

ÍNDICE

Preámbulo	11
Introducción.....	15
Posmodernidad y posverdad	27
Sobre el poder de las <i>fake news</i>	37
Relativismo y posverdad.....	47
La suspensión voluntaria de la incredulidad.....	57
Las unanimidades ilusorias.....	69
La ética no se apoya en verdades sino en simples perspectivas intercambiables.....	83
Algoritmos y pensamiento ilusorio.....	93
El descrédito del pensamiento racional.....	101
El mito del cerezo.....	115
De la teoría del caos a la posverdad	127
De Facebook y pizzerías.....	135
Phineas Gage y la calidad democrática.....	141
Salvad a la soldado Lynch	151
Sobre las pastas de dientes blanqueadoras.....	161
Procedimientos totalitarios.....	171
<i>Anything goes</i> o el dadaísmo epistemológico.....	185

Disonancia cognitiva	193
Los <i>storytellings</i> de la muerte	199
Putnam y la masacre de Bowling Green.....	209
El filtro burbuja y el síndrome del mundo amigable.....	221
El ego totalitario	231
Twitter y el avaro cognitivo	243
Epílogo.....	253

Editorial Milenio

PREÁMBULO

A mediados de 1997 la compañía Disney lanzó al mercado una serie de vídeos supuestamente pedagógicos conocidos como *Baby Einstein*. Se trataba de un producto pensado para niños de cero a dos años. Lo que prometían era estimular de manera precoz las capacidades cognitivas de los bebés y asegurarles, así, una eventual ventaja competitiva sobre el resto de los niños. El producto gozó de una acogida excelente: en los Estados Unidos se recaudaron, en pocos meses, más de catorce millones de dólares. ¡*Baby Einstein!* Sorprendente, pese a lo burdo de la metáfora y pese a la más que discutible efectividad del producto, el mercado decidió creer en el milagro Disney.

Los directivos de la compañía acordaron aprovechar la circunstancia y se dedicaron a comercializar, en los años siguientes, otros productos en la misma línea. Parece que se deshicieron de los restos de pudor que les quedaban y comercializaron productos con denominaciones tan increíbles como *Baby Mozart-Music Festival* o *Baby Shakespeare-World of colors*. ¡Si la primera promesa había sido convertir a tu bebé en un pequeño Einstein, ahora puedes completar su formación transformándolo en un pequeño Mozart y en un pequeño Shakespeare!

La oferta era simple: con unos pocos dólares puedes transformar a tu hijo en una especie de superhéroe que integre el talento combinado de Mozart, Einstein y Shakespeare. Y funcionó. ¡Y tanto que funcionó! En los años siguientes Disney fue añadiendo productos a esta línea: los VHS fueron substituidos por DVD y otros productos multimedia, con una gran novedad, el *Baby Beethoven*. Si no tenías bastante con que tu hijito fuera un pequeño Mozart, puedes agregarle también el talento musical de Beethoven. El talento musical de la suma de Beethoven y Mozart, más el talento matemático de Einstein, más el talento literario de Shakespeare. ¿Puede tragárselo alguien, esto? Hubo diversas denuncias por publicidad engañosa e, incluso, la revista *Psychological Science* publicó, en 2005, un artículo donde negaba categóricamente el carácter educativo de estos vídeos. También en el *British Journal of Developmental Psychology*¹ apareció, el año 2007, un estudio donde se demostraba que un grupo de bebés que vio de manera recurrente un DVD de *Baby Einstein* no mostró, en absoluto, mejores habilidades comunicativas que otro grupo al cual no se le había pasado el vídeo. La revista *New Scientist* publicó “Educational DVDs ‘slow infant learning’”,² un artículo donde los autores defendían que el DVD *Baby Einstein*, más que ayudar a desarrollar la inteligencia del bebé, lo que hacen es obstaculizar el crecimiento normal. El estudio más importante al respecto lo publicaron Dimitri Christakis y su equipo en el *Journal of Pediatrics*,³ la revista de la Academia

1. C. J. Ferguson y M. B. Donnellan: “Is the Association Between Children’s Baby Video Viewing and Poor Language Development Robust? En Reanalysis of Zimmerman, Christakis, and Meltzoff (2007)”, *Developmental Psychology* (15/07/2013).

2. Roxanne Khamisi: “Educational DVDs ‘slow infant learning’”, *New Scientist* (07/08/2007).

3. Frederick J. Zimmerman; Dimitri A. Christakis; Andrew N. Meltzoff: “Associations between media viewing and language development in children under age 2 years”, *Journal of Pediatrics*, vol. 151, 4, p. 364-368. Véase también: Frederick J. Zimmerman, Dimitri A. Christakis, Andrew N. Meltzoff: “Television and DVD/video viewing in children younger than 2 years”, *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 2007, vol. 161, 5, p. 473-479.

Americana de Pediatría. Se trata de un estudio científico exhaustivo que demuestra que el visionado de estos programas no ejerce ningún tipo de efecto positivo sobre el niño. De hecho, los resultados del estudio de Christakis muestran que, respecto al desarrollo del lenguaje verbal, sobre una muestra de más de quinientos niños, el grupo de los que habían seguido los vídeos *Baby Einstein* iban un poco retrasados en relación a la media de los que no los habían seguido.

Sin embargo, la repercusión de estos estudios fue mínima. Para todos aquellos que habían decidido creer en el milagro, los resultados en contra de un par de investigaciones científicas no representaron ningún problema. ¿Qué valor tienen un puñado de constataciones empíricas y de investigaciones metodológicamente impecables, si las contraponemos a una certeza basada en la fe? ¿Qué valor tienen los hechos, si los contraponemos a las convicciones irracionales que determinan, incluso, nuestra percepción de la realidad?

Por ello, Disney amplió la línea de productos *Baby Einstein*: incorporó juguetes para el baño, CD de música, juegos de cartas, sonajeros, orinales infantiles, colchonetas multiactividad y todo tipo de accesorios, como el célebre *Baby-Einstein-Musical-Motion-Activity-Jumper*, un curioso híbrido entre sillita de bebé, trono, montaña rusa, nave espacial, potro de tortura y hombre-orquesta. También incluyó una *Baby Einstein* serie de televisión en uno de sus canales, el *Playhouse Disney*. Según el *New York Times*, en Estados Unidos un tercio de los bebés de entre seis meses y dos años tenían en el año 2009, como mínimo, un video de *Baby Einstein*. En este momento (diciembre de 2018) en la web de Amazon se pueden comprar 244 productos diferentes que llevan la etiqueta *Baby Einstein*.

Los padres y las madres, como el resto de consumidores (¡y de electores!), creemos aquello que queremos creer. Es por ello que la corporación Disney dio, creo, con una fórmula insuperable: en un mundo cada vez más despiadadamente competitivo, conseguirás que tus hijos sean mucho más inteli-

gentes que todos sus futuros rivales. Y lo conseguirás tú, pero sin mucho esfuerzo: pagando solo unos pocos dólares y —lo mejor de todo—, mantendrás a tus hijos tranquilos frente a la pantalla de la televisión mientras tú te dedicas a tus cosas.

Da igual que psicólogos, médicos y pedagogos aporten estudios académicos contra el supuesto milagro *Baby Einstein*. Los argumentos racionales, el método científico o, simplemente, la lógica de los hechos constatables no tienen nada que hacer, contra la convicción emocional, contra la seducción de una historia bien construida. Nada que hacer, contra aquellos que estamos dispuestos a dejarnos engañar, gustosamente, por el mejor postor, por aquel que nos ofrezca aquello que deseamos oír.

Lo más inquietante, sin embargo, es que no estamos jugando solo un puñado de dólares. El asunto no se reduce, solo, a una campaña de *marketing* relativamente inocente pensada para embaucar padres gandules que prefieren que un par de DVD de la Disney les saquen las castañas del fuego. La cosa es bastante más grave. Si pensamos este mecanismo en su versión política, podemos llegar a sospechar que quizás lo que nos estamos jugando es la propia esencia de la democracia.

Es lo que intentaré mostrar en este libro.

INTRODUCCIÓN

El filósofo italiano Gianni Vattimo dedica su último libro, *Adiós a la verdad*,¹ a deshacerse de cualquier rastro de la noción de verdad como adecuación entre el discurso y los hechos reales. Es, piensa, una idea de verdad anquilosada que equivale a dominación, a imposición por la fuerza y, en definitiva, a fundamentalismo. En la introducción lleva a cabo una declaración de principios solemne: “Este adiós a la verdad es, pues, el principio y la base misma de la democracia”. Despedirse de la verdad es condición necesaria para fundamentar la democracia.

El propósito de mi libro es establecer un diálogo con el pensador italiano. Bueno, en realidad es intentar defender, exactamente, la tesis contraria a la de Gianni Vattimo: el adiós a la verdad puede convertirse en un obstáculo casi insalvable para la praxis democrática. Despedirse de la verdad comporta despedirse, también, de la confianza en la palabra, de la posibilidad de rebelarse contra la mentira y, por ello, del pensamiento crítico y, en definitiva, del ejercicio de una política democrática.

Podríamos considerarlo, probablemente, uno de los últimos efectos secundarios de Auschwitz: impresionados por la

1. Gianni Vattimo: *Adiós a la verdad*, Barcelona: Gedisa, 2010.

monstruosidad de aquello que acababa de pasar; los filósofos del último tercio del siglo XX se dedicaron a celebrar el adiós a la verdad. El mejor antídoto contra la barbarie del totalitarismo, pensaban, era acabar con las viejas tentaciones dogmáticas y debilitar al máximo la noción de verdad, hasta llegar a diluirla. Si los totalitarismos habían sido, en esencia, un inflacionismo de la verdad, el hecho de enterrar la verdad imposibilitaría el renacimiento del totalitarismo. *Perro muerto, se acabó la rabia*, parecía que era su lema.

Pero el devenir de la política, estos últimos años, parece empeñado en mostrar que la cosa no era tan simple. Es patente que, *Perro muerto, se acabó la rabia*, que si matamos al perro ya no nos transmitirá la rabia como lo hizo en el siglo pasado, pero la muerte del perro no ha sido la solución definitiva. Al morir, han ido apareciendo otros inconvenientes imprevistos que se derivan, justamente, de su ausencia. Es el tema del presente libro: después del adiós a la verdad lo que ha sobrevenido ha sido la posverdad. Y, quizás, lo que ha llegado con la posverdad no ha sido exactamente la pureza democrática, sino un nuevo totalitarismo suave que ha sabido adaptarse maravillosamente bien a los tiempos que corren. Se trata de un totalitarismo que, comparado con los viejos fascismos, comunismos y nazismos, parece un totalitarismo insustancial, casi banal. Vacío de contenidos, de grandes ideales e, incluso, de ideologías mínimamente trabajadas. Un totalitarismo digital, de cara amable, que nos ha atrapado desprevenidos. Un totalitarismo fácil. Si a lo largo del siglo pasado los totalitarismos, para triunfar y mantenerse, tuvieron que apoyarse en gigantescos aparatos de represión, tuvieron que asesinar a millones de personas, hoy en día parece que idear mecanismos totalitarios sale extraordinariamente barato. Un totalitarismo de algoritmos, de tuits y de *alternative facts*.

En el ámbito anglosajón, especialmente en Estados Unidos, donde están sufriendo de una manera más directa (y más burda) las políticas de la posverdad, está desarrollándose una

interesantísima polémica periodística sobre la cuestión.² Trátándose de un asunto de indudables implicaciones filosóficas, extraña, no obstante, que los filósofos más influyentes no se hayan implicado todavía. Es una ausencia clamorosa. Parece como si la amenaza de la posverdad nos hubiera alcanzado, a todos, con el pie cambiado. Como si el desarme intelectual al que se sometió la filosofía después de los campos de exterminio hubiera dejado a los filósofos sin instrumentos para construir una alternativa seria a este nuevo fenómeno. Como si el *pensamiento débil* no tuviera fuerza suficiente para enfrentarse al huracán de la posverdad.

2. La directora del periódico británico *The Guardian*, Katharine Viner, se refiere al concepto de *post-truth politics* en el artículo que abrió el debate: “How technology disrupted the truth”. El eco de este artículo, excelente, ha llegado a otros medios de referencia, como *The Economist*, *Le Monde*, *Slate*, *New York Times* o *Washington Post*. A continuación, algunos de los artículos más representativos:

<https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth#_blank>

<http://www.economist.com/news/briefing/21706498-dishonesty-politics-nothing-new-manner-which-some-politicians-now-lie-and#_blank>

<http://www.economist.com/news/leaders/21706525-politicians-have-always-lied-does-it-matter-if-they-leave-truth-behind-entirely-art#_blank>

<https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2016/07/11/in-the-age-of-donald-trump-is-it-time-to-revisit-media-ethics/?utm_term=.d98456bd9739#_blank>

<https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2016/07/12/the-debates-gave-donald-trump-the-nomination-and-its-the-medias-fault/?utm_term=.f6711df8520c#_blank>

<http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/09/15/sur-internet-l-invisible-propagande-des-algorithmes_4998063_3232.html#_blank>

<https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2016/07/14/confirmed-echo-chambers-exist-on-social-media-but-what-can-we-do-about-them/?utm_term=.7b7ac779fe8a#_blank>

<http://www.wsj.com/articles/how-to-destroy-journalism-1468605725#_blank
<http://www.slate.com/articles/news_and_politics/politics/2016/08/the_biggest_political_lie_of_2016.html#_blank>

<http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/07/02/quand-le-debat-democratique-laisse-les-faits-de-cote_4962408_3232.html#_blank>

<https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2016/07/13/donald-trump-is-crashing-the-system-journalists-need-to-build-a-new-one/?utm_term=.8d4034076f84#_blank>

Si uno lleva a cabo una búsqueda rápida en Google, constatará que, salvo alguna excepción,³ en nuestro país parece como si la noción de *posverdad* fuera poco más que un arma arrojadiza que se utiliza para desacreditar a los adversarios políticos, para acusarlos de mentir. Una muestra: en las últimas primarias del PSOE, hubo un atardecer en que dos de los candidatos principales estaban, en sus actos electorales respectivos, denunciando simultáneamente las posverdades de su adversario. Pedro acusaba a Patxi de utilizar posverdades mientras que Patxi acusaba a Pedro.

Posverdad se ha convertido en una palabra de aquellas que se cita hasta la saciedad. No hay día en que no aparezca en los medios de comunicación, sobre todo en editoriales y artículos de opinión. Siempre en el mismo sentido: acusando a alguien de practicarla, es decir, de mentir o, más exactamente, acusándolo de desatender a los hechos objetivos e intentar manipular la opinión pública suscitando emociones. Y en la mayor parte de los casos, las acusaciones están bien fundamentadas. Esto es lo más grave. La posverdad se practica. Sin embargo, no se reflexiona sobre ella con la toda la pausa que sería conveniente. Así pues, la posverdad se predica y se practica, pero no se piensa lo suficiente. Y es, como decía al principio, porque buena parte de aquellos a los que, teóricamente, les correspondería llevar a cabo esta discusión han sido, en cierta medida, agentes activos que han contribuido a crear las condiciones de posibilidad del advenimiento de la posverdad.

Esto ayudaría a entender tomas de posición tan sorprendentes como, por ejemplo, la de Vattimo que, en *Adiós a la verdad*, se lamenta del hecho de que a la gente de la calle aún nos escandalicen mentiras tan clamorosas como la de las cé-

3. Destacaría, como mínimo, dos artículos excelentes sobre la cuestión. Son de Xavier Antich y Manuel Cruz, ambos profesores de filosofía y barceloneses de adopción: Xavier Antich: "Digueu-ne mentida, simplement", *Ara.cat* (25/05/2017) y Manuel Cruz: "Crítica de la razón chungu", *El País* (24/06/2017).

lebres armas de destrucción masiva de Irak: “Este crepúsculo de la idea de verdad objetiva en la filosofía y la epistemología aún no parece haber entrado en la mentalidad común, la que aún se encuentra muy ligada, como nos enseña el escándalo de los mentirosos Bush y Blair, a la idea de algo verdadero como descripción objetiva de los hechos. Quizá pasa un poco como con el heliocentrismo: todos seguimos diciendo que el Sol se pone, a pesar de que es la Tierra la que se mueve; o bien, mejor aún, como decía Friedrich Nietzsche: Dios ha muerto pero la noticia no ha llegado aún a todos”.⁴ Vattimo confiesa que se siente como los heliocentristas del renacimiento: avanzado a su tiempo e incomprendido por la gente ignorante, la que se guía por el sentido común, la que todavía cree que tiene derecho a no ser engañada. La gente de la calle somos como los medievales que se aferraban, recalcitrantes, a la creencia que la Tierra es plana. La verdad no existe, pero la noticia no ha llegado todavía a todos. Nosotros, en nuestra oscuridad, todavía seguimos creyendo en ella. La de Vattimo parece una confesión poco humilde o, en todo caso, poco adecuada a los tiempos que corren.

Exactamente como si contraprogramase deliberadamente el célebre eslogan de la serie de televisión *Expediente X*, Richard Rorty formula de manera concisa el principio epistemológico del posmodernismo: “La verdad no está ahí fuera”.⁵

Podría detectarse, en la filosofía reciente, la confluencia de una serie de factores que han culminado en este inquietante adiós a la verdad. Ninguno de ellos puede considerarse responsable directo y único, pero la encrucijada de todos ellos, en el movimiento posmoderno, ha constituido una excelente puerta de acceso a la era de la posverdad. Los más significativos, de estos factores, son cuatro: desprestigio del pensamiento

4. Gianni Vattimo: *Adiós a la verdad*, p. 14.

5. Richard Rorty: *Contingencia, Ironía y Solidaridad*, Barcelona: Paidós, 1991, p. 25.

racional, relativismo radical, emotivismo y pragmatismo. La confluencia de los cuatro, en el pensamiento de los autores posmodernos, ha propiciado un cuestionamiento de la razón, una exaltación de las emociones y de la irracionalidad, una desvalorización de los hechos en favor de las interpretaciones y una definición de verdad en función del interés, que se han constituido en condiciones de posibilidad de la política de la posverdad. Y, claro, los pensadores inmersos en tales movimientos, los pensadores que han construido sus teorías en función de estas premisas, difícilmente podrán levantar la voz y aportar argumentos sólidos para oponerse, ahora, al desastre de la posverdad.

La teoría del conocimiento posmoderna había apostado por una huida de la realidad objetiva, un repliegue en las profundidades de la emotividad personal y, finalmente, un retorno al mundo haciendo valer, con humildad epistemológica, aquellos criterios puramente subjetivos que había hallado en el fondo del propio sentimiento. Es un proceso que no es nuevo: los poetas románticos habían vivido, de manera menos humilde pero más trágica, este repliegue-despliegue. La diferencia es que, mientras que los románticos, en el retorno a la realidad, universalizaban aquello que habían encontrado en su interior; los pensadores posmodernos, más coherentes con el proceso, renuncian a aquel afán universalizador de la propia subjetividad. Si has renunciado a la objetividad, no quieras retornar, más tarde, haciendo trampa: haciendo pasar tu emoción subjetiva por un dogma universal. Los posmodernos renuncian a la trampa que representaba reconstruir el mundo perdido, renuncian al consuelo ilusorio de Hölderlin y Keats de fabricar un mundo aparentemente racional a partir de la propia irracionalidad. Se trata de una trampa que, convenientemente instrumentalizada, llegó a dar una cierta cobertura a la barbarie monstruosa del holocausto. “Sería una brutalidad extrema interpretar nuestros propios logros insignificantes como si fueran universalmente

necesarios”,⁶ advertía Feyerabend. La idea de los posmodernos es simple: las grandes verdades sobre el mundo no expresan objetividades de ningún tipo, sino tan solo opciones subjetivas, preferencias emocionales, intereses particulares o identidades prefabricadas. Como no hay realidad objetiva, corresponde al propio sujeto definir los hechos. Todo depende de él. La verdad no es más que la propia visión del mundo y cualquier cosa se define en función de ella. Y en tal visión subjetiva entran, claro, componentes emocionales y pragmáticos.

En el mundo actual *verdad* se identifica con *aquello que quiero que sea verdad*. Hace unas décadas tal confusión de la realidad con la ficción habría sido catalogada, casi, como trastorno psicológico grave, pero ahora parece que las cosas no funcionan así. Es el extraño resultado de la particular lectura —está claro que interesada— que actualmente se lleva a cabo del pragmatismo clásico de John Dewey y William James. La verdad se ha desvinculado completamente de los hechos, se ha separado de ellos. El criterio de verdad no depende ya de los hechos, sino de la bondad o maldad del juicio. Y esta bondad se define en función de los resultados positivos que aporte creer en ella. Es decir: una creencia es verdadera si es buena, y es buena si satisface un deseo. Por tanto, la epistemología depende de la ética y la ética, a su vez, depende del sentimiento. La verdad de una creencia, por tanto, se define en función de su efectividad de cara a producir emociones agradables. La verdad, por eso, se define, en realidad, en función del interés. Verdad es aquello que me interesa que sea verdad.

En realidad, la teoría de James y Dewey es mucho más compleja y sutil,⁷ pero lo que nos interesa en este momento no es tanto profundizar en el pensamiento de los grandes

6. Paul Feyerabend: *¿Por qué no Platón?*, Madrid: Tecnos, 1985, p. 72.

7. Véase, por ejemplo, William James: *La voluntad de creer y otros ensayos*, México: Hispanoamérica, 1941. También, *Pragmatismo*, Madrid: Sarpe, 1984. John Dewey: *La miseria de la Epistemología*, Madrid: Biblioteca Nueva, 2000.

autores del pragmatismo clásico como entender la interpretación que de ellos se hace en el ámbito de la posverdad:⁸ los hechos reales no juegan ningún papel en la determinación de si un discurso es o no verdadero. Tal cosa depende del hecho de que se den o no consecuencias que satisfagan mis propios intereses. Si nos tomamos esta teoría filosófica al pie de la letra —como hacen algunos de los dirigentes políticos más célebres— resulta que la afirmación de que una cosa existe puede ser verdadera incluso en caso de que esta cosa no exista realmente. Pensemos, por ejemplo, en la masacre de Bowling Green o en las célebres armas de destrucción masiva...

Si eso es así, el gobernante, buen pragmatista, no tendrá inconveniente en abstraerse de los hechos y fabricar una narración de la realidad a la medida de sus intereses. Puede inventar la ficción histórica que más le favorezca y enseñarla en las escuelas o publicarla en los medios de comunicación que controle. Sin ningún tipo de remordimiento, porque la verdad histórica no tiene nada que ver, ya, con los hechos históricos. La utilidad pesa más que la realidad. La ética ya no se basa en principios objetivos, sino en “regulaciones a la carta”.⁹

¿Sin una noción de verdad que se sitúe por encima de los intereses particulares de los sujetos es posible construir una democracia auténtica? Parece difícil. Está claro que los

8. Ya el propio Dewey se lamentaba de la simplificación popular de su teoría: “Un concepto de la verdad que hace de ella un simple instrumento de ambición y exaltación privada es tan repulsivo que causa asombro que haya habido críticos que han atribuido ese concepto a unos hombres en su sano juicio. En realidad, verdad como utilidad significa servicio para contribuir a la reorganización de la experiencia que la idea o la teoría proclama que es capaz de realizar. No se mide la utilidad de una carretera por el grado en que se presta a los designios de un salteador de caminos. Se mide por cómo funciona en la realidad como tal carretera, como medio fácil y eficaz de transporte y de comunicación pública. Lo mismo ocurre con la aprovechabilidad de una idea o de una hipótesis como medida de su verdad” (John Dewey: *La reconstrucción de la filosofía*, Barcelona: Planeta-Agostini, 1986, p. 220).

9. Gilles Lipovetski: *El crepúsculo del deber*, Barcelona: Anagrama, 1992, p. 114.

nuevos gobernantes de este pragmatismo reductivista pueden, aparentemente, comprometerse en favor de la verdad, la justicia y la dignidad humana, pero lo harán mientras consideren que tal discurso favorece sus intereses. Hay que tener en cuenta, no obstante, que la duración de la verdad de tales valores dependerá de la variabilidad de sus intereses en un mundo tan cambiante como el de las estrategias políticas.

El emotivismo. El propio Aristóteles, autor fundamental —y extraordinariamente prolífico— en la historia de la lógica, se declaraba, no obstante, escéptico respecto a la efectividad del razonamiento lógico de cara a la persuasión. Pocas veces los seres humanos actuamos siguiendo reflexiones puramente racionales. Por eso, si de lo que se trata es de convencer, son mucho más efectivos aquellos argumentos que no van dirigidos a la razón, sino a las pasiones, a las *pathos*. Por ello los denominó “argumentos patéticos”. Buen conocedor de las técnicas de los sofistas, Aristóteles considera que son argumentos tramposos: el engaño radica en el hecho de que van dirigidos a suscitar sentimientos, a contagiar a las masas unas emociones que les llevarán a aceptar el discurso falaz como si fuera una verdad probada. En *La Retórica* lo explicaba con detalle: si lo que te interesa es influir en el juicio de alguien, deja de lado el *logos*, los argumentos realmente racionales, y procura llegarle al corazón, aunque sea mediante juego sucio. Si lo haces así, el oyente estará dispuesto a aceptar encantado la falacia más burda como si se tratase de un argumento imbatible, si confirma su opinión, y rechazará automáticamente, sin dudarlo, los argumentos más brillantes que la pongan en duda. Sin embargo, Aristóteles consideraba que el hecho de ser tan extraordinariamente eficaz no justifica el uso de esta técnica. Desde el punto de vista moral, es inaceptable.

Hoy en día, en cambio, parece que se da un extraño consenso en considerar que estas objeciones morales son cosa del pasado. El objetivo de las campañas electorales es ganar el máximo número de votos posibles para el candidato. Y todo

el mundo parece tener claro aquello que afirmaba Drew Westen: “Los datos de la ciencia política son patentes: la gente vota al candidato que le provoca los sentimientos adecuados, no al que presenta los mejores argumentos”.¹⁰ Todo el resto son sutilezas.

Por todo ello, los pensadores posmodernos han perdido, un poco por obligación y un poco por devoción, buena parte de la vocación crítica que debería caracterizar a los intelectuales.¹¹ En tanto que partícipes de las condiciones teóricas que la han posibilitado, no parecen estar en la mejor disposición para aportar alternativas a la posverdad, ni para introducir puntos de vista críticos o para cuestionar su uso por parte del poder. Por haber defendido con tanta pasión la desvinculación entre el discurso y los hechos, ahora solo les resta admitir que los hechos los define el propio sujeto, aunque este sea el presidente de los Estados Unidos y se llame Donald Trump. Y, claro, si no hay hechos objetivos, no hay manera de refutar el planteamiento de un adversario político. No hay puntos de referencia para la discusión. Y no hay manera, tampoco, de encontrar un criterio de demarcación entre, por un lado, información y, por el otro, opinión, valoración e interpretación. Los hechos se disuelven entre valoraciones e interpretaciones. Una perspectiva diferente comporta, obviamente, unos hechos alternativos.

Crees que es verdad aquello que dicen “los tuyos” y crees que no es verdad aquello que dicen los otros. Por ello, en la sociedad de la posverdad encontramos un cierto tribalismo epistemológico que muy fácilmente puede degenerar en tribalismo moral. El adiós a la verdad, pues, que había sido festejado como una exigencia irrenunciable del progreso democrático,

10. Drew Westen: *The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation*, Nueva York: Public Affairs, 2007, p. 125.

11. Un buen diagnóstico, aunque reducido al ámbito francés: Perry Anderson: *La pensée tiède. Un regard critique sur la culture française. Suivi de la pensée réchauffée*, París: Seuil, 2005.

puede girarse en contra de la propia democracia. Actualmente estamos empezando a verlo. Al diluir la noción de verdad desaparece, también, el espacio para un diálogo significativo, para un pensamiento crítico: sin puntos de referencia no puede darse ni control objetivo ni crítica intersubjetiva. La situación soñada por los protagonistas del totalitarismo de la posverdad.

El objetivo de este libro, pues, gira en torno a tres grandes bloques temáticos: analizar cómo ciertas filosofías han contribuido a crear la indiferencia hacia la verdad que caracteriza nuestra cultura, es decir, nuestro conformismo frente al engaño; describir los rasgos principales de la posverdad y, por último, describir cómo esta situación afecta al ejercicio efectivo de la política, reflexionar sobre las consecuencias respecto a la propia democracia. En definitiva: qué nos ha llevado a la posverdad, qué es la posverdad y qué se sigue de la posverdad.

© Joan García del Muro Solans, 2019
© de esta edición: Milenio Publicaciones SL, 2019
Sant Salvador, 8 - 25005 Lleida (España)
www.edmilenio.com
editorial@edmilenio.com
Primera edición: junio de 2019
ISBN: 978-84-9743-874-2
DL: L 612-2019
Impreso en Arts Gràfiques Bobalà, SL
www.bobala.cat

Printed in Spain

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, <www.cedro.org>) si necesita fotocopiar, escanear o hacer copias digitales de algún fragmento de esta obra.