

ÍNDICE

Proemio de Monseñor Joan-Enric Vives i Sicília, Arzobispo de Urgell.....	7
Prólogo de Francesc Torralba, Director de la Cátedra de Pensamiento Cristiano.....	11
El señor de los dígitos: internauta, poder simbólico y responsabilidad en el ciberespacio, de Carles Ruiz.....	15
¿Qué entendemos por posverdad?, de Joan García del Muro.....	43
El compromiso con la verdad. Discernimiento cristiano, de Francesc Torralba.....	71

PROEMIO

El anhelo de la verdad forma parte del corazón de todo ser humano. Deseamos conocer lo que son las cosas, aunque algunas veces la verdad es difícil de digerir.

La veracidad es, justamente, el imperativo de decir la verdad, el compromiso por hacerla crecer en la sociedad y en el marco de nuestras relaciones. Con frecuencia constatamos, sin embargo, que la verdad está tergiversada, ocultada y escondida por parte de determinados intereses. Y no solo en los medios de comunicación social, sino también en nuestra vida cotidiana, en el marco de nuestras relaciones. También observamos que en el ágora social circulan falsas verdades, mensajes engañosos que crean un ambiente confuso y abonan el terreno de la desconfianza.

El Santo Padre Francisco en la 52 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales se refirió en su mensaje al valor de la verdad. En él, nos invita a “redescubrir el valor de la profesión periodística y la responsabilidad personal de cada uno en la comunicación de la verdad”.

Somos plenamente conscientes de lo que se dice en el *Evangelio de san Juan*: “La verdad os hará libres” (Jn 8, 32), por ello creemos que el deber de veracidad es imprescindible para alcanzar una sociedad adulta y libre. La búsqueda de

la verdad es la base del trabajo científico, filosófico y teológico, y también debe serlo en el ámbito de la comunicación y de la vida política. A pesar de ello, observamos atónitos el crecimiento de noticias falsas en la gran esfera digital de las denominadas *fake news*.

El comunicador social se gana su credibilidad en la medida en que es fiel a los hechos y los relata con la máxima objetividad de que es capaz. Cuando sucumbe al engaño, a la distorsión o al esperpento, pierde su credibilidad y por consiguiente deja de ser digno de crédito. Cuando las falsas verdades circulan por la red se daña gratuitamente la imagen de personas y de instituciones y esto vulnera el derecho que toda persona física y jurídica tiene al honor, a la buena reputación y a su integridad moral.

Escribe el Papa Francisco en el mensaje citado: “El drama de la desinformación es desacreditar al otro, el presentarlo como enemigo, hasta llegar a la demonización que favorece los conflictos. Las noticias falsas revelan así la presencia de actitudes intolerantes e hipersensibles al mismo tiempo, con el único resultado de extender el peligro de la arrogancia y el odio. A esto conduce, en último análisis, la falsedad”.

Frente a la intoxicación digital que representan las *fake news*, hay que educar, en primer lugar, a los usuarios de la red, en su capacidad de discernimiento y de pensamiento crítico. No es lícito repetir miméticamente determinados mensajes sin contrastar su veracidad, sin preguntarse su base y verosimilitud. En este sentido, las instituciones educativas tienen una gran tarea a realizar: educar a los jóvenes en un uso responsable de las redes sociales y del consumo de noticias en la nube digital. Se da la paradoja de que vivimos en un poblado de informaciones de cualquier tipo, pero al mismo tiempo experimentamos una profunda desconfianza de las fuentes de información, cosa que nos deja huérfanos y, curiosamente, más desinformados que nunca.

Escribe el Papa Francisco: “Las *fake news* se convierten a menudo en virales, es decir, se difunden de modo veloz y difícilmente manejable, no a causa de la lógica de compartir que caracteriza a las redes sociales, sino más bien por la codicia insaciable que se enciende fácilmente en el ser humano”.

La persona libre no es esclava de intereses, ni está alienada por tópicos, prejuicios o estereotipos. Busca la verdad con pasión y está dispuesta, si cabe, a deshacer sus cómodas pseudoverdades. La opción por la verdad no se puede entender solo en el terreno conceptual. El cristiano está llamado a vivir su vida con integridad, con unidad de sentido, con coherencia, porque solo así es testimonio de Cristo vivo. La verdad es ser congruente con lo que se cree y serlo hasta las últimas consecuencias.

En la búsqueda de la verdad no estamos solos. El diálogo es el principal camino hacia el discernimiento de la verdad. No somos dioses. Estamos llamados a escucharnos y a aprender de los demás. “La verdad, por tanto —dice el Papa Francisco—, no se alcanza realmente cuando se impone como algo extrínseco e impersonal; en cambio, brota de relaciones libres entre las personas, en la escucha recíproca”.

El Seminario que la Cátedra de Pensamiento Cristiano celebra anualmente en Sant Julià de Lòria (Principado de Andorra) fue un ámbito de diálogo, de intercambio de palabras y de escucha para discernir cómo combatir las *fake news* y transitar del paradigma de la posverdad a la verdad. Las conferencias que se dictaron están publicadas en este libro para que el lector pueda persistir en su reflexión personal. El tema es de suma actualidad y está en juego ni más ni menos que la confianza social, la base de la vida en común. Como dice el Santo Padre Francisco: “El mejor antídoto contra las falsedades no son las estrategias, sino las personas, personas que, libres de la codicia, están dispuestas a escuchar, y permiten que la verdad emerja a través de la fatiga de un diálogo

sincero; personas que, atraídas por el bien, se responsabilizan en el uso del lenguaje”.

Monseñor JOAN-ENRIC VIVES I SICÍLIA
Arzobispo de Urgell

PRÓLOGO

El compromiso con la verdad presupone tener el valor de mirar. Vivimos de representaciones tópicas. Reducimos la complejidad de la realidad en pequeños compartimentos y en cada uno de ellos ponemos un conjunto de individualidades. Estas representaciones son pequeños mapas mentales, taxonomías artificiales profundamente equívocas. En el mismo cajón ponemos individualidades muy distintas, pero, como tienen unas características comunes, las ponemos en el mismo segmento y las explicamos por las características genéricas.

Sin embargo, el individuo es inefable. No se puede concebir, ni se puede equiparar a los demás. Dejarse interpelar por él es atreverse a deshacerse de representaciones técnicas, desarreglar los mapas mentales y darse cuenta de una realidad muy obvia, que cada ser es único e irrepetible, que cada alumno es diferente, aunque todos estén sentados en la misma aula; que cada indigente es diferente, aunque todos pidan en la calle, que cada enfermo es singular, aunque todos estén en cama.

Hay individualidades que si tuviéramos la audacia de mirar y de acoger a fondo, nos causarían una gran conmoción. Generalmente, sin embargo, pasamos de largo o bien no nos dejamos penetrar por sus ojos. Son figuras humanas que nos advierten con su mirada, que nos suplican ayuda, que nos piden respuestas, pero que tratamos de esquivar, porque si tuviéramos

el valor de dejarnos interrogar por ellas, sentiríamos vergüenza de nosotros mismos. Vergüenza de no responder, vergüenza de no ayudar, vergüenza de ser tan insensibles.

Escribe el teólogo católico Johann Baptist Metz: “No te puedes dejar dominar por clichés sin ojos. Tienes que dejarte mirar sin más. Pues, ¿acaso no existe también en nosotros un miedo elemental a ser vistos, a ser mirados? ¿Quién soporta este torrente de miradas mudas, estos innumerables ojos de la miseria que clama al cielo, o que ya no clama porque hace tiempo que ha perdido el habla? De este ser mirados surge un horizonte de responsabilidad respecto a estados de situaciones que no hemos provocado nosotros mismos. Estos ojos sin sueños ni deseos reclaman una solidaridad que va mucho más allá de nuestra sabida moral familiar y vecinal”.¹

Este miedo elemental al que se refiere Johann Baptist Metz se traduce en un mecanismo de defensa, en una barrera puesta expresamente. Tengo miedo de lo que el otro me pueda decir, tengo miedo de lo que me pueda reclamar, tengo miedo que desordene mi sistema de valores y en consecuencia no me dejo mirar por él, no me dejo atrapar por sus ojos, no me pongo a merced de su relato, no estoy disponible. Esta indisposición es una expresión de falta de sensibilidad ética.

La incapacidad de soportar estas miradas mudas de personas que sufren gravemente y que nos solicitan una respuesta a través de sus miradas es una expresión de nuestra debilidad moral, de la debilidad de nuestro carácter. No estamos dispuestos a conmovernos, porque nos falta solidez y tenemos miedo de perdernos a nosotros mismos. Si nos amurallamos en el pequeño mundo, en las rutinas de cada día, en las pequeñas alegrías y tristezas, la vida se puede trajinar, pero si damos cabida a la tragedia de los demás, a sus ojos que nos miran con desesperación, todo se conmueve.

1. J. B. METZ, *Por una mística de los ojos abiertos*, Herder, Barcelona, 2013, pp. 56-57.

Lo que reclaman estas miradas es una respuesta solidaria, una ayuda mutua, pero para conseguirlo hay que resistirlas, dejar que perforen al personaje social que somos y darnos cuenta de que, más allá de los tópicos, de las clases sociales y de los segmentos, somos igualmente frágiles e indigentes, y estamos igualmente expuestos a la enfermedad, al envejecimiento y a la muerte.

No obstante, con frecuencia, la respuesta que damos, lejos de expresar esta solidaridad básica y elemental con el otro, que se fundamenta en el sentimiento de unión, de interdependencia, es una huida hacia adelante, un acto de beneficencia que sirve para purgar, momentáneamente, la mala consciencia con la máxima velocidad posible y así espantar al demonio del miedo, el miedo de dejarnos mirar fijamente por los ojos de los que sufren.

FRANCESC TORRALBA

Director de la Cátedra de Pensamiento Cristiano

EL SEÑOR DE LOS DÍGITOS: INTERNAUTA, PODER SIMBÓLICO Y RESPONSABILIDAD EN EL CIBERESPACIO

Carles Ruiz

El mismo año que caía el muro de Berlín, Tim Berners-Lee empezaba a tejer una telaraña que muy pronto recibiría un nombre que ha llegado a ser central en nuestra vida: Internet. Un mundo se hundía y otro emergía. Treinta años después, se hace difícil pensar en el ser humano sin una máquina. De hecho, las personas están habituadas a traspasar, a través de múltiples pantallas, la frontera que separa estos dos mundos, y cada vez dedican más tiempo a *vivir* en el ciberespacio.¹ Asistimos a un cambio de mundo y la tecnología ha actuado, sin lugar a dudas, como palanca de este cambio, sobre todo la tecnología de la comunicación y de la información. Nos interesa fijarnos en nosotros mismos en calidad de audiencia, una audiencia que no tiene nada que ver con la que hasta no hace muchos años aún compartía sofá y miraba con los demás el televisor, una escena ya obsoleta. Porque la tecnología también nos ha transformado y nos ha otorgado un poder inmenso. Somos la audiencia activa, fruto de un parto

1. En el conjunto de España, cada persona pasa en Internet un promedio de 5,18 horas diarias, según el informe de abril de 2019 de la plataforma WeareSocial [<https://wearesocial.com/uk/digital-2019>]. La encuesta Navegantes en la Red-AIMC-Asociación Para la Investigación de Medios de Comunicación de marzo de 2019 afirma que un 25,4% de los internautas pasan entre 4 y 8 horas en Internet, y casi un 15% más de 8 horas [<https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>].

tecnológico que ha convertido al receptor en emisor de contenidos que pueden tener alcance global. Pero, ¿de qué poder se trata? De poder simbólico. Todos tenemos aún la capacidad de influir en los acontecimientos y en el pensamiento de los demás. Por tanto, este poder simbólico se desplaza, rompiendo la hegemonía de las instituciones que históricamente habían tenido este poder, como los medios de comunicación. Y miles de millones de internautas pueden hacer uso de este poder de una forma sencilla, a través de cualquier dispositivo que nos conecte a la red. La importancia de esta metamorfosis comunicativa se vio reflejada en la portada de la prestigiosa revista *Time*, cuando designó como personaje del año 2006 a los internautas (*You*) quizás con un exceso de entusiasmo, “para fundar y estructurar la nueva democracia digital”.² Nació la denominada audiencia activa o audiencia participativa. Pero aquel optimismo inicial se ha ido apaciguando con los resultados de investigaciones empíricas que ofrecían una realidad menos entusiasta. Antes de concretar este nuevo poder simbólico que posee el internauta y su relación con la democracia, conviene hacer algunas reflexiones de contexto, sobre todo sobre la tecnología y el ser humano.

Elementos de un nuevo escenario

Una cuestión fundamental sobre la tecnología fue abordada por el antropólogo Lluís Duch.³ Y lo hizo al comparar la técnica y la tecnología. En la primera, decía Duch, es el ser humano quien traza la finalidad. Es decir, construimos instrumentos u objetos porque antes hemos pensado que este objeto o instrumento nos resolverá un problema que tenemos planteado. Un vaso soluciona el problema de contener el agua

2. <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>.

3. Lluís Duch pronunció la conferencia “La crisi en la transmissió de valors” en la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna el 8 de junio de 2017. Fue la conferencia inaugural del IX Congrés Internacional *Comunicació i Realitat* que organiza la Facultat.

que necesitamos para beber. En el caso de la tecnología, en cambio, es ella la que traza la finalidad. Desde este punto de vista podemos afirmar que determinadas tecnologías que están transformando profundamente nuestra vida social, lo hacen sin que haya existido ningún debate previo. Es decir, las profundas transformaciones que experimentamos se deciden en los despachos de las grandes empresas tecnológicas sin que las instancias legitimadas en democracia para hacerlo formen parte de ello.⁴ Es lo que el sociólogo Ulrich Beck denomina *impolítica*.⁵ El progreso substituye al consenso. No se trata de oponerse a las innovaciones tecnológicas, cosa que sería absurda. Lo que planteamos es que, en una democracia, la instancia política tiene que debatir sobre las repercusiones de la tecnología en la sociedad, tiene que trazar su finalidad. La síntesis de este primer aspecto sería: tecnología sí, pero para qué.

Una segunda cuestión que debemos tratar es la de las denominadas tecnologías intelectuales. La imprenta lo es. La TV lo es. Y lo que conocemos como Internet, también. Son tecnologías que afectan al conocimiento, que afectan a la forma de entender el mundo. Porque orientan al pensamiento. Esta idea ya está presente, por ejemplo, en Karl Marx, que comprendió que la tecnología crea las estructuras a través de las cuales la gente percibe la realidad. “Lo que los individuos son depende, por tanto, de las condiciones materiales de

4. RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, R. (2019). “Cómo la tecnología cambia nuestros trabajos”. https://elpais.com/elpais/2019/07/03/opinion/1562170715_473763.html. La autora describe en este artículo algunas transformaciones importantes: “La desfiguración del tiempo y el lugar de trabajo y el borrado de fronteras entre la vida profesional y la vida privada, con instituciones centrales como el teletrabajo o el derecho a la desconexión; el fortalecimiento de los poderes empresariales de organización del trabajo, vigilancia y control del mismo que permite la tecnología y convierte a la empresa en poco menos que *un gran hermano digital* y cómo ello afecta a los derechos de intimidad y protección de datos de los trabajadores (...) Las anteriores cuestiones nos interpelan como sociedad, pero apenas están presentes en la agenda pública.”

5. BECK, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.

producción”, afirma en su obra *La ideología alemana*.⁶ Como explica Neil Postman,⁷ esta relación que establece Marx entre condiciones tecnológicas, vida simbólica y hábitos psíquicos, no era original. Una idea que sintetizó en una célebre frase Marshall McLuhan: “El medio es el mensaje”. Por tanto, cuando hablamos de Internet, no hablamos de una exprimidora, sino de una tecnología que, al menos, no tiene repercusiones epistemológicas.

Nicholas Carr sigue los pasos de los autores anteriores. Y le preocupa Internet, “un ecosistema de tecnologías de la interrupción”, una “cacofonía de estímulos”⁸ que dificulta nuestra atención. De hecho, cuando abrimos un dispositivo, establecemos dos combates por la atención. El de la propia tecnología que utilizamos, y el de los contenidos de los medios digitales o de los usuarios que nos persiguen para seducirnos. De esta forma, el pensamiento lineal que potencia la tecnología de la imprenta se ve alterado por informaciones que nos llegan con “bombardeos cortos, descoordinados y con frecuencia solapados”. La tecnología de Internet nos desorienta por su sobrecarga cognitiva y con cada cambio de atención obligamos a nuestro cerebro a reorientarse, hecho que sobrecarga aún más nuestros recursos mentales. Esta sobrecarga cognitiva puede alterar la lectura y la comprensión.

Cada vez hay más voces que alertan sobre esta repercusión en el conocimiento. Escuchamos algunas de ellas. Sheri Madigan, investigadora de la Universidad de Calgary, dirigió un estudio con 2.400 niños canadienses que concluyó que cuanto más tiempo pasaban frente a las pantallas a los dos o tres años, peor era su rendimiento a los tres y cinco años cuando

6. MARK, K.; ENGELS, F. (2014). *La ideología alemana*. Madrid: Akal.

7. POSTMAN, N. (2018). *Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología*. Madrid: Ediciones El Salmón.

8. CARR, N. (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.

estaban sometidos a un test de desarrollo.⁹ En Finlandia, uno de los países de referencia mundial por lo que concierne al sistema educativo, hay preocupación por los descensos en el *ranking* Pisa. Una investigación de la Universidad de Helsinki consideró que una de las razones de este descenso era el incremento en el uso de materiales digitales de aprendizaje.¹⁰ Los estudiantes se distraen fácilmente con los dispositivos, que con frecuencia utilizan por cuestiones diferentes en el trabajo académico. Marianne Wolf está interesada en el impacto de los medios digitales en la lectura.¹¹ La autora centra su atención en los procesos de lectura profunda que consisten en un conocimiento interiorizado, un razonamiento analógico e interferencia, en la toma de perspectivas y empatía, en el análisis crítico y en la generación de conocimientos. Y considera que estos procesos están amenazados por la lectura digital. Y un último apunte en forma de pregunta: ¿por qué los tecnólogos de Silicon Valley no quieren que sus hijos utilicen los dispositivos que ellos fabrican?¹²

Una tercera idea para continuar dibujando el contexto es terminológica. Si la realidad cambia, la pregunta es si los conceptos que hemos heredado del pasado son eficaces para explicar el cambio actual o son, como dice el sociólogo Ulrich Beck, *conceptos zombies*.¹³ En este caso, hay que reflexionar sobre la necesidad de una revisión de los conceptos que hemos utilizado hasta ahora, sobre todo cuando el objeto

9. SALAS, J. (2019). "Un nuevo estudio asocia el uso de pantallas con un peor desarrollo de los niños". https://elpais.com/tecnologia/2019/01/27/actualidad/1548622827_861352.html.

10. YLE (2018). "Finland's digital-based curriculum impedes learning, researcher finds". https://yle.fi/uutiset/osasto/news/finlands_digitalbased_curriculum_impedes_learning_researcher_finds/10514984.

11. WOLF, M. (2018). *Reader, Come Home: the Reading Brain in a Digital World*. Nueva York: Harper Collins.

12. BOWLES, N. (2018). "A Dark Consensus About Screens and Kids Begins to Emerge in Silicon Valley". <https://www.nytimes.com/2018/10/26/style/phones-children-silicon-valley.html?ref=nyt-es&mcid=nyt-es&subid=article>.

13. BECK, U.; WILLMS, J. (2004). *Conversations with Ulrich Beck*. Cambridge: Polity Press.

de estudio —el ciberespacio— solo tiene una constante: el cambio continuo. Hasta no hace mucho, los estudios sobre comunicación hablaban sin problemas del espacio mediático, un espacio público en el que los medios de comunicación eran hegemónicos y tenían la llave para acceder a la audiencia. Pero la tecnología, como hemos dicho, ha posibilitado la irrupción de la audiencia activa, de las redes sociales, y ahora este espacio está habitado por miles de millones de individuos, de instituciones y también de medios de comunicación. Pero ya no sirve la denominación de espacio mediático. El ciberespacio es el nuevo territorio que se escapa de la geografía. Es un *no lugar*. Lo define el antropólogo Marc Augé.¹⁴ Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un *no lugar* es un espacio que no se puede definir como espacio de identidad, ni relacional ni histórico. No es un espacio antropológico. Augé considera que este *no lugar* posibilita una comunicación extraña, que pone en contacto al individuo con otra imagen de sí mismo. El *no lugar* presupone un mundo prometido a “la individualidad solitaria, al hecho provisional y a lo efímero”.

Otro concepto a revisar es el concepto habermasiano de esfera pública.¹⁵ Porque ya no está unificada, ni los medios de comunicación ejercen un rol hegemónico ni disponen de audiencias masivas. Quizás hemos de hablar en plural, de esferas públicas, porque Internet es un *no lugar* de audiencias hiperfragmentadas. Algunas veces, la propia tecnología establece la denominación y así hablamos de la *Twittesfera* o de la blogosfera. En otras ocasiones, las esferas nacen y mueren porque se articulan alrededor de públicos temporales que se desvanecen cuando acaba el interés por un tema en concreto.

14. AUGÉ, M. (2008). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

15. MASIP, P.; RUIZ, C.; SUAÚ, J. (2019). “Active Audiencies and Social Discussion on the Digital Public Sphere. Review Article”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 2, e280204.

© Joan García del Muro Solans, Carles Ruiz Caballero
y Francesc Torralba Roselló, 2019

© del proemio: Joan Enric Vives i Sicília, 2019

© del prólogo: Francesc Torralba Roselló, 2019

© de esta edición: Milenio Publicaciones SL, 2020

Sant Salvador, 8 - 25005 Lleida (España)

www.edmilenio.com

editorial@edmilenio.com

Primera edición: junio de 2020

ISBN: 978-84-9743-909-1

DL: L 247-2020

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.