

Entre la veracidad y la falsedad de la información para la toma de decisiones ciudadanas

ALEJANDRO RAMOS CHÁVEZ

*Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información
Universidad Nacional Autónoma de México*

INTRODUCCIÓN

La noción de ciudadanía se relaciona con un amplio abanico de obligaciones y derechos, pero también con niveles participativos y de injerencia de los individuos en los temas de interés social. La ciudadanía puede ser entendida como una protagonista delegativa o de baja intensidad que participa en los procesos de designación de funcionarios públicos mediante la emisión responsable (informada) del voto. Prácticamente, su involucramiento con los temas de interés colectivo se circunscribe en estos procesos coyunturales (O'Donnell 1993; Vieira 1998). Por otro lado, la ciudadanía deliberativa, o de alta intensidad, conlleva una participación e involucramiento ciudadano mucho más frecuente e intenso con la forma en la que están siendo tratados los asuntos públicos (Fleury 2005; Lechner 2000). En estos dos planos generales del entendimiento de la ciudadanía, resulta de suma importancia la calidad de la información con la cual ésta se forma una noción de las temáticas sociales y genera una opinión

pública, pues de ello depende en gran medida la calidad participativa y su conocimiento de los asuntos públicos.

Por otro lado, si bien es acertada la acepción de que la manipulación de la información y la propaganda política ha sido utilizada históricamente, el fenómeno de la calidad de la información toma aún mayor interés si se considera la tendencia de que los individuos están cada vez más ligados a las herramientas digitales, sobre todo Internet, para obtener información y generar su opinión pública, lo que genera problemáticas específicas en cuanto a la calidad y veracidad de esa información. Se deben tener en consideración fenómenos actuales como las *fake news* y la veracidad y el engaño en los que la ciudadanía se forma una opinión pública y lleva a cabo procesos de acción colectiva (Olson 1992; Ostrom 2014b, 2014a), así como el capital social (La Due Lake y Huckfeldt 1998; Ostrom y Ahn 2003; Pruijt 1997; Putnam 1994).

Tomando en consideración estos elementos, se considera pertinente dividir este trabajo en tres apartados generales. En el primero se ofrece un marco contextual en el cual se vinculan las temáticas de la información y la participación ciudadana, lo que da pie al análisis de la información publicada en diversos medios de comunicación electrónicos y cómo éstos impactan la calidad de la intervención ciudadana en los asuntos públicos. En el segundo apartado, se enfocará el interés en comprender la calidad de la información; es decir de su veracidad o falsedad, en los nuevos canales en los que la ciudadanía se informa y participa; es decir, en los medios digitales y sobre todo internet, y por otra parte, se analizarán las problemáticas que se generan con la utilización de estas tecnologías. Por último, se analizan algunas de las estrategias que han surgido tanto de la iniciativa privada como de las universidades en México frente a las elecciones presidenciales

del año 2018, con objeto de generar una cultura de la verificación de la información que se consulta.

SOBRE EL CONCEPTO DE CIUDADANÍA Y SU VINCULACIÓN CON LA INFORMACIÓN

Para entrar al primer tema, es oportuno rescatar las nociones generales en las cuales se ha ubicado la idea general de ciudadanía. En este sentido, en las teorías de Marshall (1997) y las pioneras en el tratamiento de este concepto se vincula a la ciudadanía con la idea de los derechos y las obligaciones que adquieren los individuos por habitar un Estado-nación. Se aprecia en estas primeras visiones un factor atributivo a los individuos que resulta de la voluntad de los gobiernos, lo que abre la posibilidad de involucramiento del ciudadano con las decisiones generales y políticas en un plano secundario o marginal.

Esto cambia de forma radical en los entendimientos de las “nuevas ciudadanías” (Fleury 2003; Lechner 2000), en donde se menciona el fin de la visión del ciudadano al supeditarla a las decisiones y voluntades gubernamentales, y se propone en su lugar una visión mucho más participativa y vinculante del ciudadano con el desarrollo de los asuntos políticos y sociales.

En este punto, podemos ver dos planos en los que se sigue analizando la ciudadanía hasta nuestros días. En primer lugar, en un plano de ciudadanía de baja intensidad, también conocida como delegativa o pasiva, se vincula al ciudadano principalmente en su intervención en los procesos coyunturales de elección de representantes públicos. Por otro lado, a la ciudadanía de alta intensidad, también conocida como activa o deliberativa, se identifica un ciudadano que se involucra constantemente con el desarrollo de los asuntos públicos.

En cualquiera de estos dos planos de la ciudadanía, podemos ubicar a la información como un elemento esencial para el correcto funcionamiento ciudadano. En el primer plano; es decir, en el del ciudadano pasivo, es necesaria la información sobre los candidatos y sus propuestas para emitir de forma libre y responsable el voto y con ello dar congruencia al ejercicio democrático de elección de representantes públicos. Para una ciudadanía activa o deliberativa, la información es aún más importante, pues la necesita constantemente para conocer la forma y las posibilidades en las que están siendo o pueden ser tratados los asuntos y problemas públicos y con ello poder participar en el cauce de estos.

Por otro lado, a partir de la última década del siglo pasado (García Canclini 1995, Young 1996, Lechner 2000, Winocur 2003) se empezó a abordar el tema de la ciudadanía desde el enfoque de las ciudadanía diferenciadas, referentes a la búsqueda del reconocimiento de los ciudadanos a partir de las diferencias y el reconocimiento a esas diferentes identidades y problemáticas para acceder a los principios incluidos en el concepto de ciudadano.

Dentro de la variedad tan amplia en la que en la actualidad se abordan los significados de la ciudadanía, se puede incluir a la ciudadanía digital, entendida desde una perspectiva pasiva como la definida por Robles como “aquellos ciudadanos que ejercitan todos o algunos de sus deberes y derechos a través de comunidades virtuales”, o una activa, como la definida por Natal como el “conjunto de prácticas políticas y ciudadanas que de una forma u otra tratan de modificar y/o incidir en las instituciones, a través del uso de medios y tecnologías que tienen como característica la digitalización de sus mensajes y contenidos, como por ejemplo internet” (Natal 2014, 9).

Este tipo de ciudadanía tiene sus propias ventajas y virtudes, así como su propias desventajas y problemáticas, entre las

que puede destacar el tema de la veracidad o falsedad de la información para la toma de decisiones de carácter público por parte de este tipo de ciudadanía y tomar como contexto el escenario electoral que se vivió en México en el año 2018.

VERACIDAD O FALSEDAD DE LA INFORMACIÓN
PARA LA TOMA DE DECISIONES CIUDADANAS

La manipulación de la información en los medios por parte de los gobiernos para intentar influir en la opinión pública no es algo nuevo ni que surgiera con el uso de las tecnologías digitales. Un ejemplo de ello lo tenemos en el famoso comentario de Napoleón Bonaparte a partir de su lectura de *El Príncipe* de Maquiavelo en el capítulo referente a “Los que llegaron al principado por medio de maldades”, donde textualmente se pregunta “¿qué importa el camino, con tal que se llegue?” (Maquiavelo 1902, 185), que evolucionó al dicho conocido en la actualidad: “el fin justifica los medios”. Sin embargo, lo que parece existir con el uso de estos canales digitales es un aumento exponencial de oferta de información no suficientemente verificada, así como un impacto de ésta en las formas en las que se está generando opinión pública y acción colectiva.

Por tanto, el uso de información que intenta motivar y despertar emociones más que informar verídicamente de los asuntos ha acompañado a la política en diferentes momentos de la historia. Veamos un ejemplo que ha sido constantemente citado en el análisis de la propaganda. Nos referimos a la propaganda bélica utilizada tanto por los países o potencias del eje, como por los aliados en el desarrollo de la Segunda guerra mundial.

En primer lugar, al ubicarnos desde la perspectiva de los países del eje, podemos observar cómo la propaganda se llevó a cabo intentando despertar emociones en el público e influir en la justificación de la guerra al satanizar la figura de los judíos. Es interesante cómo se hacía la caracterización del soldado alemán, a quien constantemente se podía apreciar con un gesto amigable; por ejemplo, el que se utilizó en Italia para generar la tranquilidad de la población acerca de la importancia de hacer pactos con la Alemania nazi.

Por otro lado, en la propaganda que intentaba justificar la entrada de los Estados Unidos de América en la guerra, se caracterizaba a los enemigos, y en específico a los soldados japoneses y alemanes, de una forma totalmente diferente a como lo hacía la propaganda italiana, pues en el caso de la propaganda americana se caracterizaba a esos soldados como un monstruo de dos cabezas que destruía los símbolos de aquel país.

Lo que estos ejemplos intentan demostrar es que la inclusión de la emotividad en la propaganda política ha estado presente desde hace muchos años con el objeto de justificar el actuar gubernamental de las naciones. Lo que parece ser un hecho es que con el uso de las tecnologías este fenómeno ha tenido una mayor resonancia, pues resulta cada vez más constante el surgimiento de información no fundamentada que impacta en la formación de opinión pública de la ciudadanía, a tal grado que ha dado pie al surgimiento de algunos conceptos como el de noticias falsas.

Con respecto a otro concepto que ha adquirido notoriedad, el de posverdad, el Diccionario Oxford, que lo seleccionó como palabra del año 2016, indica que la posverdad “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”.

Por su parte, *The Economist* argumenta que la posverdad implica “una confianza en afirmaciones que se ‘sienten verdad’ pero no se apoyan en la realidad” (The Economist 2016). Y como indica la BBC, “esta palabra viene a definir una era en la que el que algo aparente ser verdad es más importante que la propia verdad” (BBC News Mundo 2016).

El primer antecedente de este concepto lo podríamos ubicar en los aportes del analista serbio-americano Steve Tesich (1992), que partiendo de un análisis meramente político de la situación por la que atravesaba Estados Unidos de América durante las administraciones de Nixon, Ronald Reagan y George Bush (padre), se dio cuenta del alto grado en el que dichas administraciones manipularon la información y prefirieron, en todo caso, llevar a cabo discursos que aunque estaban alejados de la verdad, provocaban tranquilidad entre sus audiencias y ciudadanos.

Desde esta perspectiva, Tesich argumenta que la posverdad es originada principalmente por dos fenómenos que marcaron tanto el comportamiento político, como la opinión pública durante esas administraciones gubernamentales:

- 1) las autoridades políticas no se apegan en todos sus discursos a la verdad con objeto de ocultar información o sostener y justificar sus acciones y gestiones públicas;
- 2) en este escenario la ciudadanía es el principal cómplice de las autoridades públicas, pues no quiere escuchar malas noticias aunque estén apegadas a la verdad y prefieren un discurso político que les brinde tranquilidad y estabilidad emocional, aunque no sea del todo verdadero, antes que la crudeza de la verdad.

Esto último puede dar pie a fenómenos psicológicos conocidos, como aquellos analizados por Leon Festinger (1975), como el de disonancia cognoscitiva, que ocurre cuando lo que

se cree (y por lo tanto genera emociones o cogniciones) no coincide con la realidad, por lo cual se van moldeando y generando cambios de actitud o de ideas frente a la realidad o, en otras palabras, se va generando una suerte de autoengaño.

De igual forma es cada vez más común que con el uso de las tecnologías y las redes sociales digitales para formarnos opinión nos encontremos con noticias falsas, pero el verdadero peligro de éstas es la posibilidad de que se genere lo denominado por Flichtentrei (2017) como “silos de información”; es decir,

[...] compartimientos aislados, burbujas epistémicas donde siempre se conversa entre pares que comparten idénticos marcos conceptuales. Los intercambios son verticales, confinados al encierro de ideas, ciegos a otras fuentes de información. Esos “silos” son cada vez más pequeños, más encerrados sobre sí mismos. En su interior, encerrados fronteras adentro, solo se recolectan información que apoyen sus principios o su verdad (Flichtentrei 2017, s.p.).

ALTERNATIVAS PARA VERIFICAR LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN EN INTERNET

Ante estos fenómenos, también ha surgido una serie de alternativas que intentan verificar la veracidad de la información, que consultada a través de internet y de forma específica de las redes sociales digitales, está generando opinión pública, como la información alrededor del proceso electoral de México del 2018.

Han surgido iniciativas que tienen como base el movimiento ciudadano denominado “Verificado 19S”, que en su momento intentó combatir la desinformación generada posterior al sismo del 19 de septiembre del 2017 y que impactó

fuertemente a la Ciudad de México, así como la zona centro del país. Esta plataforma digital intentaba generar información en principalmente tres aspectos: 1) consulta de los edificios verdaderamente colapsados; 2) reportar riesgos reales sobre construcciones que quedaron dañadas, y 3) informar las necesidades específicas de cada uno de los centros de acopio situados en las zonas de desastre.

Dentro de las iniciativas que tuvieron como referente este movimiento, podemos ubicar la firma del acuerdo entre el Instituto Nacional Electoral (INE) y Facebook en febrero de 2018 con el fin de detectar el surgimiento de información falsa y contrarrestarla en esa red social.

Por otro lado, está el surgimiento de páginas web como Verificado 2018, que intenta llevar a cabo una comprobación tanto de noticias (*fake news*) como del discurso político (*fact checking*) de los contendientes a la presidencia de la república.

Finalmente, al interior de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) también se han llevado a cabo estrategias para influir en una ciudadanía más y mejor informada en cuestiones electorales. Los acuerdos firmados entre el INE y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales hace algunos años han tenido como resultado, por ejemplo, el surgimiento de la página Voto Informado 2018, que además de verificar información, pone a disposición de la ciudadanía un canal de comunicación entre ellos y los candidatos no sólo para la consulta, sino también para debatir propuestas ciudadanas y su incidencia en los planteamientos de gobierno.

REFLEXIONES FINALES

Como primer elemento, se podría destacar la diversidad de matices que puede llegar a adquirir la comprensión del

concepto de ciudadanía, que van desde unos meramente atributivos, como el de la participación en procesos electorales, hasta otros mucho más participativos en donde la ciudadanía se aprecia como un actor más que interviene en la decisión sobre el rumbo de los asuntos públicos.

Por otro lado, con la consolidación de una ciudadanía digital, y ante fenómenos cada vez más crecientes como el impacto actual de aspectos como la posverdad y las noticias falsas, así como su importancia en la formación de opinión pública, han surgido esfuerzos interesantes que tienen por objetivo verificar la información para que la ciudadanía se informe con noticias comprobadas y no en noticias falsas.

Finalmente, existen potencias muy interesantes para ubicar a la Biblioteca Pública (digital) como una institución verificadora de información de consulta ciudadana, y con ello coadyuvar a los esfuerzos que tienen por objetivo la generación de una ciudadanía más informada y más participativa. Hace falta un esfuerzo tanto de los prestadores de servicios bibliotecarios, como de los especialistas en el análisis en esta área; es decir, tanto de investigadores como de profesionales de la Bibliotecología y los Estudios de la Información, para llevar a cabo propuestas que puedan ser implementadas a través de las plataformas digitales de las propias bibliotecas, con el objeto de que a la par de generar mayores niveles de verificación de informaciones específicas, contribuyan como un espacio de consulta ciudadana y formación de opinión pública ante los desafíos y problemáticas de las naciones. Estos elementos sirven como derroteros de futuras investigaciones que seguirán surgiendo desde el círculo de especialistas en el área de la Bibliotecología.

BIBLIOGRAFÍA

- BBC News Mundo. “Ésta es la palabra del año elegida por el Diccionario Oxford, ¿la conocías?” Disponible el 16 de noviembre de 2016 en <https://www.bbc.co.uk/mundo/noticias-37996070>.
- Festinger, L. *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1975.
- Fleury, S. *La expansión de la ciudadanía. VVAA: Inclusión social y nuevas ciudadanías*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2003.
- _____. “Construcción de ciudadanía en entornos de desigualdad”, *Instituciones y Desarrollo*, vol. 16, núm.1 (2005): 133-170.
- Flichtentrei, D. “Posverdad: la ciencia y sus demonios”, *Intramed*. Disponible el 2 de mayo de 2017 en <http://www.intramed.net/contenidover.asp?contenidoID=90809>.
- García Canclini, N. *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo, 1995.
- La Due Lake, R. y R. Huckfeldt. “Social Capital, Social Networks, and Political Participation”, *Political Psychology*, vol. 19, núm. 3 (1998): 567-584. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00118>.
- Lechner, N. “Nuevas Ciudadanías”, *Revista de estudios sociales*, núm. 5 (2000): 25-31.
- Maquiavelo, N. *El Príncipe. Cometado por Napoleón Bonaparte*. Ciudad de México: Fernández y Castrejón, 1902. Disponible en http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080007122/1080007122_MA.PDF.
- Marshall Thomas H. “Ciudadanía y clase social”, *Reis*, núm. 79 (1997): 297, 344.
- Natal, A.; M. Benítez y G. Ortiz. *Ciudadanía digital*. México: Juan Pablos, 2014.

- O'Donnell, G. "Estado, Democratización y ciudadanía", *Nueva Sociedad*, vol. 128 (1993): 62-87.
- Olson, M. *La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de grupos*. México: Limusa, 1992.
- Ostrom, E. "A polycentric approach for coping with climate change", *Ann. Econ. Finance*, vol. 15 (2014a): 71-108.
- _____. "Collective action and the evolution of social norms", *Journal of Natural Resources Policy Research*, vol. 6, núm. (2014b): 235-252. <https://doi.org/10.1080/19390459.2014.935173>.
- Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista mexicana de sociología*, 65(1), 155-233.
- Oxford Dictionaries. Post-truth | Definition of post-truth in English by Oxford Dictionaries, 2016. Disponible el 20 de agosto de 2018 en <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>.
- Pruijt, H. "Social Capital, Computerization and the Internet: Implications for Work and Education". En M. J. Jong y A. C. Zijdeveld (eds.). *The Gift of Society. Social Capital and Institutions in a (Post) Modern World*. Nijkerk: Enzo Press, 1997.
- Putnam, R. D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Nueva Jersey: Princeton University Press, 1994.
- Robles, José Manuel. Ciudadanía digital: *Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*. Barcelona: uoc, 2009.
- Tesich, S. "A Government of Lies", *The Nation*, 1992.
- The Economist*. "Art of the Lie-Post-truth Politics", 2016. Disponible el 20 de agosto de 2018 en <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>.

Vieira, L. "Ciudadanía y control social". En N. Cunill y L. C. Bresser (eds.). *Lo público no estatal en la reforma del Estado*, pp. 215-256. Argentina: Paidós Ibérica, 1998.

Wincour, R. Ciudadanos en los medios. La construcción de lo público en la radio. Buenos Aires; Gedisa, 2003.