



Verdad, democracia y comunicación en la era digital

DUNE VALLE JIMÉNEZ

Profesora de la Universidad Sergio Arboleda.

dunevalle@hotmail.com

ALAIN SAMPER ORTEGÓN

Profesor de la Universidad Sergio Arboleda.

alain.samper@gmail.com

Resumen

En esta ponencia nos proponemos analizar la relación existente entre los paradigmas de la globalización y la actual crisis política, que se evidencia principalmente en el rumbo que ha tomado la política internacional; a nuestro entender, en el triunfo de Donald Trump, el Brexit, el avance de la ultraderecha en Europa, el triunfo del neofascismo en Brasil y la más grave crisis humanitaria después de la Segunda Guerra Mundial. En este contexto, podemos reconocer el surgimiento de conceptos como el de la posverdad que transita entre los medios, los políticos y los ciudadanos como espacio en el que se desarrolla la comunicación política. Al mismo tiempo, queremos destacar el componente ideológico y económico que



guía los discursos de la ideología técnica y del solucionismo tecnológico, donde se consolida una nueva subjetividad en la que el hombre y la comunicación se definen como dato o megadato, cuantificable y calculable, cuestión que afectaría los cimientos de la democracia. Así, el control de la información sigue estando en manos de las grandes organizaciones y no se ha transferido al ciudadano, como fue la promesa de la política mediada por las redes sociales.

Palabras clave: verdad, democracia, comunicación, era digital.

Globalización, Tecnología y promesas

Sin lugar a dudas hablar de globalización es nombrar uno de los conceptos más utilizados y repetidos en todo tipo de discursos, con distintos sentidos. No obstante, si hay algo claro, a pesar de esta diversidad, es que su significado, definición y valoración varía radicalmente, dependiendo del horizonte desde el cual es pensado. Como señala Bauman:

“la globalización... palabra de moda se transforma rápidamente en un fetiche, en un conjuro mágico, una llave destinada a abrir las puertas a todos los misterios presentes y futuros. Algunos consideran que la *globalización* es indispensable para la felicidad; otros, que es la causa de la infelicidad...Las palabras de moda...a medida que pretenden dar transparencia a más y más procesos, ellas mismas se vuelven opacas; a medida que excluyen y reemplazan verdades or-



todo se transforman en cánones que no admiten disputas” (Bauman, 2013, p.7).

Siguiendo al pensador polaco se podría afirmar que esto es justamente lo que pasa con la palabra globalización, que para una parte del planeta significa progreso, bienestar y democracia, es decir, este proceso vendría a ser una especie de solución a un número importante de problemas de la humanidad. Sin embargo, para otros reflejaría y profundizaría las brechas sociales, económicas y tecnológicas entre unos privilegiados que gozan de sus beneficios, y aquellos otros que sufren sus desigualdades. Y fomentaría, entre otras cosas, la explotación, el derroche de recursos, el daño medioambiental y cierto colonialismo.

Estamos en un momento de grandes riesgos humanitarios como hambrunas a gran escala que afectarían a más de 20 millones de personas (BBC, 2017), los grandes éxodos de población africana hacia Europa o de venezolanos a otros países de la región que se contradice con los avances en la ciencia y la tecnología. Esto reflejaría las contradicciones y desigualdades que están presentes en las distintas vivencias de la globalización.

En este escenario, donde las tecnologías de las comunicaciones se han transformado en la clave que posibilitaría esa tan anhelada interconexión a nivel planetario y nos permitiría hablar de una aldea global, se genera al mismo tiempo una fuerte ola de cuestionamientos con relación a las brechas digitales y a la desigualdad presente y rampante en este planeta interconectado digital y económicamente.



Cuando hablamos de las tecnologías de las comunicaciones podemos notar esa diferencia abismal entre los países del primer mundo y los países más desfavorecidos, donde en pleno auge y desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, pareciera ser que todo se debe construir y hacer teniendo como centro, origen y fundamento internet, existe un 57% de la población mundial que no tiene acceso a esta herramienta fundamental en la nominada era digital, según datos de UIT de 2016.

Pues bien, dentro de este escenario de un planeta casi completamente globalizado y democrático, donde las nuevas tecnologías prometen una comunicación instantánea y un acceso inmediato a la información, surge un concepto, por decirlo menos, problemático: nos referimos a la posverdad, que tiene una fuerte carga emocional que llega, incluso, a poner en segundo plano de importancia los hechos o acontecimientos interpretados. En otras palabras, más importante que la veracidad de un hecho es la emoción o sentimiento que despierta. Como bien dice Fernando Buen Abad respecto a la posverdad:

“sus definiciones la pintan como una forma *emotiva* de la mentira para manipular la *opinión pública*...para subordinar los hechos a las habilidades emocionales del manipulador. Es la mentira que prescinde de los hechos” (Abad, 2017, p.2).

En este sentido, es importante señalar que esta situación se vuelve más peligrosa o perjudicial para la sociedad contemporánea, y redundaría en una crisis política, porque dicho fenómeno adquiere un rango de



influencia a nivel planetario y se agudiza a merced de las nuevas tecnologías, redes sociales e Internet, que son los lugares favoritos para la proliferación, expansión y distribución de la posverdad, es decir, del engaño, la mentira y la información falsa.

Tomando en cuenta lo anterior nos enfrentamos a una situación. Si edificio de la democracia tiene como cimientos la elección libre de los ciudadanos como manifestación de su opinión sobre los asuntos de su sociedad, también debe ser libre la formación de esa opinión (Sartori, 1993). Los mensajes de la posverdad y su legitimación por algunos actores políticos, el Gobierno de los Estados Unidos al llamarlos “hechos alternativos”, ponen en riesgo toda la estructura de la democracia.

El triunfo de la información y la técnica

Sin lugar a duda las tecnologías de la información y las comunicaciones se han transformado en herramientas imprescindibles para la vida del ser humano contemporáneo. Pues bien, dentro de este contexto es que un fenómeno como la posverdad puede campar a sus anchas, éste es justamente el terreno que permite que este tipo de mentiras, manipulación y engaño pueda prosperar y desarrollarse con total libertad y con cierta condescendencia, y por qué no decirlo, fomentada por los dueños de los gigantes tecnológicos que instrumentalizan valores universales y debilidades psicológicas de los usuarios, para hacerse más poderosos y aumentar sus beneficios económicos.

Ciertos autores concluyen que para que esto ocurra debe imperar cierta concepción del mundo, de la vida humana que entrega una con-



fianza ciega a las tecnologías para resolver los problemas de la sociedad contemporánea, especialmente en lo que tiene que ver con la comunicación; la sociedad en su conjunto les entrega a las técnicas de comunicación un poder absoluto, sin siquiera establecer una distancia crítica en relación a los beneficios y principalmente en lo relacionado con los efectos negativos de estas tecnologías.

Cuestión que en el último tiempo se ha hecho cada vez más perentoria por la repercusión mundial que generó la filtración masiva de datos de los usuarios de Facebook que salió a la luz el año pasado, gracias a lo cual ha quedado demostrado que algunos gobiernos y usuarios mal intencionados se han servido de dichos datos, entregados libremente, para manipular a la opinión pública o simplemente para ganar algún dinero. Y sumado a esto cada vez son más las voces disonantes que alertan sobre el peligro que conllevan esta clase de interpretaciones.

A simple vista podemos constatar que muchas de las promesas o las utopías de la era digital se han desvanecido y se han transformado justamente en lo opuesto a aquello que prometían y pontificaban. Manipulación, noticias falsas, cyber bullying, posverdad, filtración de datos, vigilancia y control se han transformado en moneda corriente en la era digital. En tal sentido, el dominio de la información que había migrado de los líderes políticos a los medios de comunicación no ha migrado a los ciudadanos como se supondría gracias a las nuevas tecnologías (Sánchez, 2016). Por el contrario, casos como el de Cambridge Analytica ha permitido constatar que el dominio de la información la tienen las grandes corporaciones de manejo de datos.



Esto tendría como fundamento cierta interpretación, que Wolton ha denunciado y descrito en su teoría de la comunicación, donde sostiene que existe un tipo de ideología que se apropia del concepto de comunicación y acaba por determinarlo completamente. La ideología técnica se sustenta “en confiar a los instrumentos el cuidado de resolver problema de sociedades que son ajenos a su campo de competencia. En este caso es creer que cuantas más técnicas haya...más se comprenderán los individuos. Es subordinar los progresos de la comunicación humana y social al progreso de la técnica” (Wolton, 2011, p. 38). Es decir, se da por sentado que el progreso de la tecnología define los progresos de la comunicación humana.

Se entra aquí, al mismo tiempo, en uno de los problemas centrales en la era digital, pues la sobre valorada libertad que ofrecen las redes sociales y los monopolios de internet está íntimamente ligada a la pérdida de privacidad y a la trazabilidad a la son sometidos los usuarios.

La vida privada queda constantemente expuesta en internet sin mayores filtros, todo se tiene mostrar y publicar en Internet, pero exponer constantemente todo acerca de nuestra intimidad, de nuestra vida privada y la de los demás no es sinónimo de libertad, ni de progreso de la comunicación ni de una sociedad desarrollada. El respeto, la sana convivencia, la tolerancia, la democracia y el pluralismo no son directamente proporcionales con la velocidad, con la instantaneidad, ni con la interactividad que nos brinda internet, dado que las relaciones humanas, la relación con el otro, como fundamento de la comunicación, son más difíciles y complejas que los intercambios en línea que se dan en las



redes sociales donde quien define las relaciones y lo que vemos son las mediaciones algorítmicas y no seres humanos.

Dentro del contexto de crítica a esta ideología, que permanece de cierto modo oculta y que conduciría los destinos del mundo contemporáneo, surge la palabra de Evgeny Morozov, quien acuña los conceptos de internetcentrismo o solucionismo tecnológico para describir esta escenario donde los profetas de la tecnología prometen que cualquier problemática humana, de las más diversas índoles, se podrá solucionar gracias al desarrollo y progreso de las tecnologías. Muchos de estos techno-optimistas sostienen que:

“la tecnología puede hacer que seamos mejores personas, y lo hará. O, al decir de esos fanáticos de la tecnología llamados *geeks*, si disponemos de suficientes aplicaciones todas las fallas del sistema humano se vuelven superficiales...Si Silicon Valley nombrará a una pronosticadora, su visión de futuro –cerca del año 2020, digamos– sería, a su vez, fácil de predecir. Diría algo así: la humanidad equipada con poderosos dispositivos de autovigilancia, por fin vence la obesidad, el insomnio y el calentamiento global debido a que todos comen menos, duermen menos y sus emisiones son más controladas” (Morozov, 2015, p. 12).

Como podemos ver, Morozov va más allá en su crítica que Wolton, pues este parecía circunscribir su crítica más que nada a las técnicas de comunicación y de información. Decimos más allá pues el escritor bielorruso muestra dicha interpretación tecnocentrista desde una dimensión



aún más peligrosa, pues se nos hace creer que las nuevas tecnologías, en constante progreso y mejora, serían capaces por si solas de acabar con gran parte de los problemas que afectan actualmente a la humanidad, desde el calentamiento global, pasando por arreglar las dificultades inherente a la comunicación humana y social, hasta solucionar todos los problemas relacionados con la salud del ser humano. No es difícil reconocer aquí una especie de utopía tecnológica donde este desarrollo de instrumentos tecnológico de última generación sería directamente proporcional al progreso de la humanidad en su conjunto y en todas las esferas. Sería el desarrollo consecuente de aquello que prometía la ilustración, donde un tipo de razón y conocimiento, el técnico científico mejoraría las condiciones de vida del mundo entero.

Las derivas del hombre contemporáneo: de ciudadano a consumidor

Es significativo la manera en que el capitalismo global y el neoliberalismo han tomado en cuenta la importancia que tienen los estados de ánimo, las emociones, los sentimientos, la disposición afectiva en nuestro modo de relacionarnos con el mundo y con la realidad, y como transforman nuestra relación con el consumo y con la libertad, donde pasamos de ser ciudadanos a ser simples consumidores, donde justamente se explota, o instrumentaliza la importancia de estas emociones como factores claves para manipular y controlar la vida de los consumidores.

En este escenario Zygmunt Bauman resalta que lo importante en la sociedad de consumo no es tanto la necesidad de obtener y poseer, ni la de acumular riquezas, sino la emoción que le produce una sensación



novedosa, quiere estar continuamente acumulando sensaciones y nuevas emociones. Es decir, en una sociedad de consumo bien estructurada, los consumidores necesitan que los seduzcan con promesas, con productos nuevos y con acontecimientos o hechos contruidos a su medida (Bauman, 2007).

En este mismo sentido se expresa Byun Chul Han cuando a grandes rasgos describe cuales son las nuevas técnicas que utiliza el capitalismo neoliberal para manipular la psique y así poder optimizar el rendimiento del hombre, donde la explotación se da como autoexplotación. En el escrito de 2014 sostiene que el neoliberalismo presupone e instrumentaliza las emociones como forma de incrementar la productividad y el rendimiento, donde justamente la racionalidad se transforma en un obstáculo para conseguir sus objetivos. “En su lugar entra en escena la *emocionalidad*, que corre paralela al sentimiento de libertad, al libre despliegue de la personalidad. Ser libre significa incluso dejar paso libre a las emociones. El capitalismo de la emoción se sirve de la libertad” (Chul, 2014, p.39).

Sin lugar a dudas esta interpretación de Chul Han no se aleja mucho de la propuesta de Bauman, no obstante, el escritor coreano recoge otro factor fundamental de esta transformación del sujeto, cuya subjetividad se construye por medio del consumo constante e ilimitado. Esto lo relaciona el autor con la aceleración de la comunicación lo que favorecería su emocionalización en desmedro de la racionalidad que es más lenta y es, a su juicio, sin velocidad, donde la interacción comunicativa, rápida, instantánea se transforma casi en una obligación, donde se explota lo so-



cial, la comunicación y el mismo comportamiento de los seres humanos para aumentar la optimización y la auto-explotación. Afirma el profesor de la Universidad de Berlín, que “

El neoliberalismo convierte al ciudadano en consumidor. La libertad del ciudadano cede ante la pasividad del consumidor. El votante, en cuanto consumidor, no tiene interés real por la política, por la configuración activa de la comunidad. No está dispuesto ni capacitado para la acción política común. Solo reacciona de forma pasiva a la política, refunfuñando y quejándose, igual que el consumidor antes las mercancías y los servicios que le desagradan. Los políticos y los partidos también sigue esta lógica del consumo. Tienen que proveer. De este modo se degradan a proveedores que han de satisfacer a los votantes en cuanto consumidores o clientes (Han, 2014, p. 13).

Lo que permite comprender con claridad el surgimiento de la pos-verdad y el valor que adquieren ahí las emociones y los sentimientos, donde la racionalidad pasa a segundo plano, donde los hechos si no se acomodan a nuestros gustos o deseos pierden validez y vemos y juzgamos de acuerdo a esas emociones, perfectamente reconocidas por las agencias de mercadeo y los dueños de las redes sociales, que a través de la lectura de nuestro datos a través de algoritmos tienen todo en su mano para manipularnos, mostrarnos aquello que los algoritmos de las burbujas informativas determinan que nos deben mostrar. Como dice Pariser “abandonados a su suerte, los filtros personalizados presentan cierta clase de autopropaganda invisible adoctrinándonos con nuestras propias



ideas, amplificando nuestro deseo por cosas que nos son familiares y manteniéndonos ignorantes con respecto a los peligros que nos acechan en el territorio oscuro de lo desconocido” (Pariser, 2011, p.19).

Y esta sería justamente lo que muestra esa transformación del usuario, del ciudadano en consumidor, pues “en un mundo personalizado, cuestiones esenciales, aunque poco complejas o poco agradables –el número creciente de reclusos, por ejemplo, o las personas sin hogar- es menos probables que nos llamen la atención...como consumidor es difícil discutir sobre lo relevante e irrelevante y lo desagradable (Pariser, 2011, p 27). Esto es lo que tienen en cuenta los políticos, los publicistas y los agentes de marketing, pues ellos apelan directamente a llenar esa emoción consumista presentándonos aquellas informaciones que nos gustan, que nos llenan y que están en consonancia con nuestros gustos o deseos, alejándonos cada vez más del significado de ciudadanía o democracia, donde el diálogo se construye en la diversidad interpretativa y teniendo en cuenta que muchas veces no todo en el mundo se ajusta a nuestros deseos o pensamientos.

Conclusiones

Si bien los discursos hegemónicos prometen que la globalización y las nuevas tecnologías de las comunicaciones, las redes sociales e internet traerían aparejado el progreso de la humanidad, una democratización de la sociedad y una lucha por las libertades y valores universales, nos encontramos con un escenario muy distinto, donde aquellas ideas de libertad, activismo digital, democracia digital queda profundamente cues-



tionada, pues lo que prevalece en las redes sociales, en los buscadores de internet, son los intereses económicos de los gigantes tecnológicos. Queda cuestionado de plano que las redes sociales sea aquel nuevo espacio público, democrático, y pluralista, donde lo importante no es la participación o el intercambio de ideas, sino aquello que da una mayor cantidad de likes para aumentar el flujo publicitario, donde los algoritmos deciden que es lo que debemos ver y lo que es mejor para nosotros. En este sentido el usuario se transforma en un consumidor más dejando atrás su rol o participación como ciudadano. Decimos esto teniendo en cuenta que como dice Van Dick (2016), que el “activismo hashtag”...se apropia de Twitter como una herramienta que favorece la propagación instantánea de causas sociales...la contracara de estas protestas impulsadas desde Twitter es que se quedan cortas a la hora de conquistar apoyo público concreto. De hecho, según algunos periodistas, la protesta-por-click resulta hoy tan común que la fatiga ante el activismo hashtag amenaza con confundir todas las causas” (p. 146).



Comunicación, información y lenguajes de la memoria

XXV Cátedra Unesco de Comunicación

Texto publicado en el libro *Comunicación, información y lenguajes de la memoria*

ISBN (impreso) : 978-958-781-555-9

ISBN (digital) : 978-958-781-556-6



Comunicación, información y lenguajes de la memoria

XXV Cátedra Unesco de Comunicación

Texto publicado en el libro *Comunicación,
información y lenguajes de la memoria*

ISBN (impreso) : 978-958-781-555-9

ISBN (digital) : 978-958-781-556-6