

¿Por qué un dossier sobre la posverdad?

Sección: Editorial

Why a dossier about the post-truth?

Claudia Alicia Lerma
Tecnológico de Monterrey
Monterrey, México
clerma@itesm.mx

María Elena Meneses
Tecnológico de Monterrey
Ciudad de México, México
marmenes@gmail.com

A finales del año 2016, el *Oxford English Dictionary* (2016) eligió como palabra del año *posverdad* y la definió como aquel periodo en que se privilegian las emociones por encima de la razón. El ascenso de las opciones de ultraderecha en Gran Bretaña a partir de referéndum para permanecer o salir de la Unión Europea (Brexit) y el triunfo de Donald Trump en Estados Unidos constituyen el telón de fondo de este concepto que tiene un vínculo con la política de la actualidad, pero también con la comunicación digital.

Las redes sociales digitales son la materialidad de esta ola de juicios emocionales que, ya fuere en forma de tuit o post en Facebook, obstaculizan un debate informado, basado en hechos, como lo requiere la democracia. La energía de una democracia es una opinión pública informada y autónoma.

El indicador más notorio de la posverdad lo constituyen las denominadas noticias falsas y los bots, tan notables por su circulación en grandes volúmenes a través las redes sociales, especialmente durante la campaña presidencial en Estados Unidos, en la cual un tercio de la conversación en Twitter habría estado conducida por estos últimos (Bessi & Ferrara, 2016). En las elecciones francesas también se propagaron estos contenidos y este año probablemente serán una condición *sine qua non* de elecciones que se llevarán a cabo en América Latina, como es el caso de México.

La desinformación en estos tiempos impone una nueva agenda de investigación en las ciencias sociales y las humanidades. La automatización de la política es uno de los

retos más difíciles, pero al mismo tiempo fascinantes para la investigación; su base material tecnológica, su carácter anónimo y transnacional obliga a repensar andamiajes teóricos y metodológicos para poder entenderlo y atajarlo. Asimismo, quizá requiere de una nueva practicidad científica y de una alfabetización mediática (Fernández-García, 2017).

Esta es la razón por la cual *Virtualis* dedica un dossier especial para debatir este concepto a partir de la mirada de diversos académicos.

En este número especial, Edrei Álvarez presenta una investigación que reafirma el interés por fortalecer las redes sociales de los candidatos pues en ocasiones sirven de verdaderos mítines que les dan más seguidores sin que la información compartida en ellas sea representativa; Jorge Luis Triana expone un tema relevante en esta época de posverdad al hablar sobre la difusión de los rumores, en especial los que tienen que ver con la violencia. Por último, César Augusto Rodríguez, aborda las burbujas de filtro que los medios periodísticos mexicanos utilizan para envolver a los usuarios de Facebook que consultan sus páginas informativas.

Los temas presentados en el dossier proponen acercamientos a los fenómenos y comportamientos de esta época tecnológica y, a su vez, muestran inquietudes que se han estado debatiendo en diferentes espacios.

La conformación de la posverdad como concepto y práctica se ha detonado con la cuasi omnipresencia de las redes digitales en la vida cotidiana de las personas, por lo tanto, es pertinente comenzar a explorar sus implicaciones para obtener pistas no solo sobre cómo abordarlo en la investigación, sino para discernir cómo distintos actores —entre los que se encuentran gobiernos, empresas tecnológicas, medios de comunicación tradicionales, organismos civiles y académicos— pueden contribuir de manera multisectorial a controlarlo sin lesionar derechos como la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la privacidad.

Esperamos este dossier temático sea de su interés.

REFERENCIAS

Bessi, A & Emilio Ferrara (2016). Social bots distort the 2016 US Presidential election online discussion [en línea]. *First Monday*. Recuperado de: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653a>

Fernández-García, N. (2017) Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática [en línea]. *Nueva Sociedad* No 269, mayo-junio. Recuperado de: <http://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>

Post-truth. (2016). *Oxford English Dictionary*. Recuperado de <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>