

Camino de perdición: de la posverdad y la poscensura a la oclocracia

Way of Perdition: From Post-truth and Post-censorship to the Oclocracy

Gabri Ródenas
Universidad de Murcia

Referencia de este artículo

Ródenas, Gabri (2020). Camino de perdición: de la posverdad y la poscensura a la oclocracia. *adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (19), 25-40. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.3>.

Palabras clave

Posverdad; poscensura; oclocracia; Internet; redes sociales; comunicación.

Keywords

Post-truth; Post-censorship; Oclocracy; Internet; Social Media; Communication.

Resumen

El presente texto analiza las derivas del término «verdad» (real) y de qué modo ha influido en la configuración del espacio público, especialmente a través de su dimensión mediática. El objetivo es someter a debate y estudiar el origen y alcance de términos como posverdad, poscensura y la perversión de la democracia que supone la oclocracia. Para ello, se recurre a una metodología híbrida que combina el utillaje propio de la filosofía, la sociología y el análisis audiovisual y

que tiene por finalidad aportar un poco de luz sobre el modo en que se combinan los diversos agentes del cambio, así como ofrecer algunas líneas de actuación que permitan minimizar los peligros potenciales de las nuevas formas de propagación de la información.

Abstract

This text analyzes the drifts of the term «truth» (reality) and how it has influenced the configuration of public space, especially through its media dimension. The objective is to debate and study the origin and scope of terms such as post-truth, post-censorship and the perversion of the democracy that the olocracy implies. To do this, a hybrid methodology is used that combines the tools of philosophy, sociology and audiovisual analysis and aims to provide some light on the way in which the various agents of change are combined, as well as offer some lines of action that minimize the potential dangers of new forms of information propagation.

Autor

Gabri Ródenas es Doctor en Filosofía por la Universidad de Murcia y Docente en la Facultad de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Murcia. Es colaborador habitual en revistas como *Zenda* o *Yorokobu*. Compagina su labor docente e investigadora con su trayectoria literaria. Su última novela, *La abuela que cruzó el mundo en una bicicleta (Urano)* ha sido traducida a ocho idiomas.

1. Introducción

En 2016, el periódico *The Guardian*, basándose en las noticias del diccionario de Oxford, afirmó que el uso del término «posverdad» se había incrementado en un 2000 % respecto a 2015, declarándolo «término del año». Por su parte, el 20 de diciembre de 2017, la RAE lo incluyó en el diccionario definiéndola de este modo: «Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales».

El término, no obstante, no era del todo novedoso¹. El 13 de junio de 1992, *The Nation* publicó el conocido artículo de Steve Tesich «A Government of Lies» donde aparecía por primera vez el concepto «posverdad» como verdad adulterada que, de un modo u otro, el público y la ciudadanía acaba aceptando e incluso creyendo. Un año antes había sido publicado el polémico ensayo del filósofo francés Jean Baudrillard *La guerra del Golfo no ha tenido lugar* (Baudrillard, 1991) inspirándose en su provocadora teoría del simulacro. No faltaron detractores y críticos, como Christopher Norris, que tildaron las ocurrencias de Baudrillard y de los posmodernos en general de meras estupideces². Todavía antes, en 1984, Neil Postman en *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «Show Business»* (Postman, 2012) recogía esta idea de Ronald Reagan: «La política es igual que el *show business*» (Postman, 2012: 105).

Tal estado de cosas nos empuja a retomar las tesis de Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, tales como:

«No debe entenderse el espectáculo como el engaño de un mundo visual, producto de las técnicas de difusión masiva de imágenes. Se trata más bien de una *Weltanschauung* que se ha hecho efectiva, que se ha traducido en términos materiales. Es una visión del mundo objetivada» (Debord, 2012: 38).

O: «El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas mediatizadas por las imágenes» (Debord, 2012: 38).

Las imágenes son determinantes en nuestra cultura contemporánea, en nuestra cultura visual y en nuestra pantalla global, tal y como la esbozan Mirzoeff (2003) o Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009). A través de las redes sociales y el resto de dispositivos audiovisuales, la información se transmite tan acelerada como escasamente contrastada o directamente manipulada.

Dicho panorama constituye el perfecto caldo de cultivo para la génesis de una poderosa poscensura que haga innecesaria la censura proveniente del Estado o

1 Cabe señalar que, a fecha de hoy, el número de publicaciones tanto académicas (en menor medida) como, sobre todo, divulgativas y ensayísticas acerca del concepto «posverdad» comienzan a ser tan numerosas que el procesado de la información se convierte en una tarea ardua. A fin de ampliar el espectro dibujado en el presente capítulo, véase Augé (2015), Ball (2017), D'Ancona (2017), Fowks (2018) o McIntyre (2018). Por supuesto, también es posible llevar a cabo un análisis desde la *mentira*, tal y como hace Frankfurt (2005).

2 Véase Norris (1997). Sobre este escenario, puede también consultarse Ródenas (2017).

los poderes fácticos, dado que la propia devaluación de la verdad convierte dicha censura en algo gratuito y contraproducente. En términos más literarios, podemos afirmar que, contrariamente a lo que algunos analistas han señalado, la explicación recreada por Aldous Huxley en *Un mundo feliz* se hace más acertada que la que Orwell plantea en *1984*. Ya no es necesaria la censura, puesto que el exceso de información —especialmente si ésta se encuentra adulterada— sirve de anestésico que elimina la necesidad de obrar por la fuerza.

El siguiente paso en la deriva o declive de la verdad es el crecimiento de la fuerza de la *oclocracia*, entendida como gobierno de la muchedumbre, de la masa, de la turba. Es un concepto que presenta tintes peyorativos y no tiene nada que ver con los movimientos de acción civil o asamblearios. Las redes sociales suponen el perfecto ejemplo de cómo podemos aplicar esta noción al presente³.

2. Objetivos y metodología

Nuestro objetivo en este contexto es, en primer lugar, examinar el desarrollo del término «verdad», su deriva (incluyendo el concepto de posverdad) y su poder explicativo en las sociedades contemporáneas. Asimismo, deseamos señalar el modo en que la verdad se ha convertido en un arma y una herramienta al servicio de la sociedad mercantil y del espectáculo, y destacar las consecuencias que esto puede tener dentro de la esfera pública, especialmente por lo tocante a su dimensión mediática. Para ello, hemos tomado dos fenómenos como son la poscensura y la oclocracia, conceptos íntimamente relacionados.

Por otra parte, plantaremos algunas medidas y esbozos de soluciones orientadas a minimizar el potencial impacto negativo de las nuevas formas de transmisión de la información.

Para tal fin, hemos seguido una metodología híbrida que combina, principalmente, el utillaje propio de la filosofía, con aportaciones provenientes de la sociología y el análisis fílmico y audiovisual, y con algunos elementos de psicología de masas. La novedad de este enfoque plural —que tiene por referentes claros a Michel Foucault, Gilles Lipovetsky, Eli Pariser, Jaron Lanier y Marta Peirano, y que, en algunos momentos, puede resultar un tanto ensayístico— es que permite al lector formarse una idea panorámica de los diversos agentes que actúan en el cambio (y de qué manera), permitiéndole conectar aspectos aparentemente dispersos, pero que, sin duda, confluyen en la configuración del espacio público.

El principal recurso y procedimiento ha sido la revisión bibliográfica actualizada de los materiales que analizan las derivas del concepto de Verdad hasta llegar a la posverdad, a la luz del modelo especulativo de la filosofía, la reflexión teórica y la investigación de carácter prospectivo.

³ Véase Soto Ivars (2017). Una lectura más radical puede encontrarse en Lanier (2018).

El espíritu de este trabajo, por tanto, es servir de soporte para futuras investigaciones dentro del ámbito académico, así como sugerir una brújula —de utilidad incluso para un público más general— para orientarse en el complejo universo de la comunicación actual.

3. La verdad con minúscula

Si Nietzsche había anunciado la muerte de Dios —en realidad, la muerte de Dios como discurso totalizante y símbolo de una moral represiva que culpabiliza al ser humano— y Foucault con *Las palabras y las cosas* (publicado originalmente en 1966) había denunciado la dependencia de las ciencias y el fin de los grandes relatos como teorías explicativas de la realidad, Jean-François Lyotard firmó el acta de defunción de tales relatos (especialmente el encarnado por el relato científico) e inauguró lo que dio en llamarse la posmodernidad. En *La condición postmoderna*, Lyotard afirma que «no es preciso, por tanto, concederle [al saber] un valor provisional con respecto a la realidad, sino estratégico con respecto a la cuestión planteada» (Lyotard, 2003: 21). La Verdad deja paso a una verdad con minúscula, dependiente de la sociedad y el momento histórico en que surja. Llevado al extremo, aplicable sólo al caso particular. Al individuo.

Huelga decir que, desde la filosofía, contamos con múltiples aportaciones al concepto de Verdad; desde la fenomenología a la filosofía analítica; de Platón, Aristóteles, Russell, Heidegger, Popper, Adorno, Horkheimer, a Wittgenstein, Gadamer o Habermas. Pero su análisis nos llevaría muy lejos de los objetivos del presente trabajo.

Ante esta situación de pérdida de valor de la verdad, de relativismo, y de adscripción exenta de rigidez al sujeto, su uso intencional o su banalización se convierten en monedas de cambio. En nuestra sociedad de la información (o la posinformación), la verdad entra al ruedo, al circo mediático, a entablar batalla con otros agentes de la esfera pública.

La verdad se olvida en cuestión de segundos en un mundo sobrestimulado y saturado de información y ofertas de ocio; en un mundo incapaz de mantener la capacidad de atención el mínimo tiempo para procesar la información, tal y como afirma Nicholas Carr en su profético *Superficiales. ¿Qué esta haciendo Internet con nuestras mentes?* (Carr, 2011). Y tal es así como lo recoge Zygmunt Bauman: «Como señaló Milan Kundera en una novela apropiadamente titulada *La lentitud*, existe un lazo de unión entre la velocidad y el olvido: “el nivel de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido”» (Bauman, 2010: 208). «En este sentido, la aceleración es el espacio de los posmedia. Riesgo de la aceleración: la pérdida del sentido del mañana y de la relatividad de las noticias» (Fernández Porta, 2008: 228).

Nuestras sociedades, tecnológica y existencialmente aceleradas, enarbolan la bandera de la justicia y la transparencia, pero lo hacen desde una «ética indolora»,

como plantea Lipovetsky (2005). La exigencia del *carpe diem* mal interpretado acosa a los individuos por doquier. Nuestra cultura ha desterrado cualquier resto de la idea de sacrificio, sustituyéndola por el humor (a toda costa) y el placer (Lipovetsky, 2003). El proceso de verificación se convierte, por tanto, en algo tedioso.

La verdad, por lo demás, también ha acabado convirtiéndose en un artículo de consumo y, como tal, susceptible de mercantilización⁴. Un ejemplo lo encontramos en la polémica generada a raíz de la presencia de *bots* (robots) y empresas dedicadas a la «gestión de la información» en campañas como la de Trump para alcanzar la presidencia estadounidense o el *Brexit*. Asimismo, se habló de la acción *bots* soviéticos para dirigir la opinión durante el *procés* catalán, «no porque trabajen para Putin, sino porque el nuevo mercado del marketing digital ha contaminado el debate político, ha intoxicado a los medios y está a punto de romper Internet»⁵.

La misma estrategia puede aplicarse a la economía más cotidiana, mediante la contratación de una especie de *call centers* que se dedican a diseminar valoraciones positivas de los productos, negocios y servicios de las empresas que los contratan. O a la hora de explotar el *big data* (generado en muchas ocasiones por plataformas como Facebook, Amazon o Google) a fin de ofrecernos «una verdad *ad hoc*» a cada uno de nosotros (Pariser, 2017).

La ficción contemporánea no ha pasado por alto este detalle y piezas como «Ahora mismo vuelvo», de la serie *Black Mirror* (2013) o *Brexit: The Uncivil War* (Toby Haynes, 2019), ponen de manifiesto aplicaciones futuras y presentes (y un tanto inquietantes) del uso del *big data*.

Ni el arte ni el mundo del espectáculo escapan a la pulsión de dirigir la corriente de opinión del público, siendo habitual la inserción de material propagandístico en obras, en principio, no orientadas a tal fin. Resulta muy ilustrador el ejemplo de *Acorralado* (*First Blood*, Ted Kotcheff, 1982) y las sucesivas entregas de las peripecias de Rambo, siempre enfrentado a los enemigos de los Estados Unidos en ese momento —o bien para ofrecer una posverdad que alivie alguna derrota, como la que tuvo lugar como consecuencia de la Guerra de Vietnam. ¿Acaso Rambo no gana una «segunda guerra de Vietnam» y lo hace por sí mismo, sin la ayuda de un gobierno y ejército ineficaces?—⁶. ¿O no es *La cortina de humo* (*Wag the Dog*,

4 Sobre el *clickbait* y su relación con la verdad, véase Holiday (2013) y Soto Ivars (2017: 173-183). Al hilo de esta cuestión, Soto Ivars sostiene: «Los medios no ofrecían a los lectores la verdad, sino la mentira del gusto popular» (Soto Ivars, 2017: 177).

5 Marta Peirano (2017). En el mismo artículo se desmiente que las agencias que intervinieron en la campaña de Trump o el *Brexit* fueran rusas, sino que se trata de una red global llamada Cambridge Analytica, de origen británico. Más información sobre la actuación de Cambridge Analytica durante el *Brexit* en el artículo de Carole Cadwalladr (2017) y Peirano (2019). Una representación ficticia de este asunto la encontramos en la serie *Years and Years* (HBO)

6 El presidente Reagan alabó en público la película. Sin duda, esta crítica al gobierno anterior a su mandato se adaptaba a la perfección a sus intereses de incrementar el gasto armamentístico y «justificaba» el diseño de nuevos sistemas de defensa —como la creación del SDI, popularmente denominada *Star Wars*—. *Cfs.* Carlos Prieto, «Rambo, al brazo armado

Barry Levinson, 1997) un perfecto ejemplo de cómo puede desviarse la atención y sesgarse la información?

Lejos de seguir siendo el soporte y garantía de cualquier narración objetiva, la verdad se diluye en un escenario capitalista que alienta una *Weltanschauung* individual, adaptada al consumidor; una visión del mundo hedonista y, en cierto modo, desencantada. Si la verdad no nos ofrece garantías, se desprende de las tesis de los autores mencionados, resulta comprensible que un número elevado de individuos considere «sensato» entregarse a la frivolidad (y detrás de toda frivolidad subyace el mercantilismo). «El momento Waldo», de la serie *Black Mirror* (2013), es una buena representación de este fenómeno. Parafraseando a Raúl Rodríguez Ferrándiz (2018), que, a su vez, parafrasea a Hannah Arendt, la posverdad es la banalidad de la mentira.

Resulta históricamente cierto que la verdad ha sido susceptible de ser manipulada (y manipulada, de hecho) desde tiempos inmemoriales. Ahora bien, tal y como ya hemos mencionado, podemos fechar su «acta de defunción» —el de la Verdad con mayúscula, el de la Verdad como discurso o narración totalizadora y explicadora de la realidad— a principios de la década de los ochenta del pasado siglo. A las tesis y propuestas posmodernas cabe añadir las explicaciones procedentes de los estudios culturales y análisis cinematográficos. Sirva a modo de ejemplo el examen de Robin Wood, solapándose con las propuestas de Lipovetsky, de lo que él denomina «el síndrome de Lucas-Spielberg», que podemos resumir como el intento de tratar al espectador como un ser infantilizado (que desea seguir siéndolo) y que, en última instancia, puede verse como un intento de evadir las responsabilidades⁷.

Con la verdad vaciada de valor explicativo absoluto y su progresivo hundimiento en la banalización, el surgimiento de una posverdad que bien tranquilice a la población (aunque sea a través de una mentira) bien añada más madera a la hoguera de la polémica mediática de la semana tiene lugar sin excesivos traumas. Las noticias sobre una guerra del Golfo aséptica, limpia y sin víctimas inocentes, retransmitida como si de un videojuego se tratase, se aceptaron con escasa resistencia, pues lo contrario habría supuesto reavivar el *síndrome de Vietnam*. Los algoritmos de Facebook, Google o Amazon, entre otros, sirven de base para ofrecernos un mundo personalizado, un mundo que se adapta a nuestras propias ideas, intereses y deseos. Un mundo que, dicho sea de paso, no tiene por qué ajustarse al curso real de los acontecimientos.

Desde el enmascaramiento más descarado y propagandístico al más sutil juego mercadotécnico, el proceso de filtrado y empaquetado de la realidad se repite sin cesar. La desafección por la verdad corre en paralelo con el relajamiento de los poderes fácticos a la hora del empleo de la fuerza bruta bien para imponer su vo-

de Reagan» en *Público*, 13 de agosto de 2010 (recogido de <<http://www.publico.es/culturas/rambo-brazo-armado-reagan.html>>, consultado el 2 de septiembre de 2019).

7 Véase Wood (2003). En particular el capítulo llamado «Papering the Cracks: Fantasy and Ideology in the Reagan Era» (Wood, 2003: 144-167).

luntad bien para censurar los puntos de vista contrarios a sus intereses. En otras palabras: la censura clásica se hace innecesaria porque la verdad se ha convertido en papel mojado y su búsqueda o defensa ya no es capaz de movilizar a las masas... Al menos de un modo duradero.

4. Poscensura: cuando el panóptico resulta innecesario

A finales del siglo XVIII, el filósofo Jeremy Bentham ideó un mecanismo de vigilancia llamado panóptico —posteriormente examinado por Foucault en *Vigilar y castigar* (1975)—. Consistía en una torre situada en mitad de la prisión en cuya parte superior se suponía que unos centinelas vigilaban de manera constante, generando un sentimiento entre los reclusos de constante observación. Con el paso del tiempo, la vigilancia real se hacía innecesaria dado que los presos la habían interiorizado y, en consecuencia, la tentativa de acciones indeseadas se reducía de manera drástica. Los reos se habían convertido en sus propios carceleros⁸.

Algo similar sucede en las sociedades de la información, donde, quizá, la censura no se vea obligada a recurrir a la fuerza bruta para ser impuesta, pero en la cual los mecanismos y dispositivos de vigilancia son cada vez más numerosos e incluso «tolerados» por los usuarios: teléfonos móviles y ordenadores portátiles, videocámaras instaladas en la calle o en los cajeros automáticos, asistentes virtuales —como Siri (de Apple) o Alexa (de Amazon), que graban conversaciones privadas sin el consentimiento de los clientes⁹—, las principales redes sociales (que almacenan y comercian con nuestros datos e información personal) y un largo etcétera.

En un mundo globalizado, la censura resulta, por una parte, contraproducente y, por otra, directamente imposible. Nuestras sociedades se muestran más sensibles e inclinadas a la transparencia que al autoritarismo, de forma que los gobiernos y empresas que lo practican cosechan mala prensa. Mala prensa a nivel internacional. Y ni las empresas ni los gobiernos ni el resto de agentes de la esfera pública desean sufrir tales «daños colaterales» (que implican pérdida de confianza y de ingresos). ¿Significa esto que gobiernos y conglomerados empresariales están dispuestos a aceptar de buen grado la transparencia? Conviene señalar en este punto que dicha transparencia puede resultar también contraria a sus intereses, de modo que la única opción es servirse de una cierta dosis de posverdad que se ajuste a los tiempos de la poscensura.

Huxley explica en el prólogo a *Un mundo feliz* la mutación de un estado totalitario a la antigua usanza a otro de nuevo cuño:

8 «Con el panoptismo, tenemos la disciplina-mecanismo: un dispositivo funcional que debe mejorar el ejercicio del poder volviéndolo más rápido, más ligero, más eficaz, un diseño de las coerciones sutiles para una sociedad futura» (Foucault, 2005: 212).

9 Recientemente se han publicado innumerables artículos al respecto. Sirva el de Metz (2018) como ejemplo. Una «predicción» ficcionada sobre el impacto de la tecnología, las redes sociales y la recogida de datos, puede verse la serie *Black Mirror* (Netflix).

«Un estado totalitario realmente eficaz sería aquel en el cual los jefes políticos todopoderosos y su ejército de colaboradores pudieran gobernar una población de esclavos sobre los cuales no fuese necesario ejercer coerción alguna por cuanto amarían su servidumbre. Inducirles a amarla es la tarea asignada en los actuales estados totalitarios a los ministerios de propaganda, los directores de los periódicos y los maestros de escuela» (Huxley, 2016: 15-16).

El problema reside en lograr que la gente ame su servidumbre. O, en otros términos: «El mayor éxito de la poscensura es hacernos creer que no existe» (Soto Ivars, 2017: 112).

Cuando Huxley escribió su obra más célebre en 1932, el poder de las empresas no resultaba tan evidente. A fecha de hoy, no obstante, parece inevitable pensar que su influencia en las corrientes de opinión y en la configuración de un mundo a la medida del usuario es determinante¹⁰. Tampoco tenía presente la presión social a la que ser verían enfrentados los ciudadanos del siglo XXI, tal y como se ve reflejado en piezas como «Caída en picado», de la serie *Black Mirror* (2016), que los empujaría a expandir, modificar y «renovar» su subjetividad —no tanto en un sentido físico, posthumano¹¹, sino procedimental y conceptual: como *second life* o «vida virtualmente expandida y “maquillada”»— en pos de la validación social.

La poscensura, por otra parte, viene a ocupar —o amplificar— el lugar de la corrección política en todas las esferas de la vida. Una nueva suerte de «moralismo indoloro», ejercido desde el anonimato y desde la comodidad de nuestro sofá, móvil en mano, se ocupa de «corregir» los puntos de vista que no se ajustan a lo políticamente correcto. En el extremo de esta tendencia se halla el respeto, casi forzoso, de las características individuales de cada ciudadano y en la necesidad de defender la libertad individual por encima de todo. Esta poscensura, por lo demás, no entiende de ideologías.

El argumento de fondo es sólido: si la verdad ha dejado de ser un discurso explicativo, se convierte en relativa, y, en última instancia sujeta única y exclusivamente al caso particular, el respeto por éste —y por el derecho a la libertad de expresarlo— se convierte en la máxima de todo discurso social. Cualquier atentado contra un punto de vista, por marginal que parezca, se convierte en el pecado capital por excelencia dentro de la esfera pública.

Es el momento de señalar que ningún poder anterior al modelo capitalista —ni las religiones organizadas ni las iglesias varias ni los estados represores o el ejército— ha logrado con tanta eficacia que los individuos abracen su servidumbre no sólo de un modo voluntario, sino, además, feliz. En este sentido, el análisis de Huxley gana al de Orwell por goleada.

¹⁰ Entre otras razones porque son las propias empresas las que pagan por los datos que recogen, por ejemplo, las redes sociales. Sobre este extremo, véase Lanier (2018).

¹¹ C/¿s. Braidotti (2015).

Tal y como hemos apuntado, la poscensura se apoya y sustenta en la falta de solidez del concepto de verdad sobre todo a partir de la posmodernidad y del auge de Internet. Indudablemente, los medios se han visto sorprendidos por una situación imprevista: los usuarios de redes sociales son más rápidos que ellos a la hora de difundir algunas noticias. Esto se traduce en una amenaza a su modelo de negocio tradicional, hasta tal punto de que no es inusual que los medios tomen como fuente «fiable» los comentarios vertidos en el ciberespacio¹². El recurso al *clickbait* y a los titulares capciosos comienza a ser algo habitual en los rotativos tradicionalmente respetables.

De acuerdo con Soto Ivars:

«El *trending topic* del día empuja a los medios a publicar noticias sobre el tema, aun cuando el tema sea falso o discutible. Nos encontramos, pues, ante una nueva forma de sensacionalismo que abarca la práctica totalidad de los medios» (Soto Ivars, 2017: 180)¹³.

¿No es ésta la premisa sobre la cuál se basa *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014)?

La frontera con el tan cacareado «populismo» se estrecha. El populismo, en líneas generales, consiste en decir a la audiencia —sea del signo que sea— lo que quiere oír, fenómeno que ha sido ficcionalizado recientemente en la mini serie *Years and Years* (2019). Es la situación ideal para que el ciudadano-individuo, acostumbrado a que en la sociedad de consumo sus deseos queden satisfechos casi de inmediato y a que su punto de vista sea soberano, se deslice —en ocasiones sin saberlo— hacia el terreno donde el linchamiento y la incapacidad de dialogar de forma razonada y con argumentos sólidos se convierten en su sello de identidad. Nos referimos, claro está, al modelo que el historiador Polibio —basándose en las formas de gobierno establecidas por Aristóteles (monarquía, aristocracia y democracia)— concibió como la degeneración de la democracia: la *oclocracia*.

5. Oclocracia o la perversión de la democracia

Rousseau nos ofrece una valiosa aproximación al problema de la oclocracia, sin mencionarla, en el capítulo III del Libro II de su conocido *El contrato social*. El capítulo se titula: «De si la voluntad general puede errar».

Se saca en consecuencia de lo que precede, que la voluntad general es siempre recta y tiende constantemente a la utilidad pública; pero no se deriva de ello que las deliberaciones del pueblo tengan siempre la misma rectitud. El pueblo quiere indefectiblemente su bien, pero no siempre lo comprende. Jamás se corrompe el pueblo, pero a menudo se le engaña, y es entonces cuando parece querer el mal.

12 Es bien conocido el ejemplo de Sobaib Athar (@ReallyVirtual en Twitter), quien destapó casi por error la supuesta detención de Osama bin Laden a tiempo real en la mencionada red social.

13 Véase también Rodríguez (2013).

Frecuentemente surge una gran diferencia entre la voluntad de todos y la voluntad general: ésta sólo atiende al interés común, aquélla al interés privado, siendo en resumen una suma de las voluntades particulares; pero suprimid de estas mismas voluntades las más y las menos que se destruyen entre sí, y quedará por suma de las diferencias la voluntad general.

Si, cuando el pueblo, suficientemente informado, delibera, los ciudadanos pudiesen permanecer completamente incomunicados, del gran número de pequeñas diferencias resultaría siempre la voluntad general y la resolución sería buena. Pero cuando se forman intrigas y asociaciones parciales a expensas de la comunidad, la voluntad de cada una de ellas se convierte en general con relación a sus miembros, y en particular con relación al Estado, pudiendo entonces decirse que no hay ya tantos votantes como ciudadanos, sino tantos como asociaciones. Las diferencias se hacen menos numerosas y dan un resultado menos general. En fin, cuando una de estas asociaciones es tan grande que predomina sobre todas las otras, el resultado no será una suma de pequeñas diferencias, sino una diferencia única: desaparece la voluntad general y la opinión que impera es una opinión particular.

Importa, pues, para tener una buena exposición de la voluntad general, que no existan sociedades parciales en el Estado, y que cada ciudadano opine de acuerdo con su modo de pensar. Tal fue la única y sublime institución del gran Licurgo. Si existen sociedades parciales, es preciso multiplicarlas a fin de prevenir la desigualdad, como lo hicieron Solón y Numa. Estas precauciones son las únicas buenas para que la voluntad general sea siempre esclarecida y para que el pueblo no se equivoque nunca. (Rousseau, 2004: 75-77)¹⁴.

En el presente, el esclarecimiento de dicha «voluntad general» se convierte en una tarea complicada, máxime si consideramos el nuevo escenario individualista en el que transcurre el presente tal y como lo hemos dibujado en el presente artículo, apoyándonos en las tesis de Lipovetsky, entre otros académicos y teóricos. ¿Es acaso la voluntad general la suma de las voluntades individuales? Tanto Rousseau como la experiencia inmediata nos previenen contra esta suposición (o su perversión).

Por lo demás, tal y como también Juan Soto Ivars señala, la poscensura (y sus derivados), «busca enemigos individuales»:

«La poscensura señala con arbitrariedad a sus culpables, no hay tiempo para vigilar a todo el mundo, así que el grupo marca con el estigma a alguien y a partir de ese momento lo somete a un riguroso escrutinio. Mientras que los estudios culturales de género investigan las tendencias

14 Otras versiones en castellano incluyen —al igual que la versión original en francés—, además de Solón y Numa, Servio. Asimismo, en la edición de Aguilar (1973), el capítulo termina con la siguiente traducción: «Estas precauciones son las únicas adecuadas para que la voluntad general sea siempre esclarecida y para que el pueblo no se engañe». En cualquier caso, y para quien desee realizar su propia interpretación, transcribimos la cita original en francés —tomada de la edición de la *Pléiade*—: «Ces précautions sont les seules bonnes pour que la volonté générale soit toujours éclairée, & que le peuple ne se trompe point».

sexistas en el cine, la literatura o la publicidad, la poscensura busca enemigos individuales» (Soto Ivars, 2017: 217).

La arbitrariedad, término que figura en la anterior cita, también es una de las características de la oclocracia.

Es un buen momento para señalar que nuestra postura no es ni mucho menos apocalíptica, si bien —adelantando parte de nuestras conclusiones— cabe plantear la necesidad de una mayor educación en la cuestión que nos ocupa; una alfabetización mediática, así como una cierta deontología, a fin de minimizar los daños indeseables de un avance tan determinante y mayormente positivo como es Internet.

Pasemos ahora a examinar algunas de las formas en que la mencionada oclocracia se pone de manifiesto.

Si a la defensa a ultranza de la libertad de expresión (de cualquier punto de vista), añadimos, por paradójico que pueda parecer, una cierta dosis de poscensura y establecemos las redes sociales e Internet en general como los canales principales a la hora de manifestarnos, es fácil suponer que, en lugar de resolver ciertos incidentes de manera interna y con cierta discreción, los usuarios hagan públicas sus quejas o protestas de manera inmediata y crispada. Twitter y Facebook (o cualquier otra red social) se convierten en el lienzo sobre el cual dejar constancia de nuestro malestar. Si, por ejemplo, nuestra conexión a Internet se cae, aprovechamos los datos móviles de nuestro teléfono para protestar contra la operadora de telefonía y poner en tela de juicio la calidad de sus servicios; si se va la luz o el precio de las tarifas sube, procedemos de igual modo. Si un cajero de una gran superficie, un funcionario de correos, una empleada de banca, etc., no nos ofrece el trato o servicio que, desde nuestro punto de vista, debemos recibir, empleamos los mismos canales para demonizar a la empresa, cadena o simple negocio local. No sólo se busca informar de un incidente, sino pulverizar al «enemigo» en nombre de la justicia y la libertad de expresión.

Lo mismo sucede a la hora de valorar un restaurante, una librería, o cualquier otro producto o servicio.

En otros términos, una chispa diminuta puede encender la mecha de un linchamiento desmesurado. El linchamiento es una de las mayores herramientas a la hora de ejercer la oclocracia. Nótese que el pretexto es siempre una supuesta justicia o la solicitud de enmienda de una afrenta que, en muchos casos, ni siquiera va dirigida contra nosotros. Dicho linchamiento puede ejercerse contra el gobierno de turno, empresas e instituciones, defensores de causas variadas y sus contrarios, o, directamente, personas concretas (no necesariamente populares... hasta ese momento). Asimismo, el linchamiento puede adoptar la forma de boicot a películas, series, libros o empresas, por supuesto¹⁵.

15 Los ejemplos son innumerables. La empresa suiza Nestle ha sufrido varios intentos de boicot, siendo uno de los más recientes los acaecidos durante en *procés* catalán. La serie *La casa de papel* o la película basada en la novela de Dolores Redondo *El guardián invisible* (ambas, por cierto, producidas por *Atresmedia* en 2017) sufrieron otro antes de su

Indudablemente, este tipo de protestas (no valoraremos si justificadas o no) pueden tener —y de hecho, en muchas ocasiones tienen— consecuencias fuera de la pantalla de nuestro ordenador o teléfono móvil. Aparte de los casos más o menos mediáticos —como el del conocido director español Nacho Vigalondo—, son bien conocidos los ejemplos de Justine Sacco (recogido en Ronson, 2015), Alicia Ann Lynch, Lindsey Stone (también recogido por Ronson en la misma obra), personas anónimas, con pocos seguidores en sus cuentas de redes sociales, no especialmente polémicas ni posicionadas en ningún bando de guerra cultural alguna, pero que tuvieron la mala suerte de hacer algún comentario desacertado que acabó viralizándose. Además de perder sus respectivos trabajos, todas ellas sufrieron insultos y amenazas varias, incluida la de muerte, a través de las redes sociales¹⁶.

Si algo pone de manifiesto la oclocracia es su carácter emocional, frente a las posturas racionales o «razonadas».

Esto nos lleva a la siguiente cuestión: ¿es posible hablar de nuevo de una Verdad con mayúscula? ¿Tendría algún sentido? Evidentemente, dicha alternativa nos devolvería a otra situación igualmente problemática: la imposición del dogma, el fundamentalismo y las fisuras en la libertad de expresión.

Cabe una vía intermedia, que supone un adelanto de nuestras conclusiones, que es el establecimiento de unos criterios ya no inmutables pero sí establecidos de la manera más sólida posible y con posible aplicación y beneficio para la mayor parte de la población (sin excluir en ningún momento el debate y la discusión argumentada). En otras palabras, el regreso a una esfera y debate públicos no dinamitados¹⁷ por la manipulación mediática o su directa supresión a través del miedo al linchamiento, a la descontextualización, al rechazo o al aislamiento —lo que constituye el verdadero uso de la (pos)censura autoimpuesta, la apoteosis del panóptico—.

Sin duda, debemos buscar un espacio intermedio entre el silencio y la cacofonía.

estreno. Fue debido a las declaraciones de actrices que participaban en ellas, bien a favor de ETA (Itziar Ituño), bien «ridiculizando» las costumbres españolas (Miren Gaztañaga). El cineasta Fernando Trueba también experimentó en sus carnes el boicot a su película *La reina de España* (2016) tras declarar al recibir en 2015 el Premio Nacional de Cinematografía que no se había sentido español ni cinco minutos de su vida. Mientras que las otras producciones lograron salvar el escollo, *La reina de España* —no entramos a valorar las razones— no logró recaudar más que 387.000 euros de los once millones de presupuesto con que se produjo.

16 Quien desee ampliar la información sobre estos casos, puede ver Ronson (2015) y Soto Ivars (2017). Una lectura somera pero lo suficientemente ilustrativa puede ser el artículo de Javier Ricou, el 21 de junio de 2015, en *La vanguardia*: «La humillación pública, sin límites en las redes sociales» (recogido de <<http://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20150621/54432945388/humillacion-publica-redes-sociales.html>>, consultado el 27 de agosto de 2018).

17 O «desgarrando» a la sociedad, como afirma Chamath Palihapitiya, ejecutivo de Facebook en un artículo de *The Verge* (Vincent, 2017).

6. Conclusiones. Alfabetización mediática, responsabilidad, pensamiento crítico y diálogo: las claves para la construcción de un nuevo espacio social

A lo largo de estas páginas hemos tratado de dibujar el periplo realizado por el concepto de Verdad a lo largo del último siglo y qué consecuencias ha tenido por lo tocante a la esfera de la comunicación social.

Términos como populismo, posinformación, posverdad, poscensura, *Fake News* o *Deepfake* se han convertido en algo de uso cotidiano. A la sombra, el fantasma de la manipulación y el temor a un nuevo autoritarismo irracional y bufo. Los desafíos que afrontará en breve el concepto de verdad —ya en minúscula— tanto en su dimensión ética, como epistemológica y ontológica— son de gran calado. La tecnología ha añadido variables a los problemas y escenarios tradicionales, ya que nunca antes fue posible alterar, dirigir y suprimir el contenido de la información como hoy. Y, sobre todo, de vaciarlo de su componente racional.

Cabe plantear la necesidad de establecer nuevos modelos de verificación de la información, tanto en redes sociales como en los medios (aunque para ello, en una fase inicial, debemos recuperar el hábito de pagar por estos servicios: a mayor independencia de los medios respecto a sus anunciantes y otros grupos de presión, mayor margen de autonomía).

Otro de los mecanismos para precipitar la caída del modelo actual es el propuesto por Jaron Lanier en *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Su punto de vista es abiertamente provocador (tanto como preciso), mas es posible una postura menos radical y más conciliadora.

También cabe entregarse al «enloquecimiento» del algoritmo mediante la búsqueda de temas aleatorios y contradictorios, como en parte plantea Pariser (2017).

Con independencia de si estos mecanismos de verificación de la información se ponen en práctica o no o si decidimos abandonar las redes sociales y el uso de buscadores que trafican con nuestra información o tan sólo aprender a utilizarlas de un modo más consciente, sí conviene mencionar dos soluciones que merece la pena considerar: la primera es la necesidad de una alfabetización mediática a todos los niveles (lo cual incluye también la escuela y el instituto, e incorporaría algún tipo de deontología básica así como la ejemplificación de las diversas técnicas de manipulación mediática y su funcionamiento) y la segunda el fomento del pensamiento crítico como primer filtro que evite la aceptación y propagación de ideas potencialmente dañinas (por ejemplo, las que promuevan discursos de odio, aboguen por el retroceso de los derechos sociales conquistados o, directamente, atenten contra todos los logros culturales, científicos, etc.). Entiéndase que pensamiento crítico es lo opuesto a la censura, ya que se basa en la argumentación racional y no en la imposición (o aceptación) de un dogma.

Sin duda, se trata de un proyecto que, sin llegar a ser utópico, sí se desarrollaría a largo plazo. A partir de ese momento, empero, podremos decir que la nueva

era de las comunicaciones ha entrado en su madurez: la promoción de la paz, el diálogo y el progreso.

7. Referencias

- Augé, Marc (2015). *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa.
- Ball, James (2017). *Post-Truth. How Bullshit Conquered the World*. Londres: Biteback.
- Baudrillard, Jean (1991). *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Zygmunt (2010). *Mundo consumo: Ética del individuo en la aldea global*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Braidotti, Rosi (2015). *Lo Posthumano*. Barcelona: Gedisa.
- Cadwalladr, Carole (2017). The great British Brexit robbery: how our democracy was hijacked. En: *The Guardian*, Consultado el 12 de octubre de 2018 en <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexite-robbery-hijacked-democracy>
- Carr, Nicholas (2011). *Superficiales: ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?*. Barcelona: Taurus.
- D'Ancona, Matthew (2017). *Post Truth. The New War on Truth and How to Fight Back*. Londres: Random House.
- Debord, Guy (2012). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Fernández Porta, Eloy (2008). *Homo Sampler*. Barcelona: Anagrama.
- Fowks, Jaqueline (2018). *Mecanismos de la posverdad*. Madrid: FCE.
- Foucault, Michel (2005). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- Frankfurt G., Harry (2005). *On Bullshit*. Princeton: Princeton University Press.
- Holiday, Ryan (2013). *Confía en mí, estoy mintiendo*. Barcelona: Empresa Activa.
- Huxley, Aldous (2016). *Un mundo feliz*, Madrid: Debolsillo.
- Lanier, Jaron (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Madrid: Debate.
- Lipovetsky, Gilles (2003). *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2005). *El crepúsculo del deber: La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean (2009). *La pantalla global*. Barcelona: Paidós.

- Lyotard, Jean-François. (2003). *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.
- McIntyre, Lee (2018). *Post-Truth*. Massachusetts: MIT Press.
- Metz, Rachel (2018). Alexa graba conversaciones privadas sin permiso y es espeluznante. Consultado el 26 de agosto de 2019 en <https://www.technologyreview.es/s/10258/alex-graba-conversaciones-privadas-sin-permiso-y-es-espeluznante>
- Mirzoeff, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Norris, Christopher (1997). *Teoría acrítica*. Valencia: Pre-textos.
- Pariser, Eli (2017). *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.
- Peirano, Marta (2017). No son bots rusos, es Capitalismo 3.0. reventando el debate político *online*. Consultado el 26 de agosto de 2019 en http://www.eldiario.es/politica/bots-rusos-cyborgs-mercenarios_0_708680008.html
- Peirano, Marta (2019). *El enemigo conoce el sistema: manipulación de ideas, personas e influencia después de la economía de la atención*. Madrid: Debate.
- Postman, Neil (2012). *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «Show Business»*. Barcelona: Ediciones La Tempestad.
- Prieto, Carlos (2010). Rambo, al brazo armado de Reagan. Consultado el 12 de septiembre de 2018 en <http://www.publico.es/culturas/rambo-brazo-armado-reagan.html>
- Ródenas, Gabri (2017). ¿Hackeando la realidad? En: Torrado, Susana; Ródenas, Gabri; Ferreras, José Gabriel (Eds.). *Territorios Transmedia y narrativas audiovisuales*. Barcelona: UOC.
- Rodríguez, Delia (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Barcelona: Gestión 2000.
- Rodríguez Ferrándiz, Raúl (2018). *Máscaras de la mentira: El nuevo desorden de la posverdad*. Valencia: Pre-Textos.
- Ronson, Jon (2015). *Humillación en las redes*. Barcelona: Ediciones B.
- Rousseau, Jean-Jacques. (2004). *Contrato social*, Madrid: Itsmo.
- Soto Ivars, Juan (2017). *Arden las redes. La poscensura y el nuevo mundo virtual*. Madrid: Debate.
- Tesich, Steve (1992). A Government of Lies. En *The Nation*, 13 de junio de 1992.
- Vincent, James (2017), Former Facebook exec says social media is ripping apart society. Consultado el 26 de agosto de 2019 en <https://www.theverge.com/2017/12/11/16761016/former-facebook-exec-ripping-apart-society>
- Wood, Robin (2003). *Hollywood: from Vietnam to Reagan... And beyond*. Nueva York: Columbia University Press.