiantes, docentes, investigadores, inmigrantes, hasta mujeres, porque nos están convirtiendo en una población de riesgo. (Viéitez, 2017).

Bajo este panorama, la parte central de la discusión son las consecuencias que este fenómeno tiene en la pérdida de la credibilidad, la libertad de prensa, el derecho a la información, la desinformación, la política (principalmente en los procesos electorales), la conformación de la economía y el mercado de valores. Anthony Greenwald señala que “[...] el ser humano rechaza la información que desajusta su organización cognitiva: preferimos creer aquello que ya veníamos creyendo” (Arias Maldonado, 2017). Además, ‘Pensar es difícil, es por eso que la mayoría de la gente prefiere juzgar’, enunciaba la sentencia junguiana aún vigente.” (Navío Acosta, 2017).

POSVERDAD Y CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

El tema de la posverdad genera una serie de cuestionamientos sobre las consecuencias de la divulgación, socialización y apropiación de información no verdadera, así como sobre la responsabilidad y postura de diferentes disciplinas ante este fenómeno social. .

En el caso de las Ciencias de la Información, como en otras disciplinas relacionadas a los aspectos de la comunicación, la responsabilidad va desde la formación académica de las personas responsables con el quehacer informativo, en donde los valores en relación con el manejo, selección y difusión de la información deben ser cuidados. Lasswel anota que:

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

El personal destinado a reunir y diseminar la información, carente de una formación apropiada, tergiversa o descuida continuamente ciertos hechos, si definimos los hechos como lo que el observador objetivo y adiestrado podría hallar. La falta de cualificación puede, también, contribuir a la ineficacia de la comunicación. Con excesiva frecuencia el comunicador consigue su prestigio gracias a la utilización de hechos deliberadamente falsos o deformados. En pos de la “primicia”, el reportero da un cariz sensacionalista a una anodina conferencia internacional y contribuye a la imagen popular de la política internacional como conflicto intenso y crónico, o poco menos. (Lasswell, 1985).

El historiador Carlo Ginzburg subraya la importancia de remitirnos a las fuentes primarias en vez de las secundarias, y verificar el origen de la información, así como la importancia de la lectura lenta en el proceso de conformación de opiniones, “[...] es decir, leer una y otra vez buscando el detalle y su relación con el texto como un todo.” (Prieto, 2016).

Como se observa, a partir de lo expresado por distintos profesionales, resalta la oportunidad de inserción social que presenta este fenómeno mundial para que las Ciencias de la información —en particular la Bibliotecología y la Documentación— demuestren su pertinencia en los procesos informativos, principalmente en el desarrollo de competencias que permitan identificar, buscar, seleccionar, verificar y utilizar de forma ética la información que se genera y distribuye por los diferentes medios de comunicación.

CONCLUSIONES

El tema de la posverdad en la prensa iberoamericana durante el periodo que refiere esta investigación estuvo marcado principalmente por la transcripción y reflexiones de los acontecimientos que derivaron de la elección presidencial

de Donald Trump, así como el *Brexit* (Reino Unido). Con menor presencia, se asocia a los resultados a temas locales como el referéndum sobre las FARC en Colombia, los cuestionamientos sobre la presidencia de Cristina Fernández Kirchner en Argentina, o los procesos electorales en México.

Lo que no tiene discusión es que el mundo de la información ha cambiado radicalmente en los últimos veinte años. Los medios de comunicación propician nuevos esquemas de participación entre la población, así como un aumento de la diversidad de públicos, intereses y opiniones. Pero para que estos cambios sean positivos, se tiene que tener cuidado con la calidad, la confiabilidad y la veracidad de la información que se distribuye y consume, objetos de estudio de las Ciencias de la Información.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, R. M. (1995). *Los modelos de comunicación* (2ª ed.). Madrid: Tecnos.
- Arias Maldonado, M (2017). Genealogía de la posverdad. *El País*, 29 de marzo [en línea], https://elpais.com/elpais/2017/03/15/opinion/1489602203_923922.html
- Cebrián, J. L. (2017). Cebrián alerta del impacto de la posverdad y las “fake news” en la democracia. *El País* (Sección Economía), 16 de noviembre [en línea], https://elpais.com/economia/2017/11/16/actualidad/1510828285_443472.html
- Clarín* (2017). La novela *1984* dispara sus ventas en la era de la posverdad. *Clarín* (Cultura), 31 de enero [en línea], https://www.clarin.com/cultura/1984-orwell-exito-ventas-asuncion-trump_0_ry4eYORPI.html
- Grijelmo, A. (2001). *El estilo del periodista* (8ª ed., revisada y ampliada). Madrid: Taurus.

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

- Krippendorff, K. (1997). *Metodología del análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lasswell, H. D. (1985). Estructura y función de la comunicación de masas. En M. de Morgas (Ed.). *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 50-68). Barcelona: Gustavo Gilli [en línea], <http://periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>
- Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. K. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción organizada. En H. Muraro (Comp.). *La comunicación de masas* (pp. 25-47) Buenos Aires: Centro Editor de América Latina [en línea], <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD2-Lazarfeld-Merton-ComunicacionDeMasas.pdf>
- Llamazares, J. (2017). La posmentira. *El País*, 22 de abril [en línea], https://elpais.com/elpais/2017/04/21/opinion/1492794405_409312.html
- McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Navío Acosta, M. (2017). Psiquiatría, política y posverdad. *El País*, 16 de febrero [en línea], https://elpais.com/elpais/2017/02/16/opinion/1487269078_198164.html
- Pasik, D. (2017). El futuro literario que imaginó temores actuales. *Clarín* (Cultura), 5 de marzo [en línea], https://www.clarin.com/cultura/futuro-literario-imagino-temores-actuales_0_HJdpJN99x.html
- Prieto, A. (2016). Carlo Ginzburg y las huellas de la microhistoria [Entrevista]. *Clarín: Revista Ñ*, 29 de noviembre [en línea], https://www.clarin.com/rn/ideas/Carlo-Ginzburg-huellas-microhistoria_0_HyByBUdwXl.html
- Trillo-Domínguez, M. y Alberich-Pascual, J. (2017). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide

invertida al cubo de rubik. *El profesional de la información*, 26(6), nov.-dic., 1091-1099 [en línea], <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>

Viéitez, E. (2017). Cruce de palabras fuertes en la apertura de la Feria. *Clarín* (Cultura), 27 de abril [en línea], https://www.clarin.com/cultura/cruce-palabras-fuertes-apertura-feria_0_rJ7c9WxyW.html

FUENTES

Clarín (Argentina) <https://www.clarin.com/>

El Tiempo (Colombia) <http://www.eltiempo.com/>

El País (España) https://elpais.com/elpais/portada_america.html

ANEXO 1. TÍTULO Y SUBTÍTULOS DE LAS NOTAS
PERIODÍSTICAS

Periódico: <i>Clarín</i> (Argentina)	
1	Inauguración. Cruce de palabras fuertes en la apertura de la Feria. “Conmigo no”, contestó el ministro de Cultura al sector editorial, que dijo que sus problemas se agravaron.
2	Argentina mejora en un ránking sobre libertad de expresión. Se trata del relevamiento mundial que hace la asociación de Reporteros Sin Fronteras, que destaca el fin de “la guerra” entre el Gobierno y la prensa.
3	La tercera ola neocon llegó a la Casa Blanca. La primera ola fue la de Ronald Reagan y Irving Kristol; la segunda, de George W. Bush, D. Rumsfeld y Condoleeza Rice.
4	Libros que se adelantaron a debates de hoy. El futuro literario que imaginó temores actuales. Desde la manipulación del lenguaje para ganar poder hasta la creación de robots humanizados.
5	Política y TV: La guerra por otros medios. La extraña popularidad de algunas series, admiradas por más de un presidente de Estado.
6	La era de la posverdad. Un estudio explica por qué mentir ya no les quita votos a los políticos. La investigación fue desarrollada para tratar de explicar el porqué del éxito de Trump.

7	La novela 1984 dispara sus ventas en la era de la posverdad.
8	Los hechos alternativos, el nuevo relato de Trump para construir la realidad.
9	Cristina Krichner tuiteó contra Arribas: “Recibió dinero de un operador de Odebrecht. Y ahora?” La ex presidenta dijo que además el titular de la AFI vive en un departamento alquilado a Macri”.
10	Análisis. ¿Anhelos del votante por un orgasmo social? Luigi Zoja reflexiona sobre los nihilismos emergentes y discute la dudosa novedad del popular término posverdad.
11	Según la Fundación del Español Urgente. Populismo, la palabra que más discutimos en el año. Fue “el término de 2016”, elegido por la entidad que estudia la lengua. El debate fue ganado por la política.
12	2016, un año “muy, muy malo”. Muchos lo definen como “surrealista”. Y hasta el “peor”. Fue el año de los desastres naturales, de los obituarios y del fracaso colosal de las encuestas.
13	Distintas realidades, la misma fantasía: que papa Noel les cumpla un deseo.
14	La “posverdad” del gordo de la bolsa.
15	Carlo Ginzburg y las huellas de la microhistoria. Entrevista. El gran historiador italiano dio cátedra en Buenos Aires. Es un referente mundial como rescatis-ta de voces subalternas de la Historia, y también analiza el futuro del mundo condicionado por el triunfo de Trump.

16	Ejercicios del poder de la propaganda. Comentario. Se reedita un clásico de la manipulación política y comercial que no ha perdido en absoluto su vigencia.
17	Tribuna: Post-verdad, nueva forma de la mentira.
18	Colombia votó por la “post-verdad”.

Periódico: <i>El Tiempo</i> (Colombia)	
1	El reto de Macron es incentivar la sociedad francesa. El domingo asume el mandatario más joven en ese país. La elección legislativa de junio es clave.
2	De la verdad a la posverdad. ¿Cuánto tiempo más tomará ubicar y destruir las 900 caletas de las FARC?
3	El girasol / En defensa del idioma. Un texto del que García Márquez consideró que tenía las respuestas a casi todo: el diccionario.
4	Posverdad: cuando decir “hola” se vuelve una “charla franca”. De cómo la verdad fue despojada de su carácter y la mentira es la retórica deseable del poder.
5	El periodismo en tiempos de posverdad. En el IX Encuentro Internacional de Periodismo, organizado por la Facultad de Comunicación del Externado de Colombia y la Cámara Colombiana del Libro, en la Feria del Libro de Bogotá, se tratará la cuestión del periodismo en la era de la posverdad.
6	La libertad de prensa en el mundo, más amenazada que nunca. Reporteros Sin Fronteras dice que en Cuba y México hay serios riesgos. Colombia mejora en ranking.
7	Niños colombianos leen 3,2 libros por año. Así lo hizo saber el presidente Juan Manuel Santos, en la inauguración de la Feria del Libro 2017.

8	Clamor mundial en defensa de la ciencia busca desmarcarse de Trump. En más de 600 ciudades del mundo pidieron robustecer la investigación científica.
9	“El desafío de la paz es vencer el miedo al cambio”: Arzobispo de Cali. En el Sermón de las Siete Palabras, dijo que hay que ver el futuro como fruto de la reconciliación.
10	Resiliencia: la esperanza de un país fracturado. La historia de seis valientes que superaron con dignidad el conflicto armado.
11	La cultura de “mirar para otro lado”. La transparencia se teje como un imperativo en la política, explica el sociólogo Fabián Sanabria.
12	“Deberíamos perdonarnos a nosotros mismos”. El autor de <i>Satanás</i> , Mario Mendoza, examina diversos tipos de violencia. Un llamado al respeto.
13	Esperando la resurrección de la verdad. Javier Darío Restrepo habla sobre la mentira en la política y la noción de posverdad. El mundo sería otro si en vez de la posverdad la palabra del año fuera la verdad.
14	Cuestión de opinión. Los espacios de opinión en Colombia refuerzan las voces de los extremos, en detrimento del diálogo.
15	Enrique Santos Castillo, un poderoso que despreciaba el poder. A 100 años del nacimiento de su padre, el Presidente de la República hace una semblanza sobre él.
16	Un mundo posverdadero. Juan Esteban Constaín analiza la palabra del año 2016: posverdad, según el <i>Diccionario Oxford</i> .

17	Crean Azul Bogotá, una fundación que defiende al alcalde Peñalosa. Andrés Villamizar, Andrés Mejía y José Fernando Flórez lideran esta defensa al alcalde de Bogotá.
18	La trampa del fatalismo. Es irresponsable alimentar la desazón en un país que merece y tiene con qué dejarla atrás.
19	Guayabo espiritual. Si no podemos discriminar entre los argumentos y la propaganda, entonces tenemos problemas, dijo Obama.
20	Comunicar en la era de la posverdad. En este momento, los gobiernos necesitan comunicar de manera adecuada para restablecer la confianza.

Periódico: <i>El País</i> (España)	
1	La posmentira. Según el <i>Diccionario de Oxford</i> , el primero que usó “posverdad” fue el periodista y escritor serbio Steve Tesich en 1992.
2	Genealogía de la posverdad. La democracia liberal se asienta en el reconocimiento de que la verdad suele ser elusiva y provisional. En nuestra época, para evitar confusiones, es necesario subrayar el papel central de la verdad factual.
3	Posverdad y lógica de mercado. Lo que provoca el ascenso populista es la pérdida de derechos adquiridos por la competencia.
4	“Decidamos a quién creemos más: ¿a Internet o al médico?” Fernando Vallespín y José Ignacio Torreblanca dialogan sobre posverdad en el Café Steiner.
5	Posverdad que sí. Cabría preguntarse si esa palabra no forma parte de lo que denuncia.

6	“Posverdad”, palabra del año. El <i>Diccionario Oxford</i> entroniza como palabra del año un neologismo que trata de captar la conmoción del “Brexit” o la victoria de Donald Trump.
7	Lamo de Espinosa: “La sociología es más necesaria que nunca en la era de la posverdad y las microideologías”. El Rey entrega al sociólogo el Premio Nacional de Sociología y Ciencia Política.
8	Posverdad o infantilización.
9	Posverdades. El buen bulo político triunfa porque tiene las cualidades necesarias para triunfar, convirtiéndose en lo que Richard Dawkins llamó un “meme”. El “meme” prende en los seres humanos un poco como los parásitos prenden en nuestra piel.
10	Una pelea justa por la Verdad. Aleccionados por decenios de embustes totalitarios y manipulaciones políticas nos enfrentamos ahora al poder de la “posverdad”. Exijamos a las grandes empresas de Internet, no que sean árbitros, pero sí que ayuden en la lucha contra la mentira.
11	Números contra la posverdad. Las matemáticas son el lenguaje de la ciencia y, en teoría, representan un antídoto ante los “hechos alternativos”. Sin embargo, muchas veces las certezas tienen más que ver con la fe que con la realidad.
12	Todo un símbolo. El patinazo de ayer de Warren Beatty se convierte en una especie de símbolo de nuestro tiempo, de este tiempo de posverdad en el cual los errores y las mentiras están dando la mano para tumbar todas las antiguas certezas.

13	Psiquiatría, política y posverdad. Siento decirles que la incertidumbre es consustancial a la vida, que no es lo mismo verdad que opinión.
14	Vuelve Café Steiner, ahora en vídeo. Bienvenido al nuevo espacio de <i>EL PAÍS</i> . Opinión en Facebook. La posverdad será el tema de debate este lunes.
15	Previsiones en tiempos de “posverdad”. El comercio mundial parece estar recuperándose, tras mostrar un tono débil a inicios de año.
16	La “posverdad” amenaza el año electoral europeo. Hay que combatir la banalización de la mentira como técnica política y electoral.
17	Cómo combatir la posverdad. Las mentiras en las redes marcaron de forma decisiva la campaña electoral en EEUU. Existen mecanismos para evitar esta deriva.
18	Horrores sanitarios imaginarios. Estamos en la era de la política “posverdad”: nunca se cede un argumento por equivocado que esté.
19	Equívocos. Debería haber reglas, seamos serios, no se puede presentar cualquier cosa como posverdad.
20	Posverdades epistolares. Seleccionar las Cartas al Director para su publicación es una tarea complicada, y no está exenta de fallos.
21	La posverdad está en tu cerebro. Los sesgos cognitivos nos dejan a merced de las mentiras de los políticos a los que votamos.
22	Un debate en la Universidad advierte de que la libertad de prensa está en peligro. Caño, Gabilondo, Madrigal y Juliana reflexionan sobre las consecuencias de la posverdad.

23	La impostura antisistema. Proliferan los políticos que se declaran en contra de lo que ellos han mismos han contribuido a edificar. Tras desconectar con la sociedad, creen que es lo que la gente quiere oír.
24	Expo 92, 25 años de “posverdades”. Fuimos muy pocos los que, de verdad, creímos en la celebración desde el principio.
25	Cebrián: “El periodismo profesional, el destinado a contar lo que los poderes quieren ocultar, está amenazado”. El académico advierte contra el auge de los populismos y el peligro de la posverdad.
26	Wilders tuitea una foto falsa para vincular a un rival con islamistas. El líder islamófobo holandés mantiene la fotografía pese a que la coalición de Gobierno pide su retirada.
27	El documental que explica el caos político. El veterano Adam Curtis desgrana en “HyperNormalisation” las claves de la era Trump, el “Brexit” y el Frente Nacional de Le Pen.
28	Las palabras del año: de pokeparada a posverdad. En 2016 el “Brexit” se hizo realidad y el “sorpasso” nunca llegó. “Burkini”, “compiyogui” y una cobra de las buenas nos llenaron la boca el año que triunfó el No.
29	Cebrián apela al periodismo profesional y riguroso en la era de la posverdad. La revista <i>Cambio 16</i> premia el trabajo de <i>EL PAÍS</i> en el ámbito de la comunicación.
30	Así influye Facebook en tus opiniones. Las noticias falsas circulan más rápido en cámaras de eco.

31	El Trump que llevo dentro. Hay cierta justicia poética en la rabia que sienten muchos votantes que se han sentido abandonados por quienes no deberían haberlo hecho jamás, los demócratas.
32	Sartori, el otro florentino. Su vida consistió en darnos los instrumentos teóricos para digerir más complejidad.
33	Inda y la verdad de las mentiras. Las insinuaciones del periodista en “la Sexta Noche” tienen de base lo que ahora se llama posverdad.
34	La pasión de votar. La asignación de responsabilidades al ciudadano le hace responsable y cabalmente consciente de lo que nos jugamos cuando votamos sin tutelas y sin trampas.
35	“Mezclar lo verdadero y lo falso es propio de las dictaduras”. Periodista. Uno de los más finos analistas de la política internacional se ha convertido en un corresponsal extranjero en su propio país, en observador atónito de la ‘era Trump’.
36	Richard Blair: “El mundo ha ido hacia Orwell”. El hijo del escritor y patrón de la Orwell Society reflexiona sobre el legado de su padre.

Periódico: <i>El Universal</i> (México)	
1	Fake news. Nueva epidemia en E.U.
2	¿Morena puede ganar en el Estado se México?
3	Diez días que turbaron al mundo y unieron a México
4	Cien días, grandes fracasos
5	El Capo, el muro y un gringo idiota
6	Exige la UNAM frenar los crímenes contra periodistas
7	Notas falsas para generar psicosis

8	Un presidente posfático
9	La era de la posverdad
10	Del acoso sexual al acoso textual
11	Los antídotos a la posverdad
12	Neruda, entre real y ficticia
13	Dossier internacional. La guerra fría de Tump contra los medios
14	La doctrina Trump
15	Tercera llamada
16	Tocata y Fuga
17	La marcha de los cangrejos
18	Decir toda la verdad en un entorno de posverdad
19	Olga Lucas: Reveindicar a Sampedro en tiempos de mentiras
20	Rendirán homenaje a José Luis Sampedro en su centenario
21	El amigo de mi enemigo
22	Acerca del interés internacional
23	Las mujeres Kellyane Conway, al PRI
24	Gringaredas y gringonerías
25	La construcción de la posverdad
26	Colson Whithead es finalista a premios PEN América
27	Posverdad. La patología del mundo contemporáneo es grave: Trump, Putin, Netanyahu y Erdogan necesitan de la posverdad.
28	Cuando las noticias falsas, la ciberpsicosis y la posverdad decidieron acatar a los reyes magos en Querétaro
29	Días de ira

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

30	Videgaray, la tarea de negociar con el diablo
31	Populismo, palabra del año para la Fundeú BBVA
32	El año que vivimos peligrosamente
33	“yutubismo” y “populismo” optan a palabra del año
34	“Brexit” y Donal Trump impulsan a “Post-verdad” como palabra del año
35	Trump y las noticias falsas en Facebook
36	La palabra del año para Merriam – Webster: surrealista
37	Star Wars reciclado y menos vital
38	El caso de Nadia y cómo es fácil engañar a la gente.
39	El retroceso que viene

ANEXO 2. AUTORES DE LAS NOTAS PERIODÍSTICAS

Autores: *El Tiempo* (Colombia)

Francisco Barbosa. Ph. D. en Derecho Público, Universidad de Nantes (Francia); investigador y docente de la Universidad Externado de Colombia; María Isabel Rueda. Universidad de la Sabana (dos veces); Jairo Valderrama. Profesor Facultad de Comunicación. Universidad de la Sabana; Sergio Ocampo Madrid.

EFE (dos veces) y AFP; Redacción Bogotá; María Emma Wills; Fabián Sanabria. Antropólogo y sociólogo. Comisario General del Año Colombia-Francia 2017; Mario Mendoza. Autor de *Satanás* y *La melancolía de los feos*, entre muchas otras obras. Acaba de publicar *El libro de las revelaciones* (Intermedio Editores); Javier Darío Restrepo. Reportero de televisión. Decano del periodismo nacional y referente obligado sobre la ética en la comunicación social; Laura Gil.

Juan Manuel Santos; Juan Esteban Constaín; Redacción de *El tiempo*; Mauricio Pombo. Universidad el Externado de Colombia; Eugénie Richard – Angie K. González. Docentes investigadoras Universidad Externado de Colombia. Autoras del Manual de Comunicación de Gobierno: Estrategias para proyectar las políticas públicas.

Autores: *Clarín* (Argentina)

Fabian Bosoer; Alfredo Grieco y Bavio; Daniela Pasik; Luigi Zoja; Diana Baccaro; Ana Prieto; Patricia Suarez; Gregorio Caro Figueroa (Historiador); Carlos Pérez Llana; Mario Quinteros.

Autores: *El Universal* (México)

Victor Sancho; Luis Cárdenas (tres veces); José Carreño Carlón (dos veces), Alberto Aziz Nacif (dos veces); Alejandro Hope ; Alonso Cedeño (dos veces); Gabriel Guerra; Antulio Sánchez ; Edna Jaime; José Felipe Corla (dos veces); Agustín Basave (tres veces); León García Soler (tres veces); Gabriela Ramos ; Arnoldo Kraus (dos veces); Katia D´Artigues; Emilio Lezama; María Villalobos; Luis Felipe Bravo Mena; Arturo Sarukan; Javier Tejado Dónde.

Autores: *El País* (España)

Julio Llamazares; Nicolás Aznárez; Enrique Gil Calvo; Café Steiner; Alex Grijelmo; Rubén Amón; Miquel Alberola; Javier Jiménez Montes; Adolfo Muñoz García; Timothy Garton Ash; traducción de María Luisa Rodríguez Tapia; Big data; Iñaki Gabilondo; Mercedes Navío Acosta; *El País*; Miguel Jiménez González-Anleo; Joaquín Prieto; David Alandete; Paul Krugman; Iñigo Domínguez; Lola Galán; Javier Salas; Juan José Mateo; Josep Ramoneda; Antonio Rodríguez Almodóvar; Juan José Mateo; Isabel Ferrer; Ana Llurba; Iñigo Domínguez; Francesco Manetto; Jordi Pérez Colomé; Kiko Llaneras; Francesc Serés; Fernando Vallespín; Juan Cruz; Jordi Gracia; Guillermo Altares; Bernardo Marín.