

ECOLOGÍA DE LA DESINFORMACIÓN Y SU IMPACTO EN EL ESPACIO PÚBLICO



Editado por Guillermo López García



PETER LANG

Library of Congress Cataloging-in-Publication Control Number: 2022046335

Bibliographic information published by **Die Deutsche Nationalbibliothek**.
Die Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the "Deutsche
Nationalbibliografie"; detailed bibliographic data are available
on the Internet at <http://dnb.d-nb.de/>.

ISSN 1525-9730 (print)
ISBN 978-1-4331-8621-9 (hardcover)
ISBN 978-1-4331-8634-9 (softcover)
ISBN 978-1-4331-8622-6 (ebook pdf)
ISBN 978-1-4331-8623-3 (epub)
DOI 10.3726/b20308

© 2023 Peter Lang Publishing, Inc., New York
80 Broad Street, 5th floor, New York, NY 10004
www.peterlang.com

All rights reserved.
Reprint or reproduction, even partially, in all forms such as microfilm,
xerography, microfiche, microcard, and offset strictly prohibited.

Índice

Lista de ilustraciones	vii
Agradecimientos	ix
1. Introducción: Comunicación y desinformación Guillermo López García	1
2. La estructura de la producción del discurso político. <i>The war room</i> : versión española Josep Gavalda Roca	9
3. Sesgos cognitivos, tribus morales y espacio social como condicionantes de la desinformación Lidia Valera-Ordaz y Marina Requena-i-Mora	27
4. Dimensiones estructural, económica y pragmática de la crisis de la (des)información Dafne Calvo, Germán Llorca-Abad y Lorena Cano-Orón	49
5. La televisión ante la desinformación: historia, géneros y difusión Àlvar Peris-Blanes, Juan Pecourt, Adolfo Carratalá y Sebastián Sánchez-Castillo	73

6.	Desinformación y principios profesionales. Una aproximación cualitativa a los desafíos para periodistas y verificadores Dolors Palau-Sampio y Dafne Calvo	95
7.	La deconstrucción de la información: tipologías de desinformación en redes sociales Lorena Cano-Orón, Dafne Calvo, Rosanna Mestre y Marta Meneu	113
8.	Mentiras, ideología y medios sociales. Topografía de la desinformación en la comunicación política digital Vicente Fenoll y José Gamir-Ríos	137
9.	La mentira antes de la posverdad. Desinformación y propaganda Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego	157
10.	De la verdad como ideal a la posverdad como realidad Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego	173
	Acerca de las y los autores	191

Lista de ilustraciones

Capítulo 3, Gráfico 1. Asociación entre negacionistas del cambio climático y variables socioeconómicas	36
Capítulo 3, Gráfico 2. Asociación entre negacionistas del cambio climático e ideología política	38
Capítulo 3, Gráfico 3. Asociación entre ocupación, nivel de estudios y autoubicación en el espectro ideológico en la derecha o en la extrema derecha	40
Capítulo 3, Gráfico 4. Espacio social de los negacionistas del cambio climático	41
Capítulo 4, Imagen 1. Noticia de <i>La Vanguardia</i> de poca relevancia que ejemplifica las nuevas rutinas de producción	54
Capítulo 4, Imagen 2. Ejemplos de algunas cuentas de Twitter de <i>El País</i> ..	54
Capítulo 4, Imagen 3. Ejemplo de cobertura informativa del <i>doodle</i> del inicio del verano de 2021	55
Capítulo 4, Imagen 4. Página de suscripción de <i>The Washington Post</i>	58
Capítulo 4, Imagen 5. Mensaje publicado por la cuenta @AhorraClics	60
Capítulo 4, Imagen 6. Titular de <i>EuropaPress</i> sobre un estudio de Barlovento Televisión	62
Capítulo 4, Imagen 7. Página de suscripción de <i>El País</i>	63
Capítulo 4, Imagen 8. Noticia en <i>Antena 3</i>	63

Capítulo 4, Imagen 9. Tendencias en España de Twitter el 20/07/2021 a las 17:30	65
Capítulo 4, Figura 1. Dimensiones del ecosistema informativo	68
Capítulo 6, Figura 1. Evolución de las publicaciones	100
Capítulo 6, Figura 2. Artículos sobre <i>fact-checking</i> y desinformación con metodología cualitativa	101
Capítulo 7, Figura 1. Diagrama de la gravedad de los bulos	119

De la verdad como ideal a la posverdad como realidad

ANTONIO LAGUNA-PLATERO

(Universidad de Valencia)

FRANCES-ANDREU MARTÍNEZ-GALLEGO

(Universidad de Valencia)

“Quien quiere hoy día combatir la mentira y la ignorancia y escribir la verdad, tiene que vencer por lo menos cinco dificultades. Deberá *tener el valor* de escribir la verdad, aun cuando sea reprimida por doquier; la *perspicacia* de reconocerla, aun cuando sea solapada por doquier; el *arte* de hacerla manejable como un arma; *criterio* para escoger a aquellos en cuyas manos se haga eficaz; *astucia* para propagarla entre éstos” (Brecht, 1972: 157–171).

Había pasado antes, pero en lugares con cierta tradición autoritaria, no como en aquel año de 2016: la piedra clave del sistema democrático, el sufragio universal, daba como resultado el triunfo de un candidato mentiroso en Estados Unidos y de una alternativa falsa y falseada en Gran Bretaña. Cunas de la revolución liberal en los siglos XVII y XVIII; espacios de la vanguardia en la construcción de la democracia. Sonaron las alarmas por cómo se planteó la propaganda en uno y otro —con una apelación reiterada a la autoestima, al orgullo tribal y al sentimiento de pertenencia— y, sobre todo, por el papel tan protagonista que jugó la desinformación en las estrategias comunicativas. De aquí que aquel 2016 fuese proclamado como año de la posverdad. Si hasta entonces el estudio de la verdad como principio había ocupado a filósofos, juristas y politólogos, a partir de ese momento, el tema de la verdad informativa pasó a ocupar y preocupar a un número muy elevado de investigadores de la comunicación y, sobre todo, profesionales del periodismo, lo que se ha traducido en una amplia colección de publicaciones desde entonces (Alandete, 2019; Aparici y García, 2019; Badillo, 2019; D’Ancona, 2019; Kakutani, 2019; Levitin, 2019; Lozano, 2020; McIntyre, 2019; Morales, 2018; Tranche, 2019).

Todas las obras citadas coinciden, en mayor o menor medida, en tres aspectos básicos. En primer lugar, en la deriva del sistema democrático al debilitarse la base objetiva sobre la que opera el sistema informativo, dando como resultado una progresiva pérdida de credibilidad de los medios de comunicación. En segundo lugar, en que la multiplicación de bulos, mentiras y desinformaciones se debe en buena medida a la impunidad que ofrece un sistema de comunicación, el de las redes sociales, donde los filtros de verificación y contrastación han desaparecido, y donde el deseo de creer e identificarse con el grupo se impone al de saber y comprender. Y, por último, aunque son los menos, algunos de estos estudios vinculan la era de la posverdad con la deriva del sistema capitalista, especialmente, tras el giro neoliberal que se impuso a fines del siglo pasado. Sin embargo, más allá del diagnóstico de los efectos, resulta imprescindible evaluar los grandes acontecimientos que determinaron tal deriva de un principio tan básico. Un principio, la verdad, que fue elevado a la categoría de ideal nada más abrir los ojos tras la pesadilla de la II Guerra Mundial. Fueron numerosas las voces, los estudios y hasta las experiencias que en la segunda mitad del siglo pasado reivindicaron la verdad como ideal, que plantearon, en nombre de la verdad, el sentido del sistema democrático.

1. EN EL NOMBRE DE LA DEMOCRACIA: LA REIVINDICACIÓN DE LA VERDAD

En 1964 Hannah Arendt escribió la primera versión de un ensayo sobre la controversia causada por la publicación de un texto suyo, *Eichmann en Jerusalén: un estudio sobre la banalidad del mal*, con el título de “Verdad y política”. Como Kant y Constant, se preguntó por la licitud de utilizar la verdad en cualquier ocasión y, a la par, pretendió defenderse de lo que ella entendía como ingente cantidad de mentiras vertidas a propósito del libro en el que la filósofa se hacía preguntas sobre el mal partiendo del juicio que en 1961 se había llevado a cabo en Jerusalén con relación al coronel de la SS Adolf Eichmann, encargado de organizar la logística de los transportes de judíos a los campos de concentración. Arendt argumentó que las verdades “de razón”, las asignadas a la ciencia tenían una gran solidez, pero no así las verdades “de hecho”, referidas a los acontecimientos, sobre las que fragua la política. Las verdades de hecho son vulnerables, puesto que pueden ser borradas, deformadas o difamadas por el poder político, al que le hubiese gustado que las cosas sucediesen de otra manera y que, por este proceder, dañe a la verdad a veces de manera persistente. De ese modo, el poder político puede construir la mentira que no solo omite, manipula o tergiversa los hechos, sino que impide la comprobación objetiva de lo ocurrido. De ahí que, con rotundidad, la filósofa afirme que “la libertad de opinión es una farsa si no se garantiza la información objetiva y no se

aceptan los hechos mismos” (Arendt, 2017: 35). La mentira es sumamente útil al poder para reescribir la historia, para modificar la realidad o para generar confusión. La verdad limita el poder de los gobernantes, al no poder ser monopolizada por nadie y tener un carácter coactivo: es la que es.

Arendt enfatizaba el carácter destructivo de la mentira moderna, que se separa de la tradicional porque ya no hace referencia a cuestiones secretas, sino conocidas y, por ende, tiene un alcance social inédito; porque ya no se trata de una mentira dirigida al enemigo (exterior) para engañarlo, sino de una mentira masiva que trata de equivocar a los propios; y porque, en la antigua política, el mentiroso solía pertenecer al estrecho núcleo de estadísticas y diplomáticos y era muy consciente del engaño (los *arcana imperii*, a la postre, preservaban la verdad), mientras que la mentira política moderna consiste no solo en construir mentiras, sino en quedar subsumido por ellas: creérselas. La fábrica de la mentira política moderna hace que su fabricante pierda rápidamente el control y necesite de nuevas mentiras para allanar su camino.

Arendt no situaba su análisis desde dentro de la política, sino desde fuera. Había sido enviada por *The New Yorker* a Jerusalén, a cubrir el asunto Eichmann. De ahí que su texto se abone a la verdad como forma de control al poder. Arendt elaboró un reportaje desde la soledad del periodista (“no comprometerse, ser imparcial y liberarse del egoísmo a la hora de pensar y juzgar”) que afila la verdad para entrar en combate con las múltiples mentiras y tergiversaciones que sobre el episodio se estaban vertiendo. También desde una mirada periodística escribió en 1972 “La mentira en política”, su reflexión sobre los famosos *Pentagon Papers*, los documentos secretos del Ministerio de Defensa de EE. UU. que ponían de manifiesto la implicación del país en Vietnam entre 1945 y 1968 y que, al ser publicados en las páginas de *The Washington Post* mostraron que la presidencia estadounidense había mentido en la sede de la soberanía popular y, por supuesto, al país a través de los medios de difusión. Arendt (2017: 89–90) volvía a hablar de la vulnerabilidad de los hechos: “Las verdades factuales nunca son irresistiblemente ciertas”. La mentira elaborada por quien ha preparado su relato para el consumo público resulta, muchas veces, más atractiva que la verdad, porque “la realidad tiene la desconcertante costumbre de enfrentarnos con lo inesperado”.

Arendt concluía, entre otras cosas, que “el hecho de que, durante años, el público haya tenido acceso a material que el Gobierno trató inútilmente de mantener oculto constituye la mayor prueba de la integridad y poder de la prensa (...): si la prensa es libre y no está corrompida, tiene una función de enorme importancia que cumplir y puede ser justamente denominada la cuarta rama del gobierno” (2017: 140).

En un intento de darle la razón, dos periodistas del *Washington Post*, Woodward y Bernstein realizaron un buen trabajo de investigación periodística a propósito de las escuchas ilegales y sustracción de documentos realizadas por el partido

Republicano en la sede del Demócrata. El caso fue portada en 1972 y 1973. Fue el *affaire Watergate*, que a la postre se cobraría la dimisión del presidente Nixon, en 1974.

La vigilancia de los medios de comunicación resultó, para Arendt o Woodward y Bernstein, entre otros (de Edward R. Murrow a Kapuscinski), el gran antídoto contra la propensión maquiavélica de los hombres políticos. En ese sentido, la prensa era parte integral, fundamental, del Gobierno. Sin ella, la democracia estaba muerta. Obviamente, la concepción de la prensa como perro guardián de la verdad que sustenta la democracia tiene una porción mítica. Curran (2005: 13-86) la llama la narrativa liberal, convencido de que los medios de comunicación fueron esenciales y siguen fortaleciendo a la democracia. Esta narrativa no deja de mencionar la relevancia de los magnates de la prensa o de la publicidad a la hora de condicionar la labor de los periodistas, que no cabe tratar como espíritus puros y entre los cuales existe una gran variedad tanto en géneros como en éticas, pero, con todo, afirma que la intermediación de la prensa es esencial para establecer los hechos sobre los que descansa la conversación pública y que, sin ellos, la democracia se aboca a la corrupción (Starr, 2004).

Esta poderosa narrativa del perro guardián no entra a fondo en cómo los medios de comunicación dejan en gran medida incólume la mentira enclavada en la publicidad y en los mecanismos de creación de deseos que deben transformarse en consumo, y tampoco aborda la capacidad de crear consenso social por parte de los poderes hegemónicos y de los propios medios de comunicación. Para corregir esta óptica, Noam Chomsky y Edward S. Herman acuñaron, en 1988, el denominado modelo de propaganda o de manufactura del consentimiento, según el cual los medios aplican una serie de filtros que orientan su definición de los hechos noticiosos, a saber, la propiedad de los medios, la publicidad (fuente de ingresos del medio), la preeminencia de ciertas fuentes informativas que genera gran dependencia por parte de los medios, las amenazas o acciones punitivas —a veces de corte legal— con la que los gobiernos aplican medidas correctivas sobre los medios, o la ideología del libre mercado (Chomsky y Herman, 1988).

El modelo de la construcción del consentimiento, sin embargo, no impide que el periodista pueda jugar un papel esencial en el mantenimiento del *corpus* básico de la democracia liberal, por más que también juegue su papel en la marginación de futuros alternativos, al menos si tratamos de los medios de gran audiencia y no de los medios partisanos. Existe una demostración empírica del papel relevante de la intermediación periodística: cuando falta, la concentración de poder, el menoscabo de los derechos civiles o las propuestas autoritarias (por más que digan ampararse en la democracia), proliferan.

Llegados a este punto, resulta obvio que la actual posverdad tiene más de un afluente a lo largo de la historia. Sobre todo, la mentira y la desinformación son notorias en todas las formas de poder y control social. Pero también es cierto que

existe una dialéctica histórica entre mentira y verdad y que sustanciarla con un “siempre se ha mentado en política y siempre se mentirá”, no sirve para nada en términos explicativos. Cuando después de finalizada la II Guerra Mundial se abordó la reconstrucción política y económica de los países democráticos europeos, hubo una experiencia que todos tenían claro que había que superar. Todos, en mayor o menor medida, coincidieron en que la propaganda y su nutriente básico, la mentira, habían sido un factor coadyuvante del enfrentamiento. Por eso surgieron los controles públicos para garantizar la ética informativa en forma de consejos asesores. También irrumpió un pacto no escrito entre medios de comunicación y gobiernos, en lo que se llamó “la responsabilidad social de los medios” (Sieber, Peterson, Schramm 1956; Álvarez, 1987: 122–123). Una teoría que conecta con uno de los principios básicos de la democracia deliberativa, el de la opinión bien informada a partir de la reconstrucción fidedigna y contrastada que los medios ofrecen de los hechos. Significa que, sin un consenso básico entre lo que es real y objetivo, y lo que es falso o inventado, no puede funcionar el sistema democrático. Como dijo Barack Obama, la democracia requiere de “una base común de hechos” (Kakutani, 2019: 10). O dicho a la inversa, tal y como lo postuló la propia Arendt (2006, 595): “El objeto ideal de la dominación totalitaria no es el nazi convencido o el comunista convencido, sino las personas para quienes ya no existen la distinción entre el hecho y la ficción (es decir, la realidad empírica) y la distinción entre lo verdadero y lo falso (es decir, las normas del pensamiento)”.

2. LA PRIMERA DERIVA: EL TRIUNFO DEL RELATIVISMO POSMODERNO

En 1979, François Lyotard escribió *La condición posmoderna* y, ese mismo año, Margaret Thatcher ganaba las elecciones en Reino Unido. Comenzaba un tiempo diferente. El giro neoconservador o ultraliberal que inician Gran Bretaña y Estados Unidos en los ochenta y que se generaliza a partir de 1989 con motivo de la caída del muro de Berlín, cambia las reglas del juego en democracia, que hasta entonces pasaban por los consensos sobre los hechos para extraer de ellos la verdad (una verdad, obviamente, intersubjetiva). El acontecimiento fue bautizado como el fin de la historia por Francis Fukuyama (1992), que pensó que había llegado la hora del reino eterno de la democracia liberal: en 2019 admitió que había pecado de optimista y que incluso “antes de la elección de Trump, escribí que las instituciones estadounidenses se degradaban a medida que poderosos grupos de interés cooptaban progresivamente el Estado y éste quedaba limitado a una estructura rígida incapaz de reformarse”. En realidad, Gran Bretaña y Estados Unidos, en vez de abanderar una profundización en la democracia liberal, se dejaron caer por la pendiente de “nacionalismo cerrado”, de las políticas de identidad (Fukuyama,

2019). Trump, pero también el Brexit británico, o la corrupción democrática (algunos lo llaman iliberalismo, otros autoritarismos) en Hungría con Orban, en Turquía con Erdogan, en Rusia con Putin, en Israel con Netanyahu, en Polonia con Andrzej Duda, en Venezuela con Chávez-Maduro, etc., son la evidencia de que los pactos —entre ellos, el de la responsabilidad social de los medios— alcanzados tras la segunda guerra mundial, han quedado arrumbados.

En efecto, la caída de los grandes paradigmas sociales en favor de un relativismo filosófico, acorde con el individualismo feroz del nuevo (neo)liberalismo, la crisis del modelo de Estado surgido tras la segunda guerra mundial, basado en la redistribución del bienestar mediante políticas fiscales progresivas, una acelerada desregulación de los servicios públicos, incluido el de la información, abandonándolos a la iniciativa privada bajo la excusa de la eficacia y la rentabilidad en un proceso que Hobsbawm (2007: 110) identificó como “el paso de la democracia liberal a la soberanía del mercado”, fueron los primeros síntomas, muy evidentes a principios del siglo XXI. Finalmente, desregularizado el mercado y debilitado el Estado, la globalización del sistema capitalista se multiplicó dando lugar a una nueva división internacional del trabajo, reflejada en la deslocalización de las industrias y la fragmentación y pauperización de las clases trabajadoras de los países del primer mundo.

Y la mentira creció. En 1992 un análisis periodístico del discurso político utilizó por vez primera el término posverdad (Tesich, 1992) al referirse al presidente Ronald Reagan y sus estrategias discursivas para tapar el *Irangate* y el *Contragate*: en 1985 y 1986 la administración Reagan vendió armas a Irán y financió a los paramilitares nicaragüenses opuestos al régimen vigente, cuando ambas acciones estaban expresamente prohibidas por el Senado norteamericano. El estudio también hizo referencia a la primera guerra del Golfo, acaecida en 1990–1991, en la que el presidente norteamericano George H. W. Bush propuso un discurso plagado de mentiras —al más puro estilo desinformativo— para explicar la participación estadounidense.

En 1997, Jacques Derrida no utilizó el término posverdad, pero en su conferencia “Estados de la mentira, mentira de Estado. Prolegómenos para una historia de la mentira” puso al día las ideas de Arendt al afirmar que “mientras que la mentira política tradicional se apoyaba en el secreto, la mentira política moderna ya no esconde nada tras de sí, sino que se basa, paradójicamente, en lo que todo el mundo conoce”. La intención de engañar se estaba enseñoreando del discurso político (*El País*, 23/04/1997).

En 2004 Keyes volvió a utilizar el término para enfatizar la orientación hacia la deshonestidad y la desinformación que se estaba apoderando del espacio público —no solo del discurso político— en el cual las opiniones privadas, no necesariamente argumentadas y menos aún basadas en hechos, tendían a prevalecer sobre las verdades. En 2010 el término posverdad comenzó a ser popular en

Estados Unidos porque se utilizó con frecuencia en los debates sobre el cambio climático: los negacionistas utilizaron las artes de la desinformación, las artes de la posverdad, para deformar los hechos a gran escala. Como es sabido, la popularización definitiva llegó en 2016, cuando *The Economist* habló de la llegada de una nueva era política con ese nombre. Una nueva era que representó a la perfección la presidencia de Donald Trump y que resultaba inquietante, puesto que abolía la frontera entre verdad y mentira, característica que Arendt había asignado a los totalitarismos. Trump dijo en 2017 ser un amante de la verdad: “Amo la Primera Enmienda. No hay nadie que la ame más que yo. Nadie (...). Pero tal como comprobaron durante toda la campaña [electoral], las noticias falsas no cuentan la verdad. (...) No representan al pueblo. Nunca representarán al pueblo y vamos a hacer algo para remediarlo”. A continuación, amenazó a la prensa con ampliar las leyes de libelo y difamación (Levitsky y Ziblatt, 2018). Como es fácil observar, no desmintió nunca con pruebas las acusaciones de la prensa. Simplemente afirmó que su verdad establecía un campo de hechos alternativos mucho más dignos de consideración —por venir de un presidente electo por el pueblo americano— que los de una prensa al servicio de intereses espurios.

¿De dónde podía venir este juego de lenguaje con relación a la verdad? ¿Cómo era posible que la relativización del término verdad fuese socialmente asumida? Volvamos a Lyotard. El filósofo francés representó el nacimiento de la posmodernidad y en ella se ha producido un efecto fundamental para entender la posverdad: la credulidad de las masas. En su libro *La démocratie des crédules*, el sociólogo Gérald Bronner (2013) imputaba el dominio de la información falsa a la ausencia de regulación en el mercado informativo y al aumento de su audiencia a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC). Su diagnóstico, sin embargo, dejaba fuera un elemento crucial: la credulidad no solo atañe al crecimiento exponencial de los *inputs* informativos, sino también a la caída de las “defensas” de las audiencias. Con el posmodernismo, que Jameson (1991) tildó certeramente como la “lógica cultural del capitalismo avanzado”, el relativismo construyó su dique que, según Sokal y Bricmont (1999) se edificó con la argamasa del rechazo a la tradición racionalista ilustrada, la elaboración de teorías desconectadas de cualquier prueba empírica y sobre la propensión a entender la ciencia como una construcción social o como un mito. Una de las características del relativismo, decían, era el gusto por el discurso opaco, el rechazo a la existencia de hechos y su sustitución por juegos del lenguaje. No hay más que leer a Foucault (1994: 112 y 2016) cuando expresa que cada época y cada contexto de poder tiene sus propias reglas de producción de la verdad (su propia economía política de la verdad) para darnos cuenta.

El posmodernismo desvincula a la verdad de los hechos, la vincula al poder (difuso, múltiple) y establece el lazo entre poder y verdad a través del discurso. La consecuencia ontológica (o más bien metafísica) es obvia: la verdad se construye

desde el discurso, no desde los hechos. El posmodernismo se presenta, así, como un idealismo. Ya el obispo Berkeley había dicho en el siglo XVIII que “nuestras sensaciones no son más que ideas que tenemos en nuestro espíritu. Así, pues, los objetos que percibimos por nuestros sentidos no son otra cosa más que ideas y las ideas no pueden existir fuera de nuestro espíritu” (cit. Politzer, 1985: 37). Si donde Berkeley escribe espíritu, ponemos discurso, estamos ante un posmoderno del siglo XVIII, *avant la lettre*.

Es un estímulo a la credulidad insistir en que la que verdad es solo y nada más que discursiva. Entonces, cualquier discurso persuasivo (propaganda, desinformación) se concentra en los juegos de lenguaje, en la construcción de sentido. Autores como Lozano (2008), Thompson (2017) o Sartorius (2018) se han ocupado de este asunto. En gran medida, sus textos ponen al día el gran libro de Victor Klempele (2001) sobre el lenguaje en el Tercer Reich. El célebre filólogo realizó un estudio exhaustivo de la perversión del lenguaje bajo la sistemática propaganda nazi, de cómo el alemán se llenó de eufemismos militares y grandilocuentes que servían para ocultar vejaciones. Arianizar consistía en eliminar todo aquello que no encajaba en el discurso de la raza aria. Fanático, lejos de ser un término peyorativo que conceptuaba a los partidarios con orejas de una opinión, pasó a designar a los creyentes de la verdad nazi. Y así sucesivamente. También con el posmodernismo, todo lo que era sólido, en materia lingüística, se desvaneció en el aire. Y, a día de hoy, suma y sigue: “... cuando el lenguaje público pierde su poder para explicar e implicar, pone en peligro el vínculo más general entre el pueblo y los políticos” (Thompson, 2017: 33). Y eso es lo que está sucediendo. El ministerio de la Guerra ha pasado a ser el de Defensa. Pronto será el ministerio de la Verdad. Y cerraremos, con la imaginación orwelliana, un círculo.

El descubrimiento, nada nuevo, de que la mentira puede ser más atractiva que la verdad y que el discurso político debe saciar los deseos de la audiencia ciudadana, en vez de informarla y establecer con ella un territorio fáctico común, ha hecho grandes progresos desde que la posmodernidad nos invitó a mecernos en el relativismo. Como Nietzsche, en quien se inspira, el posmodernismo mata a dios, pero para convertir al hombre en dios: creador de todas las cosas, a través del lenguaje. De ahí a los líderes endiosados de las democracias del siglo XXI, ávidos por practicar la desinformación y la corrupción lingüística no hay más que un paso. Un ejemplo muy reciente es la palabra *fake news*. Los analistas de la posverdad la tipifican como contenidos falsos que pueden tener muy diferentes formas y motivaciones. Los periodistas le preguntaban a Trump por su enorme afición a usarlas, y él gritaba: “*Fake news, fake news!*”, acusando al periodista que le interrogaba de mentiroso. He aquí la verdad de la mentira; pero también el trabalenguas que hace que la sociedad crédula no se esfuerce por derribar los muros de su confort cognitivo y expulse rápidamente cualquier disonancia, cualquier noticia –por verdad que sea– que no confluya con sus creencias previas.

3. LA DESTRUCCIÓN DE LOS INTERMEDIARIOS

El siguiente hito cronológico tenía lugar en 2008. La crisis mundial provocada por la especulación financiera sin control de la banca demostraba cómo el capitalismo sin vigilancia ni reglas –de “casino”, según Mario Soares (*El País*, 8/10/2008)– tenía, sin embargo, límites. Tras el hundimiento del mercado inmobiliario, el estadillo de las llamadas burbujas especulativas y el desenmascaramiento de las agencias de calificación o *rating*, el Estado, antaño maldito por el liberalismo canónico y por los neoconservadores (*neocons*), reaparecía como el salvador al inyectar miles de millones al sistema bancario. De esta forma, salvaba a los bancos de sus hipotecas al tiempo que hipotecaba el futuro de la mayoría de los ciudadanos. El resultado será una recesión identificada, antes que por sus efectos, por los eufemismos que se emplearon, hasta el punto que resultó uno de los principales métodos de defensa del *statu quo*. Había que decir “ajuste”, jamás “recorte” de la inversión pública en servicios sociales, sanidad o educación. Nada era lo que era. Una típica crisis cíclica del capitalismo, dejó de serlo de repente, cuando el presidente francés Nicolás Sarkozy declaró al periódico *Folha de Sao Paulo* que “La crisis no es el del capitalismo sino de un sistema que fue progresivamente dando prioridad al especulador sobre el emprendedor” (*ABC*, 21/12/2008). La pretensión de dejar en pie el Estado del bienestar era una aportación “trasnochada y antigua”. La subida de impuestos era un ajuste fiscal, recapitalizar la banca era rescatarla con dinero público para salvarla de la bancarrota (socializar las pérdidas, si se quiere), realizar reformas estructurales era echar trabajadores de la administración pública o rebajarles el sueldo, subir impuestos directos e indirectos, privatizar recursos (o empresas públicas) para ponerlos al servicio del mercado y congelar o rebajar las pensiones públicas; flexibilizar el empleo era arrumbar la negociación colectiva y primar el trabajo temporal y precario en los sistemas de contratación; etc.

Con tal pertrecho eufemístico y para evitar el crecimiento de la deuda nacional y, sobre todo, garantizar que los prestamistas de los Estados pudieran cobrar, países del sur de Europa –desde Grecia a Portugal–, recortaron el gasto social, cultural, sanitario o educativo, incrementando las privatizaciones de servicios básicos como la sanidad. Una condena a la fragilidad del Estado del bienestar que solo sería cuestionada cuando en 2020 estalle la pandemia de la COVID-19. De la gran crisis de 2008 no solo salió tocado y casi hundido el modelo de Estado benefactor y protector, también lo hizo la opción política que lo creó, la socialdemocracia, que dejaba de ser el referente para buena parte de las clases trabajadoras. El trabajador rompía su identificación partidista clásica, la que le había ofrecido un bienestar extinguido, para abrazar cualquier otra que le devolviese la ilusión de recuperarlo y, sobre todo, le identificase al “culpable de su situación”. Afectó también al modelo de cogobernanza que significaba la Unión Europea, tras demostrar cómo se había antepuesto el interés de los banqueros alemanes al

de los ciudadanos europeos. Desde Grecia a Gran Bretaña, pasando por Italia, Holanda y otros, surgió el euroescepticismo, estrategia de la antigua ultraderecha que ahora la incorporaba a su discurso simplista de buenos y malos para capitalizar el descontento ofreciendo como solución la salida de la UE.

Finalmente, de esta gran crisis salió también tocado y prácticamente hundido el modelo de información basado en los grandes diarios independientes, referentes de la opinión pública y depositarios de la confianza de los lectores para conocer la realidad. Hacía agua el modelo de negocio, basado en la venta de ejemplares y de espacios a los anunciantes, pero también se hundía por la pérdida del valor de cambio de la información ante el modelo de gratuidad que imponía Google.

Eufemismo más hundimiento de la intermediación periodística (y en gran medida, también de los partidos políticos), igual a victoria de la mentira. El eufemismo se convirtió en la coraza de un mercantilismo austericida que no podía ser contrarrestado por un periodismo que había caído en manos de las mismas corporaciones interesadas en la divulgación de tal eufemismo.

La tormenta perfecta se cernió sobre el periodismo. Gary Kamiya escribió en 2009 que “el periodismo tal y como lo conocemos está en crisis. Los diarios están cerrando a un ritmo sin precedentes, y los que sobreviven están reduciendo drásticamente sus presupuestos”. Kamiya explicaba que el verdadero problema no era que el periodismo muriese, sino que lo hiciesen las noticias, el reporterismo, dado que la propuesta sustitutoria, la comunicación vía Internet, generaba un periodismo “esencialmente parasitario”, dado que el 80 % de las noticias circulantes en las redes sociales tenían su origen en la prensa convencional. Por si faltaba alguna cosa, el reporterismo tenía sus reglas –veracidad, claridad, precisión, neutralidad, etc.– que las redes en absoluto pretendían preservar: “... en el mundo feliz de los nuevos medios la comunicación padecerá de visión tubular y experiencia autoseleccionada y (...) [las noticias] serán escritas por personas que no pretenden tener una posición neutral”, lo cual iba a dar un futuro “opinativo, ignorante pero ruidoso, nuestra cívica común cultura degeneraría y prosperarían los líderes demagógicos” (Kamiya, 2009: 101–110). Esto fue escrito en el 2009: siete años antes de la llegada de Donald Trump a la presidencia. Un auténtico vaticinio certero de la posverdad. El mundo del contrato social (Rousseau, Locke) sustituido por el mundo del individualismo posesivo sin concesiones, hobbesiano.

Por su parte, Paul Starr (2009) insistía en que, sin periodismo, la corrupción iba a adueñarse de la democracia y a desvirtuarla. La idea de la corrupción como puerta de entrada a la posdemocracia había sido argumentada en el año 2000 por Colin Crouch: “La política se decide en privado por la interacción entre los gobiernos elegidos y las élites que representan casi exclusivamente a los intereses económicos”. La consecuencia es que emerge la desconfianza del pueblo soberano hacia los clásicos intermediarios, que van de la prensa a los partidos políticos.

El compromiso democrático se aminora (la abstención sube en las elecciones, la “fidelidad” partidista decae drásticamente), cae en picado la afiliación a los partidos y sindicatos, se escuchan con fuerza discursos de antipolíticos que denigran a la política (“todos los políticos son iguales”, “no nos representan”, etc.), surgen movimientos populistas que ponen voz a “un pueblo soberano que se considera desoberanizado por sus gobernantes” (Gentile, 2018). La banalización de la democracia (Mair, 2015) se convierte en campo abonado para la mentira, el eufemismo y la desinformación, con unas élites que no le hacen ascos a mantener elecciones libres al mismo tiempo que restringen derechos y libertades y hacen uso, no pocas veces, abusivo del poder que las urnas les han conferido. Hacen compatible la democracia procedimental con el fin de la división de poderes o con restricciones severas a la libre expresión, y lo hacen por el procedimiento de abonarse a la idea de que los hechos no existen y las interpretaciones son lo único que tiene valor.

La combinación es de sumo interés. Decíamos que 2008, el inicio de la crisis económica, era un hito para entender la posverdad. Como en todas las crisis cíclicas del capitalismo, también esta vez ha surgido un sector económico “salvador”. Schumpeter (2015) llegó a acuñar en 1942 la expresión de la destrucción creativa: admitía que en el capitalismo se producían momentos de destrucción a gran escala de las fuerzas productivas, pero estos eran seguidos por momentos de aceleración en el crecimiento que usualmente venían de la mano de sectores económicos nuevos: tecnológicamente nuevos o nuevos por asumir un liderazgo que antes no tenían. Los medios de comunicación tienen su propia historia cíclica (Wu, 2016). La tabla de salvación de la crisis iniciada en 2008 fue la Red de redes, ariete de la globalización. Y, a su vez, la Red se ha convertido en el vector de las estrategias de desinformación que permiten su viralización: un exmiembro del KGB soviético, Ladislav Bittman, explicaba que una campaña de desinformación en tiempos de la Guerra Fría podía llegar a unas cien mil personas, mientras que actualmente puede llegar a millones (Evangelista, 2020). El nuevo vehículo es más eficaz. La misma red que ha democratizado la información, que ha obligado a los gobiernos a ser más transparentes y que ha puesto en manos de la gente herramientas para entrar en contacto con otras personas, tiene un potencial que pueden aprovechar los agentes de la desinformación, de la crueldad, del crimen y de los prejuicios. No son solo actores del campo político, son también empresas y hasta individuos que pueden encontrar en ello su razón de ser. Existe, a día de hoy, una amplia industria de la mentira: empresas que prestan sus servicios para crear campañas de información a gusto del peticionario pagador. Son de una extraordinaria efectividad porque conocen el manual: desacreditar al adversario, hacerse pasar como servidores del interés general para camuflar el interés particular, ampararse en la ciencia como principio de autoridad (aunque la ciencia no avale su posición, pero ¿quién va a averiguarlo?), dar la impresión

de que la opinión pública está de su lado y poner en marcha esa centrifugadora llamada espiral del silencio; dar miedo al consumidor o al elector; transformar lo negro en blanco (tal que hacer de la energía nuclear la más limpia y verde; o hacer de la bajada de impuestos el principal sostén del Estado del Bienestar); conquistar –no siempre por métodos confesables– a líderes de opinión e *influencers* variopintos; presionar a los medios convencionales de comunicación, etc. (Colon, 2019:339–358). Nada que no pensase ya en su tiempo Bernays, pero con nueva tecnología y empresas globales como Cambridge Analytica o Internet Research Agency. Como dice Olmo (2019), “4.000 millones de personas, más de la mitad de la población del planeta, disponen de acceso a Internet; el 75% de la población mundial tiene acceso a un teléfono móvil y los cuatro grandes (Google, Amazon, Facebook y Apple) reúnen un PIB similar al de Francia. Internet y su hábitat, el ciberespacio, constituyen un bien público global. Y los bienes e intereses públicos globales se gestionan y protegen a través del Derecho Internacional. Para su defensa y protección, las legislaciones nacionales se muestran ineficaces”. De modo que campan a sus anchas. Y saben que no van a ser expulsados de las redes sociales. Las filfas (*fake news*) y el modelo de negocio de las redes son complementarios (Colon, 2019: 382–385). Entre otras razones, se pueden mencionar las siguientes: a) quienes las producen y difunden son quienes más tráfico generan en la Red y, por ende, son buenos promotores de la atracción de publicidad (es bien conocida la importancia de Twitter en el hiperliderazgo de Donald Trump; cuando Twitter suspendió la cuenta del presidente –la cual tenía 88 millones de seguidores– por la tendenciosidad de sus comentarios, las acciones de la empresa cayeron un 12 % en Wall Street) b) las filfas son más virales (hasta un 70 % más) que las verdades en la red y c) las filfas son necesarias para la “educación” de los sistemas algorítmicos (solo así los mecanismos de las redes aprenden a distinguir lo verdadero de lo falso; aunque saberlo no signifique “etiquetarlo”).

El trabajo de la infantería requiere previamente a los zapadores. Es fundamental desacreditar la autoridad de quienes puedan desmentir a las empresas de la mentira. Pero es evidente que se ha conseguido. Las campañas contra los sindicatos de clase o contra los partidos políticos –todos son iguales, etc.– son una prueba que los politólogos estudian con afán. Otro campo más que relevante es la “desaparición de los intelectuales”, de la que ya habló Juan Marichal en 1998, el año del centenario de un célebre texto de Zola que dio sentido al sustantivo intelectual (*El País*, 18/04/1998). Si los medios de comunicación convencionales amenazaron con la liquidación del intelectual al confiscar el debate (presuntamente) intelectual, las redes sociales han supuesto su aniquilación, de manera que los pensadores actuales tienen poco influjo sobre la sociedad (no se pueden comparar con *youtubers* o *influencers*) o, como dice Traverso (2013), están muy alejados de los movimientos sociales y muestran una cierta parálisis a la hora de proponer las nuevas utopías.

4. LA VICTORIA DE LA DISCORDIA

Llegamos así al simbólico 2016, el tercer gran hito catalogado y asumido como la puerta de entrada a la era de la posverdad, si bien, hay quien lo considera sencillamente la vuelta a un tiempo ya conocido, el del fascismo (Stanley, 2019), o le añade un prefijo para distinguirlo e igualarlo a la vez, convirtiéndolo en posfascismo (Traverso, 2018). En efecto, tal y como apunta Ríos Ortega, la posverdad es inseparable de las estrategias políticas de quienes buscan o ejercen el poder, ya sea como grupo gobernante o grupo de interés (Ríos, 2018: 20). Dicho en otros términos, sería la vía para desactivar el *peligro* del sufragio universal. Si antes de 1989, las dictaduras eran la mejor forma de acabar con un sistema democrático, a partir de entonces lo será acabar con la credibilidad del sistema, desacreditando a los partidos, catalogando a los medios de mentirosos y, sobre todo, provocando la desconfianza generalizada. Solo desde este clima de cinismo y desconfianza se entiende el auge de la posverdad y el declive de la democracia. O lo que es lo mismo, el auge de los partidos populistas que, en definitiva, son los que capitalizan el descontento social y lo traducen en descrédito del sistema a base de falsear la realidad e imponer la visceralidad informativa a través de tuits incendiarios.

El éxito de unos –los llamados populistas hoy– pasa a depender del descontento de los otros, esto es, de su predisposición a no creer en las instituciones que venían representándolos (partidos, sindicatos, medios de comunicación). Y para potenciar el descontento y la desconfianza, nada mejor que apelar al viejo recurso, que diría Eco, de crear constantemente enemigos posibles, amenazas que fomentan el miedo y el escapismo. Si pudiéramos clasificar los miles de bulos que circulan por la red, la mayor parte de ellos entrarían en estas dos grandes categorías: los que alivian la tensión de la vida cotidiana identificando culpables que abatir o remedios milagrosos; y, por otro, bulos ofreciendo realidades alternativas o postulando redentores prestos a salvarnos con tan solo tener fe. En términos más concretos, la predisposición de los obreros de Detroit a dar su ánimo, confianza y, sobre todo, su apoyo a Trump es inseparable del hundimiento de la industria del automóvil por la deslocalización que implicó el neoliberalismo. Lo mismo podríamos decir de los obreros de Swindon (Honda), Sunderland (Nissan) o Bridgend (Ford) en Gran Bretaña. A partir de ahí, la identificación del extranjero como una amenaza que roba el trabajo a los de casa, junto con la irrupción del líder que promete *Make America Great Again* o el *Let's take back control*, se fusionarán como dos mentiras que ofrecen recuperar el pasado que siempre fue mejor, uno de los sesgos cognitivos más apreciados en el discurso nacionalista/populista.

Lo que la posverdad persigue es sustituir una propaganda masiva para el consenso (democrático) por una propaganda personalizada para el disenso (que lanza un inquietante torpedo a la línea de flotación de la democracia, la existencia de una esfera pública compartida, como diría Habermas). Romain Badouard (2017;

2018; 2020) ha observado cómo la brutalización del debate público y la emergencia de los discursos de odio resultan una constante en los foros internautas; su enorme proliferación conduce a su banalización. La enorme agresividad que se despliega deriva de un cálculo: así es mucho más fácil atraer a la mayoría silenciosa de navegantes. La arquitectura de la red está diseñada para animar a los usuarios a reaccionar; las más de las veces no lo hacen a través de comentarios, sino a través de “me gusta” y del hecho de compartir. Una arquitectura pensada para la *pole position* en la economía de la atención (Wu, 2020). Los bandos enfrentados tratarán de reducir la visibilidad de los argumentos contrarios, ya sea aumentando la visibilidad de sus propios argumentos, o tratando de descalificar a sus oponentes, para deslegitimarlos a los ojos del público “neutral” que asiste a la justa. En este contexto, silenciar a los oponentes intimidándolos puede ser una estrategia efectiva. El uso del ciberacoso activista se está convirtiendo así en un modo de acción colectiva de pleno derecho en las redes sociales. Esta práctica, históricamente vinculada a las redes de extrema derecha, se ha extendido aparentemente a los activistas de causas progresistas.

Las apreciaciones de Badouard casan a la perfección con el arrinconamiento de lo colectivo en nombre de la diversidad. Las políticas de la identidad no pertenecen ya ni a la derecha ni a la izquierda. Están omnipresentes. Cada una tiene sus *lugares* en Internet; cada una sus disputas. Todas, a un lado y a otro, son pasto de la mercantilización y, de paso, acrecientan los discursos de odio, el conflicto, el disenso. El medio y el mensaje se han avenido en la posverdad: van de la mano. La izquierda abandona sus presupuestos comunitaristas y se lanza en pos de identidades tan variopintas que van cayendo en la reducción al absurdo, en la individualización más rotunda. En nombre de la igualdad, cercena cualquier visión holística de la sociedad y consigue hablar al oído de las minorías, pero cada vez le resultan más distantes las mayorías y se sorprenden de que estas voten cada vez más a opciones de derechas. La derecha, cómoda con el individualismo, profundiza en el neoliberalismo: no se trata de reformar el liberalismo con retoques comunitaristas, sino ahondar en el individualismo posesivo, en la democracia de bienes y servicios y no en la democracia de las ideologías que escrutan el futuro y adoptan el cambio como cuaderno de bitácora (Macpherson, 2005). El posmodernismo, henchido de relativismo vino en su ayuda y, por si faltaba algo, lleva la etiqueta de la nueva izquierda; de modo que el presunto rival trabaja para los intereses del neoliberalismo, que de ese modo se hace fuerte. La extrema derecha y el populismo crecen al recoger a las identidades fuertes o macro que quedan fuera de las microidentidades más o menos marginales (Rosanvallon, 2020). Y la conflagración es una ciberguerra que achica el espacio público.

La posverdad se convierte así —lo decíamos al comenzar— en la fase superior de la desinformación. Es la nueva propaganda adaptada a los cambios tecnológicos y a la globalización del mercado capitalista. Sigue siendo cierto, como cada vez

que en la historia ha habido que enfrentar una mentira, que lo sustantivo consiste en buscar al emisor y desenmascararlo. De no hacerlo, las fuerzas centrífugas de la sociedad posesiva de mercado harán mella en la democracia y en los vínculos del contrato social que una vez nos permitió escribir: “Sostenemos como evidentes estas verdades: que todos los hombres son creados iguales; que son dotados por su Creador de ciertos derechos inalienables; que entre éstos están la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad”. Contrato social y verdad van de la mano. Roto el vínculo, queda la sociedad hobbesiana, pero con exabruptos replicados por bots, *botnets* y *trolls*. Con emociones fuertes. Y todo será propaganda de guerra en tiempo de paz. Si es que esta resulta reconocible.

BIBLIOGRAFÍA

- Alandete, David (2019): *Fake News: la nueva arma de destrucción masiva*. Deusto
- Álvarez, Jesús Timoteo (1987): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona. Ariel.
- Aparici, Roberto y García, David (coords.) (2019): *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona. Gedisa
- Arendt, Hannah (2003): *Eichmann en Jerusalén: un estudio sobre la banalidad del mal*. Barcelona. Lumen.
- Arendt, Hannah (2017): *Verdad y mentira en la política*. Barcelona. Página Indómita
- Arendt, Hannah (2006): *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid. Alianza Editorial.
- Badillo, Ángel (2019): *La sociedad de la desinformación: propaganda, “fake news” y la nueva geopolítica de la información*. Real Instituto Elcano. Documento de trabajo 8/2019.
- Badouard, Romain (2017): *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur, propagande*. FYP Editions.
- Badouard, Romain (2018): “Internet et la brutalisation du débat public”, *La Vie des Idées*, 6 novembre 2018. ISSN : 2105-3030. URL : <https://laviedesidees.fr/Internet-et-la-brutalisation-du-debat-public.html>
- Badouard, Romain (2020): “Discours de haine”, *Esprit*, 2020/5, 27–31.
- Brecht, Bertoldt (1972): *Cinc dificultats per a escriure la veritat i altres textos d'exili*, Barcelona, Edicions 62
- Bronner, G  rald (2013): *La d  mocr  tie des cr  dules*. Paris. Presses Universitaires de France.
- Campos, Vicente (ed.) (2015). *  Extra!   Extra! Muckrakers. Orígenes del periodismo de denuncia*. Barcelona. Ariel.
- Chomsky, Noam y Herman, E. (1988). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona. Crítica.
- Colon, David (2021): *Propagande. La manipulation de masse dans le monde contemporain*. Barcelona. Éditions Flammarion
- Curran, James (2005): *Medios de comunicación y poder*. Barcelona. Editorial Hacer.
- D'Ancona, Matthew (2019): *Posverdad. La nueva guerra contra la verdad y cómo combatirla*. Madrid. Alianza Editorial.
- Evangelista, Juan Miguel (2020): “La desinformación: una aproximación al estado de la cuestión”, *Revista general de marina*, vol. 278, 3, 511–522.

- Foucault, Michel (1994): *Dits et écrits*. Paris, Gallimard, vol. 3.
- Foucault, Michel (2016): *Historia política de la verdad. Una genealogía de la moral. Breviarios de los cursos del Collège de France*. Madrid. Biblioteca Nueva.
- Fukuyama, Francis (1992): *El fin de la Historia y el último hombre*. Barcelona. Planeta.
- Fukuyama, Francis (2019): *Identidad. La demanda de dignidad y las políticas de resentimiento*. Barcelona. Deusto.
- Gabelas, José Antonio y Marta-Lazo, Carmen (2019). "Los influencers, oráculos del liderazgo, chamanes en las redes sociales", en Aparici, R. y García, D. (coords.): *La Posverdad. Una Cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona, Gedisa
- Gentile, Emilio (2018): *La mentira del pueblo soberano en la democracia*. Madrid. Alianza.
- Hobsbawm, Eric (2007): *Guerra y paz en el siglo XXI*. Barcelona, Crítica.
- Jameson, Fredric (1991): *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, North Carolina. Duke University Press.
- Kakutani, Michiko (2019): *La Muerte De La Verdad, Notas sobre la falsedad en la era Trump*. Barcelona. Galaxia Gutenberg.
- Kamiya, Gary (2009): "La muerte de los periódicos", en Espada, A. y Hernández, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo Ediciones, 101-110.
- Keyes, R. (2004): *The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. Nueva York. St. Martin's Press.
- Klempeler, Victor (2001): *LTI. La lengua del Tercer Reich: apuntes de un filólogo*, Barcelona, Editorial Minúscula
- Levitin, Daniel J. (2019): *La mentira como arma*. Madrid. Alianza Editorial.
- Levitsky, Steven y Ziblatt, Daniel (2018): *Cómo mueren las democracias*. Barcelona. Planeta.
- Lozano, Irene (2008): *El saqueo de la imaginación. Cómo estamos perdiendo el sentido de las palabras*. Barcelona. Debate.
- Lozano, Irene (2020): *Son molinos, no gigantes. Cómo las redes sociales y la desinformación amenazan nuestra democracia*, Barcelona, Península
- Macpherson, Crawford B. (2005): *La teoría política del individualismo posesivo*. Madrid. Trotta.
- Mair, Peter (2015): *Gobernando el vacío. La banalización de la democracia occidental*. Madrid. Alianza.
- McIntyre, Lee (2019): *Posverdad*, Madrid, Cátedra.
- Morales, Estela (coord.): *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*, México, UNAM
- Olmo, Julia Alicia (2019): "Desinformación: concepto y perspectivas", *Ciber Elcano*, 43, consultado el 5 de mayo de 2022, http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ciber-elcano-43-abril-2019
- Poltzer, Georges (1985): *Principios elementales y fundamentos de filosofía*. Madrid. Akal.
- Ríos Ortega, Jaime (2018): "Comunicación interpelativa versus información validada", en Morales, Estela (coord.): *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*, México, UNAM
- Rosanvallon, Pierre (2020): *El siglo del populismo*. Barcelona. Galaxia Gutenberg.
- Sartorius, Nicolás (2018): *La manipulación del lenguaje. Breve diccionario de engaños*. Madrid. Espasa.
- Schumpeter, Joseph A. (2015): *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona, Página Indómita, 2 vols.
- Siebert, Fredrick.S., Peterson, Theodore. y Schram, Wilbur (1956): *Four Theories of de Press*, University of Illinois Press, Urbana III.
- Sokal, Alan y Bricmont, Jean (1999): *Imposturas intelectuales*, Barcelona, Paidós

- Stantley, Jason (2019): *Facha. Cómo funciona el fascismo y cómo ha entrado en tu vida*, Barcelona, Blackie Books
- Starr, Paul (2004): *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*. Basic Books.
- Starr, Paul (2009): "Adiós a la era de los periódicos (bienvenida una nueva era de corrupción)", en Espada, A. y Hernández, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo Ediciones, 111-141.
- Tesich, S. (1992): "A Government of Lies", *The Nation*, v. 6, n. 13, pp. 12-14.
- Thompson, Mark (2017): *Sin palabras ¿Qué ha pasado con el lenguaje de la política?* Madrid. Debate.
- Tranche, Rafael. R. (2019): *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Madrid, Alianza.
- Traverso, Enzo (2013): *Où sont passés les intellectuels?* París. Éditions Textuel.
- Traverso, Enzo (2018): *Las nuevas caras de la derecha*. Buenos Aires, Silgo XXI.
- Weston, Anthony (2011): *Las claves de la argumentación*. Barcelona. Ariel.
- Wu, Tim (2016): *El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Wu, Tim (2020): *Comerciantes de atención: la lucha épica en nuestra cabeza*. Madrid. Capitán Swing.