



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

El falseamiento de la información como menosprecio de la democracia
María Elisa Ghea y Patricia Viale
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 7, N.º 2, noviembre 2021
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

El falseamiento de la información como menosprecio de la democracia

The falsification of information as a contempt for democracy

María Elisa Ghea

mariaelisaghea@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3165-3114>

Patricia Viale

pvialey@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2099-5183>

Laboratorio de Estudio de Medios y Análisis de la Información (LEMAI)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Hoy las democracias y sus sistemas de representación son ferozmente atacadas, cuando quien conduce proviene del campo nacional y popular, pero muy por el contrario cuando estos gobiernos representan los intereses del neoliberalismo y de la derecha extrema, en el caso de estos últimos en particular, son acompañados por los grupos mediáticos que en sintonía con el poder real, luego recogen en ganancias extraordinarias lo que siembran en el imaginario social y mediante la construcción de un sentido común. Para lo cual, si es necesario, se recurre al denominado periodismo de guerra cuyas minas y explosivos de todo tipo son las fake news.

Para encontrar razones que expliquen la situación actual en las que se están desarrollando las democracias y sus sistemas políticos cabe pensar, entre otras cuestiones, en algunos interrogantes. ¿Cuán inabordable e ilimitado es el poder mediático que gobiernos, Estados no han podido contrarrestarlo?; ¿por qué referentes políticos democráticos han sido, incluso, expulsados

de sus espacios simbólicos y materiales y reemplazados por otros impulsados por el poder discursivo de los medios de comunicación?; ¿Por qué la democracia aún no ha podido democratizar la palabra a pesar de las legislaciones al respecto vigentes? A lo largo de este artículo, intentaremos encontrar algunas respuestas.

Palabras clave

Democracia, medios, política, poder, ciudadanía, noticias falsas.

Abstract

Today democracies and their systems of representation are fiercely attacked, when the leader comes from the national and popular field, but quite the opposite when these governments represent the interests of neoliberalism and the extreme right, in the case of the latter in particular, they are accompanied by media groups that are in tune with real power, then collect in extraordinary profits what they sow in the social imaginary and through the construction of common sense. For which, if necessary, the so-called war journalism is used, whose mines and explosives of all kinds are fake news.

In order to find reasons that explain the current situation in which democracies and their political systems are developing, it is necessary to think, among other issues, of some questions. How unapproachable and unlimited is the media power that governments and states have not been able to counter?; Why have democratic political references even been expelled from their symbolic and material spaces and replaced by others driven by the discursive power of the media ?; Why has democracy not yet been able to democratize the word despite the laws in force in this regard? Throughout this article, we will try to find some answers.

Keywords

Democracy, media, politics, power, citizenship, fake news.

El acceso a la información en cuanto acceso al conocimiento, a la construcción de una mirada crítica, a la cultura, a la educación, a develar aquello que está oculto y que debe ser develado para el bien común es un derecho humano, como el de la libre expresión y la democratización de la palabra, y un bien político y ético que libera a las personas de la opresión y mezquindad del poder.

En la actualidad, los hechos que se consideran periodísticos, se presentan como escenas que recrean las estrategias de la ficción con el fin de que impacte en lo emocional de las personas, más que en la posibilidad de dar datos y argumentos que ayuden a comprender el mundo.

El poder de la prensa siempre influyó en los demás poderes y en las estructuras de las organizaciones políticas, en la cosmovisión de las sociedades, en los gobiernos, en los Estados, en las democracias. Hay certezas sobre cuál ha sido el rol de los monopolios mediáticos periodísticos a lo largo de su historia como grupos de poder real, de presión e influencia en la opinión pública y en las administraciones y gestiones de los Estados Nación.

Desde sus conformaciones como actores políticos e ideológicos, económicos, empresariales, los medios de comunicación dominantes actúan como representantes y herramienta fundamental para el sostenimiento de un estado de situación. En este sentido maniobran todo el arsenal discursivo disponible para la persuasión y el convencimiento de un estado de cosas. En el diseño, planificación y ejecución del modelo político y económico que les conviene, ponen a disposición del poder y de los grupos de presión nacionales y transnacionales el aparato de relaciones y lobby político - económico. Así, sin manifestarlo abiertamente, hacen constantemente campañas sucias, como en la Argentina en épocas electorales de 2019 y 2021 en el contexto de pandemia por la Covid 2019.

La herramienta son las *Fake News*, el falseamiento de los hechos, el recurso de la posverdad, el uso de los datos que les proporciona el Big data; el uso de las redes sociales digitales, la repetición de una y mil veces de la información falsa, sus relaciones con parte del poder judicial, las fuentes de información que brinda el aparato de espionaje y escucha del Estado, en el caso del Gobierno de Mauricio Macri, y también ahora lo que se define como infodemia.

El poder mediático

Los monopolios y oligopolios de medios de comunicación son instrumentos del poder real nacional y transnacional que se utilizan como armas de guerra en la denominada batalla cultural, con el fin de apropiarse de la territorialidad del sentido común y las subjetividades e intersubjetividades. Para ello, planifican y diseñan la agenda *framing*, es decir un determinado encuadre, enfoque y perspectiva de lo que se considera noticia

y arremeten contra la democracia desprestigiando a la política como acción y como espacio de participaciones ciudadanas.

Cabe la pregunta de por qué muchos poderes como ser el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) en el caso de la Argentina, sus acciones traducidas en decisiones políticas o políticas públicas de inclusión y garantías de derechos, se ven socavados en la opinión pública por parte de los editorialistas de los grupos dominantes o demonizados en sus portadas, afectando de esta manera más la credibilidad sobre la democracia que de las personas que son representantes mediante el voto popular de un sector determinado.

El filósofo político e historiador José Pablo Feinmann (2013) lo explica con claridad

Para alguien que –a través del poder oligopólico mediático- puede crear la realidad todos los días, el puesto de Presidente es menor. «Es usted» diría el señor Magnetto al Presidente, «el que está sometido a mi. Todos los días se tiene que ocupar de la agenda que yo diseño. De la realidad que yo establezco. Que yo creo». No hay Presidente que pueda hacer eso. Lo que puede hacer es neutralizar el poder del monopolio. Sobre todo si el monopolio ha decidido agredirlo. Si ha negociado con él, pueden convivir. Si el oligopolio ha decidido destruirlo, deberá luchar (p. 83).

La construcción de sentido común

Más allá de la simplificación de lo complejo los medios de comunicación presentan la información cual lluvia constante de meteoritos que impactan en las subjetividades. ¿Cuál es el imaginario social sobre la política, los referentes sociales y por lo tanto sobre la democracia como sistema de gobierno? ¿Cómo los medios de comunicación construyen un sentido común sobre un tema determinado?

Como señala Michel Foucault, en *El orden del discurso*, «en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos» (1970, p. 14). Principalmente, destacamos que el discurso se construye con poder. Uno de esos procedimientos de controlar y seleccionar la información lo llevan adelante los medios de comunicación social dominantes y hegemónicos. En este sentido, tratan de influir y construir los imaginarios sociales.

En su artículo «¿Qué es el imaginario social?», Esther Díaz (1996) define que

Un imaginario colectivo se constituye a partir de los discursos, las prácticas sociales y los valores que circulan en una sociedad. El imaginario actúa como regulador de conductas (por adhesión o rechazo). Se trata de un dispositivo móvil, cambiante, impreciso y contundente a la vez. Produce materialidad, es decir, produce efectos concretos sobre los sujetos y su vida de relación, así como sobre las realizaciones humanas en general (p. 13).

En tiempos de sociedades cada vez alienados por los sistemas de producción capitalista y ocupadas por la sobrevivencia material y simbólica, es improbable que la atención de las personas esté centrada en re discutir o sospechar de si lo que se publica es verdad, qué intencionalidades tiene y qué actores interactúan en esa complejidad que es el entramado de la información. Se intuye que algo puede no ser verdad pero al mismo tiempo su semejanza y cercanía con el concepto «podría ser», abre la posibilidad de que las personas terminen no pudiendo identificar la verdad de la mentira. El falseamiento sobre los hechos estructurados mediante un perfecto guión construye los escenarios para que la puesta en escena sea tan creíble que nadie se atreva a refutar lo que está viendo. Lo que se ve es lo que es.

Como señala Esther Díaz, el imaginario social interactúa con las individualidades y se constituye a partir de las coincidencias valorativas de las personas. Pero también de las resistencias. Se manifiesta en lo simbólico (lenguaje y valores) y en el accionar concreto entre las personas (prácticas sociales).

No obstante, cuando el imaginario se libera de las individualidades, cobra forma propia. Y por una especie de astucia del dispositivo se convierte en un proceso sin sujeto. Adquiere independencia respecto de los sujetos. Tiene una dinámica propia. Se instala en las distintas instituciones que componen la sociedad. Actúa en todas las instancias sociales, puesto que todas esas instancias se producen en alguna institución (1996. p. 15).

La palabra, la imagen, el sonido, los silencios, la visibilidad de un recuadro de los acontecimientos y la apelación a un mensaje que impacta en la emocionalidad constituyen una estructura perfecta para explicar el porqué del presente y del porqué pasa lo que pasa. Un relato mediático que apela a la emocionalidad basado en las diferencias, en el mensaje del odio, de la discriminación, la xenofobia. Un relato que incentiva lo que se define como grieta y que marca a un sector de la sociedad como sujetos peligrosos que vienen a apropiarse del esfuerzo colectivo.

Las y los usuarios como recipientes de contenidos

Las personas son consideradas como consumidores pasivos o meros espectadores. Para los medios de comunicación en palabras de José Pablo Feinmann (2013) los sujetos son

Un recipiente al que es necesario llenar de contenidos todo el tiempo. El sujeto no tiene contenidos. Hay que dárselos, y si los tiene, posiblemente sean contenidos residuales de otras administraciones, de otros poderes, de otros intereses. Hay que darle entonces, nuevos contenidos. Los del poder mediático hegemónico. El poder mediático no se toma demasiado en serio las ya agobiantes teorizaciones sobre el sujeto. El sujeto es el sujeto receptor. O el sujeto recipiente (p. 33).

La red de redes implicó un cambio de lógicas para la producción, tratamiento, circulación, selección y búsqueda de información y un cambio significativo en la lectura crítica de los hechos. El uso de instrumentos tecnológicos informáticos que estaban en manos de unos pocos y casi siempre bajo la órbita de la industria o dependían de los servicios secretos del Estado como instrumento de control para la seguridad nacional, como lo es el llamado espionaje preventivo y de seguridad nacional, hoy está al alcance en apariencia de millones de personas.

Millones comparten información que en otros tiempos eran del ámbito privado y que ahora, con total naturalidad se hacen público como una forma de visibilizarse y existir para un otra/o/e. Por supuesto que no puede negarse que estas posibilidades también sirven para hacer visibles demandas, injusticias, organizarse en esas demandas y denuncias, pero por otro lado pone a disposición del poder real información que sería no solo costosa de adquirir en términos económicos sino de acceso y lectura.

La cuestión no pasa por cuánta información circula y las/os/es usuaria/os/es hacen circular, sino cómo esa información es usada y retroalimentada con determinados fines. El poder entiende que esta información es materia prima para construir discursos. Se sabe que a partir de la lectura, de la búsqueda de información publicada, existen algoritmos, que interpretan y diseñan la información particular para cada usuario en particular.

Como se sabe el lenguaje es político y que lo que no se nombra no existe. Las palabras connotan más allá de denotar. En este sentido en las campañas electorales en la Argentina de 2013, 2015, 2017, 2019 y en la de 2021, la palabra repetida en los titulares, editoriales y abordajes temáticos de sobre las elecciones fue la palabra corrupción, la idea de grieta, meritocracia y se acrecienta al mismo tiempo, el mensaje

del odio. Así la agenda mediática encontró otro eje: judicializar la política y el relato de sociedades divididas por cuestiones políticas filosóficas e ideológicas irreconciliables.

Estrategias del discurso mediático en contra de la participación ciudadana

La verdad no existe y, como lo define Michel Foucault (1970), es del orden del discurso. Si bien se ha intentado organizar un contrapoder al poder mediático dominante, lo cierto es que aún no se ha podido. Es claro el ejemplo de la Argentina con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA, 26.522/09), que considera a la comunicación como un derecho humano, la democratización de la palabra, la pluralidad de voces como pilar fundamental para la consolidación de las democracias.

Hay una interpretación de los discursos y de los hechos y la objetividad no existe y una dinámica que tiene en cuenta la construcción, el tratamiento, la jerarquización y la selección de la información.

Por qué la revolución de comunicación del imperio norteamericano ha sido una revolución comunicacional. Porque por medio de esa revolución condiciona, conforma, forma las subjetividades de los receptores. Hace de los demás un enorme mundo de receptores de la verdad que emite ese inmenso mundo mediático (Feinmann, 2013, p. 88).

Las verdades que impone el poder mediante el sistema mediático en este momento histórico, tienen como finalidad posibilitar el avance de proyectos de derecha, de extrema derecha, conservadores y neoliberales y de su concepción de la economía como instrumento ordenador de la sociedad en el cual hay que abrirle paso a la mano invisible del mercado para que pueda tomar todo lo que más pueda sin la intervención del Estado al cual consideran el instrumento de la corrupción. Incluso poniendo a las clases populares en contra de la intervención del Estado en cuanto el único instrumento posible en defensa de los derechos y garantías de la igualdad y la satisfacción de las necesidades que toda sociedad necesita. Es así que el sistema de medios y sus representantes editorialista y relatores de la realidad, construyen "la verdad" de que los gobiernos populistas son autoritarios, tiranos, corruptos, feos, malos, sucios, que roban lo que le pertenece al pueblo, a las y los ciudadanos de bien.

Mediante la construcción de noticias falsas, el recurso de la emocionalidad que conlleva el concepto de posverdad, es una de las tantas herramientas de los medios de

comunicación en tanto actores políticos y económicos que acompañan la idiosincrasia del modelo neoliberal.

Como explica Saúl Feldman en *La conquista del sentido común* (2019)

El neoliberalismo se despliega hoy en el marco de una revolución tecnológica inédita en el campo de las telecomunicaciones, que conlleva transformaciones de carácter civilizatorio, cambios en la cultura profundamente asociados a estos dispositivos de innovación tecnológica-comunicacional que están propiciando el desarrollo de un individualismo exacerbado, afectando el comportamiento de las personas (p. 12).

El poder en tanto capacidad de acción para que se haga su voluntad a lo largo de los siglos construyó diversos dispositivos de control y disciplinamiento para que las personas acepten verdades, en las interpretaciones de una época, en aquello que el poder pretende que se observe, pero que no sólo observe sino, además se convierta en práctica social, en creencia, en aceptación de que una situación, un relato, sobre el pasado, el presente o el futuro es así como se ve a simple vista. Las noticias falsas afectan a los sistemas de gobierno democráticos, pero al mismo tiempo afecta el sistema de vida de las personas. Son utilizadas para la manipulación de la opinión pública, pero sobre todo usada para el desprestigio de las personas. Es decir, la fórmula es: más información = desinformación, a la vez que un instrumento para la confusión generalizada conceptual.

Dice Saúl Feldman (2019) que la «incertidumbre domina, de una y otra manera y con gravedad diversa, el panorama político, económico, social y cultural de la mayoría de las sociedades» (p. 15) y que esta incertidumbre convertida en angustia es una estrategia del neoliberalismo para llevar adelante el modelo.

Se llame Trump, Brexit, crisis de los refugiados, "terrorismo fundamentalista", conflictos bélicos de todo tipo, sociedades dominadas por una exclusión creciente o avance de los llamados "populismos de derecha, la sensación es que vivimos sorprendiéndonos. Lo "normal" es lo sorpresivo y paradójicamente, a lo que nos acostumbra es al límite, a la frontera vulnerada. Y en esta situación de lo sorpresivo como normalidad que desordena, está el origen de la angustia de la que se nutre el neoliberalismo, responsable a su vez de su creación (p. 15).

La parodia de lo que sucede es una herramienta eficiente y eficaz para que las personas, en tanto meras consumidoras de información, se representen una situación determinada. Por supuesto que los hechos seleccionados sobre los que los medios hacen un tratamiento informativo tienen una intencionalidad.

En este sentido cabe entonces, preguntarse cuánto juega en esto las cuestiones que hacen a la espectacularización, superficialidad en el tratamiento de la información en tanto simplificación de los abordajes. Esto con seguridad no es una casualidad, sino una intención de dirigir las miradas de los consumidores de realidad con el fin de obtener un beneficio propio en cuantos medios de comunicación. No sólo en términos de conseguir audiencias, sino en obtener mayores beneficios económicos, empresariales y políticos, a la vez que los posiciona en un lugar político ideológico.

Quizás es momento de pensar en que la ficción le cabe bien a la literatura y al cine, pero no al periodismo, al rol que tienen los medios de comunicación como actores que pueden contribuir al sostenimiento y a la consolidación de las democracias.

Referencias

Díaz, E. (1996). *La ciencia y el imaginario social*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Biblos.

Feldman, S. (2019). *La conquista del sentido común*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Continente.

Feinmann, J. P. (2013). *Filosofía Política del poder mediático*. Buenos Aires. Argentina. Planeta.

Foucault, M. (1970). *El orden del discurso*. Traducción de Alberto González Troyano (1992). Buenos Aires, Argentina: Tusquets Editores.

Ley de servicios de comunicación Audiovisual 26.522 (2009). Buenos Aires, Argentina.