

POSVERDAD Y DEMOCRACIA DIGITAL

VICTORIA TROCONIS CRIADO *

Universidad Metropolitana de Caracas, Venezuela

v.troconis@correo.unimet.edu.ve

RAFAEL ARRÁIZ LUCCA **

Universidad Metropolitana de Caracas, Venezuela

rafarraiz@unimet.edu.ve

Resumen

El presente artículo propone abordar el fenómeno de la posverdad y su impacto en la democracia en la era digital, introduciendo la figura del “demócrata-cyborg” bajo el contexto del postpensamiento y la racionalidad digital. Además, se señala que la influencia de mecanismos políticos basados en la persuasión emocional y las redes sociales ha sustituido lo institucional por lo virtual y tecnológico, resultando en consecuencias como la irracionalidad en el pensamiento, la manipulación de la psique humana, la alienación y la distorsión de la realidad. La posverdad, por tanto, busca desorientar a las sociedades actuales aprovechando sus vulnerabilidades, afectando la participación electrónica y generando la aparición de un nuevo tipo de ser humano: el homo digitalis. En la última parte del trabajo, se destaca la necesidad de un esfuerzo más racional y deliberativo para generar conciencia política en la ciudadanía.

Palabras clave: Posverdad; democracia digital; participación electrónica; redes sociales; posmodernidad.

* (Licenciada en Estudios Liberales, asistente de investigación y analista de comunicaciones de PwC Venezuela). ORCID: 0009-0006-5612-9243

** Abogado, escritor, magíster en Historia (Universidad Católica Andrés Bello) y profesor de la Universidad Metropolitana de Caracas). ORCID: 0009-0009-2536-1201



Abstract

This article discusses the concept of “post-truth” and its impact on democracy in the digital age. It introduces the idea of a “cyborg-democrat” in the context of post-thinking and digital rationality. The article points out that political mechanisms based on emotional persuasion and social media have replaced institutional methods, resulting in consequences such as irrational thinking, human psychology manipulation, alienation, and reality distortion. Post-truth disorients societies and exploits their weaknesses, affecting electronic participation and creating a new type of human being called “homo digitalis”. Finally, the article emphasizes the need for a more rational and deliberate approach to generating political awareness among citizens.

Keywords: Post-truth; digital democracy; electronic participation; social media; postmodernity.

RECIBIDO: 12-03-2025 / ACEPTADO: 15-05-2025 / PUBLICADO: 15-06-2025

Cómo citar: Troconis V., et. al., (2025). Porverdad y Democracia Digital. *Cuaderno Unimetano*, 2025-1, 61 - 82. <https://doi.org/10.58479/cu.2025.161>

CONTENIDO

Resumen	61
Abstract	62
1. Introducción	65
2. Posverdad y democracia digital: Panóptico de la infocracia	66
3. Posverdad y pospolítica	68
4. Posverdad y fin de la acción comunicativa en el mundo digital	69
4.1 Verdad líquida e hiperrealidad: Crisis de la verdad y disonancias cognitivas	70
5. Posverdad como software en la participación electrónica: El demócrata-cyborg	72
5.1 Demos debilitado en un mundo digital	74
6. Racionalidad digital: Era del postpensamiento	75
7. Conclusiones	78
8. Referencias Bibliográficas	79

1. Introducción

“¿Qué consecuencias tiene para la democracia el proceso de digitalización que está transformando de manera acelerada la economía, la cultura, [la política], y aún nuestros hábitos y percepciones cotidianas?” (Arias, 2016, p.49). Para responder la interrogante y profundizar en los efectos que produce el mundo tecnológico en la democracia, es menester entender que el siglo XXI ha propiciado el retorno de un nuevo antropocentrismo.

Lo anterior supone el regreso más arraigado del relativismo, el escepticismo y lo alternativo, donde sus bases adquieren solidez en el culto al presente y en el formalismo; lo que Sartori (s.f) en Aznar (2018) denomina “el estado de vaciedad del vacío” (p.75). En este sentido, la posmodernidad ha centrado su atención en el presente y la forma, dando paso a un crepúsculo de ideologías, y a la reducción del espacio para las discrepancias políticas (Aznar, 2018).

Esto se refleja en la fragmentación de las sociedades, donde la construcción y el desenvolvimiento de acciones colectivas en torno a un bien común se dificulta, creando ecosistemas de aislamiento, polarización, conformismo y apatía; generados mayormente a raíz de la evolución de las redes sociales. De esta manera, la globalización ha cambiado la actuación de la comunicación y junto con ella, las actitudes ciudadanas. Es así como el avance de la tecnología ha hecho que la sociedad sea ya no de la información, sino de la opinión, que no sólo consume contenido en demasía, sino que carece de análisis y comprensión, donde la *doxa* prevalece.

Según Aznar (2018) “el hombre moderno no piensa, se informa” (p.75), y bajo este contexto, se afianza el sentimentalismo, pues la emoción prima sobre la razón posicionándose como la piedra angular dentro de este nuevo antropocentrismo; una situación paradójica y confusa, al ser la razón la antigua columna vertebral del mundo occidental. De este modo, las creencias individuales se anteponen a los hechos objetivos, “la verdad se relativiza, y con ello, la realidad a la que ésta obedece” (Aznar, 2018, p.75); de ahí que los ciudadanos se sumerjan en la era de la posverdad¹.

1 Para efectos del presente trabajo, la definición de posverdad que más se acopla y se adecúa a los objetivos planteados es la que propone Frederick De Backer (2019). Ésta se constituye en circunstancias en las cuales “varios hechos e interpretaciones alternativas con pretensión de verdad compiten para influir en la formación de la opinión pública, con la consecuencia de una desvalorización del propio concepto de hecho objetivo y una mayor importancia de la emoción y creencias propias” (p.15).

Así pues, tal como argumenta Castellanos (2019), el problema principal de vivir en una época donde la verdad es un constructo social, repleto de sumisiones y servidumbres culturales a través del lenguaje y las estructuras de poder es: “la conjunción entre políticos que apelan a los sentimientos, [y a los medios] sedientos de clics, y [la] ciudadanía que se informa con lo que decide un algoritmo, todo ello constituye[ndo] una nueva realidad sobre la que germina la posverdad” (p.371). De esta manera, este fenómeno puede provocar profundas implicaciones distorsionadoras en los procesos de participación electrónica² para la toma de decisiones públicas y políticas.

En tal sentido, este artículo pretende abordar la convergencia entre el fenómeno de la posverdad y la democracia electrónica³, mediante la explicación metafórica del panóptico de la infocracia, continuando con la conversión de la política en “pospolítica”, a través del fin de la acción comunicativa digital; incluyendo, al mismo tiempo, la transformación “líquida” de la verdad, haciendo énfasis en la crisis por la que ésta atraviesa y la supremacía afectiva.

En la misma línea, se profundiza en la posverdad como *software* en la participación electrónica y la creación de un nuevo tipo de demócrata: el *cyborg*, a partir de las explicaciones de la hiperrealidad, la teoría de la disonancia cognitiva, y el debilitamiento del *demos*; finalizando con el planteamiento de la existencia de la racionalidad digital y la era del postpensamiento.

2. Posverdad y democracia digital: Panóptico de la infocracia

En la “sociedad mediatizada, las instituciones, las prácticas sociales y culturales se articulan directamente con los medios de comunicación de tal manera que estos se convierten progresivamente en el lugar por excelencia de la producción del sentido, modificando la ontología tradicional de los hechos sociales” (Muniz Sodré, 1998, en Giraldo, 2004, p.104). La preocupación radica en que la mayoría de los contenidos mediáticos más que informativos son persuasivos, y la cultura de masas se confecciona en torno a la emotividad, la experiencia inmediata, el disfrute y la intensidad del espectador; sobre todo con el desarrollo de la “sociedad de la información”. Según el filósofo Han (2022) el “factor decisivo para obtener el poder no es ahora la posesión de medios de producción, sino el acceso a la información, que se utiliza para la vigilancia psicopolítica y el control y pronóstico del comportamiento” (p.6).

2 La participación electrónica (e-participación) se ha posicionado como una participación que, apoyada en las TIC durante los procesos gubernamentales, ha constituido la herramienta más poderosa al alcance de las personas para mejorar el acceso a la información, a los servicios públicos, así como a la formulación de políticas públicas (Ford, 2019).

3 La democracia electrónica (*e-democracy*) o la democracia digital es un concepto que se ha ido fraguando desde finales de la década de los noventa. Puede definirse como “la activa participación e interacción ciudadana con autoridades y gobierno, mediante el uso de medios digitales para influir en las políticas públicas y en la toma de decisiones” (Ford, 2019, p.42).

De esta forma, se configura lo que éste denomina el “régimen de la información”, donde la explotación surge en la información y en los datos; reduciendo a las personas a la condición de “ganado consumidor” (Han, 2022, p.6). Así, la explicación foucaultiana metafórica del panóptico adquiere un sentido diferente al propuesto originalmente; pues antiguamente en el capitalismo industrial los cuerpos eran dóciles, sometidos a la maquinaria de explotación y disciplinaria del poder. La soledad era utilizada como primera condición de sumisión y dominación absolutas, porque la edificación del panóptico con celdas aisladas unas de otras era la representación idónea y simbólica de la disciplina; especialmente porque los prisioneros no pueden comunicarse entre ellos.

Hoy en día, el capitalismo de la información opera a través de la comunicación y la creación de redes, haciendo que las técnicas y métodos como el adiestramiento físico, queden obsoletos. El régimen moderno de la disciplina transiciona a una sociedad de la vigilancia digital informativa; mientras mayor es la producción de datos a través de las redes sociales, más eficaz será la supervisión. El objetivo, por tanto, ya no es el poder biopolítico, sino la ingeniería de la mente y la apropiación de la *psique*, a través de la psicopolítica.

No es fortuito que los dispositivos inteligentes sean la principal instrumentalia de sometimiento y control en el mundo virtual; donde la sensación de libertad es lo que asegura la dominación: “la dominación se consume en el momento en que la libertad y la vigilancia se aúnan” (Han, 2022, p.9). De ahí que el sujeto del régimen informativo se piense y se crea libre, y se realice a sí mismo, pues dejó de ser “dócil”. Es así como la obligación permanente de la visibilidad panóptica ya no ocurre desde una coacción externa, sino por una necesidad interior; los individuos se exponen ante el foco voluntariamente (Han, 2022). “La paradoja de la sociedad de la información es que las personas están atrapadas en la información. Ellas mismas se colocan los grilletes al comunicar y producir información. La prisión digital es transparente” (Han, 2022, p.9).

El dominio, por ende, se fusiona con la vida cotidiana; así la vigilancia se introduce sutilmente y la prisión digital es una zona de bienestar inteligente. La sumisión al poder de los algoritmos, las burbujas de información y los *likes* excluyen todo tipo de revolución o resistencia posibles, y eso desemboca por inercia en una autoalienación⁴. De este modo, los mecanismos y herramientas de poder del capitalismo de la información son incentivos positivos, al controlar en el plano inconsciente la voluntad de la ciudadanía. El régimen de la información se apropia de “las capas prerreflexivas, instintivas y emotivas del comportamiento que van por delante de las acciones conscientes. Su psicopolítica basada en datos interviene en nuestro comportamiento sin que seamos conscientes de ello” (Han, 2022, p.13); causando distorsiones masivas en la esfera política y, por tanto, en el proceso democrático. La democracia, por ende, degenera en lo que Han (2022) denomina una “infocracia”; que mide y analiza a través del *microtargeting*

4 En palabras de Walter Benjamin (1973) en Marian (2016): “la humanidad (...) se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden” (p.217).

y los perfiles psicométricos, el comportamiento de los internautas, que han pasado a ser partícipes activos.

Así, la democracia se enfrenta a una lucha donde la racionalidad discursiva se ve amenazada por la comunicación afectiva, y donde peligran la autonomía y el libre albedrío; gracias a componentes de la era de la posverdad, pues “la información corre más que la verdad, y no puede ser alcanzada por ésta. El intento de combatir la infodemia con la verdad está, pues, condenado al fracaso” (Han, 2022, pp.22-23). De ahí que el medio constituya el dominio, y la esfera dominante esté formada por los dueños de los medios de comunicación de alta tecnología, ya que “soberano es quien manda sobre la información en la red” (Schmitt, s.f en Han, p.13).

3. Posverdad y pospolítica

El ensayista francés Christian Salmon (2007) definió a través de su libro *Storytelling*, una época en la cual los métodos narrativos característicos de la ficción literaria se habían colado en la comunicación política. Según éste, el objetivo constituía la creación de historias capaces de formatear las mentes de los votantes (Vicente, 2019). Para ello, el modelo comunicacional se basaba en la sustitución del debate racional por el lenguaje emocional, incluyendo la eliminación de todo rasgo representativo de un ideario político o de una posición política manifiesta. Lo anterior fue bautizado por Salmon (2007) como “pospolítica” (Riorda & Farré, 2012 en Sarasqueta, 2017).

Según la pospolítica los hechos objetivos carecen de importancia, haciendo que la opinión pública actúe sobre sentimentalismos y creencias personales; apoyándose en tres elementos sustanciales relacionados con la confianza política: miedo, esperanza y humillación. Es así como Aznar (2018) establece que la “posverdad se convierte en la savia de esta concepción política” (p.60). El mismo expone que la pospolítica se vale de las redes sociales de una sociedad con acceso ilimitado a la información (infoxicación ciudadana), pero con tiempo limitado para su análisis y discernimiento. Por tanto, la pospolítica es una práctica que implica:

(...) actuar sobre las emociones para llegar a la razón, ahuecando un discurso que de este modo se hace resonante mientras se hurta la agenda política a una ciudadanía a la que se tiene entretenida con cuestiones secundarias (...) además, escapa de la rendición de cuentas inherente al modelo democrático. El papel de las narrativas y la capacidad de penetración de los imaginarios, acentuada (...) [por] las nuevas tecnologías y focalizada por las herramientas tecnológicas de comprensión social (...) se muestra capital en tal esquema disruptivo (Aznar, 2018, p.75).

4. Posverdad y fin de la acción comunicativa en el mundo digital

(...) estamos mutando desde la existencia humana del *homo sapiens* (el ser humano que sabe) a un *homo communicare* (el ser humano que se comunica) y donde el conocimiento y la razón ya no tienen el mando (es el declive del *cogito ergo sum* de Descartes) y de forma creciente, la comunicación (*communico ergo sum*) es lo que cuenta. Ser es comunicarse; tener es comunicarse; hacer es comunicarse; hablar es comunicarse (Hoechsmann, Carr & Thésée, 2018 en Aparici & García-Marín, 2019, p.11).

La comunicación en las redes sociales tiene una base posverdadera que se aleja de la libertad y de la democracia, desembocando en una nueva discapacidad ciudadana: la desintegración de la esfera pública. La democracia digital sugiere convertir un *smartphone* en un parlamento electrónico con el cual se discute en cualquier lugar y a cualquier hora; el problema es que los seguidores se han convertido en los súbditos de estas plataformas dejándose adiestrar por sus influenciadores. De ahí que los enjambres digitales no constituyan un colectivo políticamente responsable (Han, 2022).

Así, la digitalización del sistema comunicacional ha degenerado en una crisis de la acción comunicativa; ésta se torna irracional, “al reducirse a un instrumento al servicio del interés técnico⁵ del sistema social (...) y anularse en su propia finalidad, la cual es la comprensión entre los individuos y la consideración del otro como fin en sí mismo y no como medio” (Habermas, s.f en Rodríguez, 2021, p.108). Esto supone la alianza entre los sistemas económico y político, los cuales utilizan al sistema cultural como portavoz de sus acciones. De acuerdo con sus intereses y conveniencias, estos emitirán informaciones difundidas por el sistema cultural para poder llegar a las masas; limitando así, la capacidad emancipatoria de la acción comunicativa, que permite lograr “modos de comunicación que hagan racionales y razonables las interpretaciones o subjetividades” (Rodríguez, 2021, p.107).

Esta irracionalidad confecciona un desacoplamiento entre el “mundo de la vida”⁶ y el sistema social. No obstante, este último resuelve dicha separación, integrándose en el mundo de la vida ejerciendo control externo mediante las legitimaciones; que son sistemas de ideas distorsionadas, producidas por cualquier sistema para respaldar su existencia y mantener el *statu quo*. De este modo, se crea una “opinión pública receptiva, acrítica de la notoriedad pública” (Habermas, s.f en Rodríguez, 2021, p.109). Además, también ocurre la desaparición

5 De acuerdo con la teoría propuesta por Habermas, significa dominio y control de la naturaleza; “las acciones están orientadas a la competencia por el dinero y el poder; donde las interacciones quedan supeditadas a las relaciones de mercado y de dominación” (Rodríguez, 2021, p.107).

6 Éste (...) crea un consenso de fondo que estabiliza la acción comunicativa: «Cuando hablantes y oyentes se comunican entre sí frente a frente sobre algo en un mundo, se mueven dentro del horizonte de su mundo vital común; éste permanece entre los participantes como un fondo holístico intuitivamente conocido, aporético e integral (...) El mundo de la vida define un horizonte y, al mismo tiempo, ofrece un repertorio de supuestos culturales» (Habermas, 1989 en Han 2020, pp.27-28).

del “otro” y, por ende, la consumación del discurso. “La expulsión del otro refuerza la compulsión autopropagandística de adoctrinarse con las propias ideas. Este autoadoctrinamiento produce infoburbujas (...) que dificultan la acción comunicativa” (Han, 2022, p.26). Es así como los espacios para la discusión están sujetos a las cámaras de eco, que engendra la posverdad.

Reconocer al otro es entender la existencia de la contraargumentación, como bien defendía Karl Popper, para lograr no una respuesta unánime, pero sí el consenso emancipatorio, propuesto por Habermas. El problema es que, “sin la presencia del otro, mi opinión no es discursiva, no es representativa, sino (...) doctrinaria y dogmática” (Han, 2022, p.25).

4.1 Verdad líquida e hiperrealidad: Crisis de la verdad y disonancias cognitivas

“(...) los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla; por consiguiente (...) se desplazan con facilidad (...) la “fluidez” o la “liquidez” son metáforas adecuadas para aprehender la naturaleza de la fase actual (...) de la historia de la modernidad” (Bauman, 2003, p.8).

A pesar de los intentos filosóficos y sociológicos en búsqueda y defensa de la verdad⁷, el mundo digital ha obstruido este propósito. Aunque suene contradictorio, pues la verdad siempre es y nunca deja de serlo, la sociedad transiciona a una de la posverdad, donde la verdad ha dejado de ser sólida, y ha pasado a un estado líquido. La misma fluye, se derrama, se transforma, se diluye y se disuelve en el océano del sentir, donde se torna náufraga de la razón; y ahora la embarga el vocablo “depende”, dejando ahogar el imperativo categórico de Immanuel Kant.

“Un nuevo nihilismo se extiende en nuestros días (...) es un fenómeno del siglo XXI (...) fruto de las distorsiones patológicas de la sociedad de la información. Se alza cuando perdemos la fe en la propia verdad” (Han, 2022, p.38). Y la democracia se encuentra en jaque gracias a esta situación; considerando que entre la verdad y la política siempre ha existido una relación bastante particular, ya que se ha construido un vínculo dialéctico, toda vez que la política “no puede ser completamente sierva de la verdad, en la medida en que, como expresión de la realidad, aspira a cambiarla” (Aznar, 2018, p.61). No es casual que los políticos sean quienes mejor han entendido el concepto de posverdad, pues para ellos su verdad es la única que

7 Desde la Edad Antigua los griegos buscaron la verdad en contraposición a la falsedad. Así, la verdad era comprendida como aquella idéntica a la realidad, y esta última equivalente a la permanencia en el sentido de “ser siempre”, ya sea en materia, substancia, etc. De igual modo, en la actualidad, Habermas sugiere la teoría consensual de la verdad, al denominar como “verdaderos” a los enunciados que pueden fundamentarse en argumentos que versan sobre valores universales, y al asegurar que la verdad de una proposición supone la promesa de lograr un consenso racional sobre lo expuesto o dicho (Técuatl, 2018 en Morales, 2018).

importa; y esto les funciona como estrategia para atacar a sus adversarios o amparar una corriente de opinión.

Así, el ecosistema digital ha constituido una realidad que sobrepasa las dimensiones terrenales, a tal punto que pertenecer a ella resulta más fáctico que permanecer en la existencia real; enmarcándose dentro del concepto de “hiperrealidad” desarrollado por Jean Baudrillard. Éste, preocupado por el importante rol que juegan las imágenes, explica que la sociedad no sólo está mediada, sino ampliamente bombardeada por ellas y, por tanto, la percepción de la realidad. De este modo, para Baudrillard (1978) la hiperrealidad se produce en un hiperespacio sin atmósfera:

(...) a un espacio cuya curvatura ya no es la de lo real, ni la de la verdad, la era de la simulación se abre, pues, con la liquidación de todos los referentes — peor aún: con su resurrección artificial en los sistemas de signos (...) la simulación (...) es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal (...) [cuestionando] la diferencia de lo «verdadero» y de lo «falso», de lo «real» y de lo «imaginario»⁸ (pp.5-8).

Lo hiperreal, por tanto, termina estableciendo los parámetros para comprender la realidad en la era de la posverdad. “La información circula ahora, completamente desconectada de la realidad, en un espacio hiperreal. Se pierde la creencia en la facticidad. Vivimos en un universo desfactificado” (Han, 2022, p.38). Esto desemboca en disonancias cognitivas, pues la realidad queda supeditada a la distorsión; y de acuerdo con la teoría de Festinger (1957), las personas tratarán de evitar informaciones que vayan en contraposición a sus modos de pensar e inclinaciones a actuar de cierta manera (Álvarez-Gálvez, 2012). Así, la posverdad resulta ser un éxito, pues “el cerebro (...) no busca necesariamente la verdad sino su bienestar; es decir, el placer y la ausencia de dolor” (Elías, 2018 en Aparici & García-Marín, 2019, p.156).

De este modo, existen cinco mecanismos que la favorecen: 1) sesgo de confirmación; 2) paradoja del conspiranoico; 3) sesgo partidista; 4) razonamiento motivado; 5) efecto contraproductivo (Elías, 2018 en Aparici & García-Marín, 2019). Cada uno es un elemento clave para entender la anatomía de la posverdad, porque estos “determinan que los individuos creen más en sus emociones y perspectivas prefijadas del mundo que la fuerza de los hechos” (Aparici & García-Marín, 2019, p.34). Incluso, uno de los motivos por los que al ser humano le resulta difícil detectar mentiras, fue denominado por Daniel Kahneman (2015) como “facilidad cognitiva”; éste explica que las personas tienden a apartarse de los hechos y/o datos que obligan al cerebro a trabajar más fuerte; ya que, ellas no buscan la verdad de forma natural,

8 El autor define cuatro fases sucesivas por las que una representación atraviesa para convertirse en hiperreal: 1) existe como reflejo de la realidad, haciéndolo como un intento de crear algo equivalente al objeto real; 2) distorsiona la realidad básica que representa; 3) enmascara la ausencia de la realidad que representa, pues la imagen conjura la evanescencia de la realidad, manteniendo un simulacro de lo que fue; 4) la imagen deja de estar relacionada con la realidad básica, se torna más real que la realidad en la que se basa (Schackmuth, 2018).

sino que la mayoría del tiempo tratan de evitarla. “La gente de manera instintiva acepta la información que recibe como verdadera” (Ayala, 2017, p.363).

Kanheman (2015) en Ayala (2017) establece que el cerebro toma decisiones de dos maneras: a) Sistema 1: rápida, intuitiva, emocional, siendo eficiente en energía; b) sistema 2: lenta, lógica, racional, consumiendo importantes cantidades de energía. Los seres humanos evitarán utilizar el “sistema 2” siempre que puedan, porque detenerse a analizar cada evento o suceso, resultaría un gasto energético desproporcionado. Eso “incluye las decisiones electorales, sobre todo en aquellos ciudadanos que no dispongan de mucho tiempo para dedicarlo a analizar detenidamente las diversas alternativas al momento de votar” (Ayala, 2017, p.348).

Según Han (2022), la verdad es capaz de eliminar la ambivalencia y la contingencia, al aportar sentido y orientación; no obstante, eso no ocurre con la sociedad de la posverdad, pues ésta se encuentra vacía de sentido. La verdad tiene como propósito el entendimiento y el consenso, garantiza la cohesión social, estabiliza a la sociedad, y ejerce una fuerza interna que la mantiene atada. “La crisis de la verdad es siempre una crisis de la sociedad. Sin la verdad, la sociedad se desintegra [y únicamente] se mantiene unida (...) por relaciones económicas externas e instrumentales” (Han, 2022, p.44).

En este sentido, el nuevo nihilismo germina dentro del proceso, conduciendo a una crisis de la democracia electrónica. La posverdad se sitúa en un lugar problemático, pues la falsedad pasa inadvertida en el diseño de las interfaces de las redes sociales (Aparici & García-Marín, 2019), y la verdad queda supeditada a la supremacía del afecto. “La verdad se desintegra en polvo informativo arrastrado por el viento digital. La verdad habrá sido un episodio breve” (Han, 2022, p.48). Por ello, es menester recordar que, “el corazón no es un órgano de la democracia. Cuando las emociones y los afectos dominan el discurso político, la propia democracia está en peligro” (Han, 2022, p.40).

5. Posverdad como software en la participación electrónica: El demócrata-cyborg

(...) «Captamos» instintivamente el populismo y la polarización; la posverdad, no
(...) La posverdad, en el contexto de las democracias, constituye un fenómeno nuevo y aterrador (...) [Ésta] hace que nuestro sentido de realidad se tambalee y con ello consigue que el populismo y la polarización dejen de ser una molestia política normal y se conviertan en algo distinto y mucho más importante: una amenaza existencial contra la propia continuidad de los gobiernos y las sociedades libres. [Es por ello que] no hemos hecho más que empezar a descubrir la capacidad de

la posverdad para desestabilizar las esferas públicas democráticas (Naím, 2022, pp.199-227).

Para Castellanos (2019) lo más peligroso de la posverdad en el ámbito político, radica en su vinculación directa con la participación ciudadana, dando lugar a la: “posverdad participativa”; uno de los enemigos más amenazantes para la democracia en la era digital. Esto debido a que la participación ciudadana requiere de un esfuerzo real, que le exige a las personas una presencia activa en cuanto a un problema específico, y que se produce cuando ellas adquieren conciencia política; esto es, el conocimiento de la realidad, a través de la información veraz y no sesgada.

Si bien *Facebook* y *Twitter*, pudieran presentarse como los escenarios propicios para una situación democrática de este estilo, donde el número de participantes es igual a aquellos que pueden opinar; en esta era, cuando la posverdad actúa nadie se entera, la tiranía del algoritmo no lo permite. Además, todos los argumentos son igualmente “válidos” y “respetables”; mientras más homogéneas sean las opiniones, mejor:

(...) en el *timeline* de un usuario pueden aparecer los rumores más variados y esotéricos, junto a finos y atinados análisis sobre la situación política. Todo ello es presentado al mismo nivel. No se facilita una jerarquía comunicativa que permita discernir con claridad las informaciones relevantes y fiables, frente a las que no son ni una cosa ni otra (Viner, 2019 en Castellanos, 2019, p.371).

Así, Castellanos (2019) distingue la sintomatología de la posverdad: 1) Velocidad e inmediatez (la velocidad exige decisiones inmediatas; el tiempo para la reflexión y la valoración de las opciones es escaso). 2) Dispersión tecnológica (la tecnología provoca en las personas una disminución de su capacidad para mantener la atención perenne; la posverdad dificulta al individuo discernir lo real de lo imaginario, triunfando lo efímero sobre lo consistente). 3) Futbolización de la política (la política de la posverdad se torna en un conjunto de bandos radicalizados que sólo aceptan los mensajes que refuerzan su propia identidad, siendo reacios a cualquier otra posición). 4) Posverdad y relato (la posverdad se encarga de construir una cosmovisión ajena a la realidad, mediante un relato simplificado y emotivo).

Es así como “la participación [electrónica] se ha convertido en un vocablo ineludible e incuestionable de la democracia [en la era digital]; pero la posverdad la ha reducido a un sucedáneo a pequeña escala del voto convencional, transmutado en un clic” (Castellanos, 2019, p.379). Poniendo en peligro “la integridad de los procesos electorales, ante la dificultad de determinar, en la mayoría de los casos, quién está detrás de este tipo de prácticas, que ya cuentan con una oferta de servicios y empresas destinados a tal fin” (Rúas y Capdevila, 2017 en Aparici & García-Marín, 2019, p.126).

Lo anterior degenera en lo que Aparici & García-Marín (2019) denominan “política-cyborg”, caracterizada por una continua robotización del mensaje político; esto es la difusión automatizada de los contenidos en redes sociales, especialmente en torno a eventos electorales. Por ende, sus efectos y las respuestas automáticas generadas por el ciudadano, se extienden hasta la aparición del “demócrata-cyborg”: “un sujeto híbrido que recurre al uso permanente de la tecnología para potenciar sus capacidades orgánicas” (Aparici & García-Marín, 2019, p.126). Pero ¿es este ser humano un verdadero demócrata? En realidad, es una evolución del *homo videns* propuesto por Sartori (1998), del *homo symbolicus* definido por Henshiwood (2011), y del *homo electronicus* descrito por McLuhan en Han (2013). No obstante, el alma de este demócrata-cyborg es el *homo digitalis* profundizado por Cendoya (2013), que no es más que la representación de la sociedad de la posverdad. Según Aparici & García-Marín (2019):

Somos jugadores seducidos por la promesa de la participación en una partida global donde nuestra voz casi nunca resuena con fuerza, pero donde nuestros actos tienen valor político y económico que rentabilizan las élites tecnológicas. La posverdad es primordialmente una cuestión sobre nosotros. Si la tecnología digital es el *hardware* de nuestro mundo, la posverdad es su *software* (p.43).

De ahí que “sobre el engaño sólo puede construirse una apariencia de democracia, pero resulta preocupante que pretendamos construir un auténtico modelo democrático, supuestamente avanzado y regenerador de la vida pública, sobre una mera apariencia de verdad” (Castellanos, 2019, p.352).

5.1 Demos debilitado en un mundo digital

Democracia significa “poder del pueblo”, es decir soberanía y mando del *demos*; nadie pone en duda que éste es el principio de legitimidad que instaura la democracia (Sartori, 1998). Hasta los momentos, según Fukuyama (1992) y otros autores como Arellano (2022), la democracia se ha convertido en el mejor sistema para gobernar, aunque a veces resulte complicado. Hoy en día, su digitalización y las estrategias tecnológicas que los líderes políticos han adquirido y utilizado para hacerse con el poder, están erosionando su institucionalidad para perpetuarse en el mando. Naím (2022) afirma que estos se basan en las “3P”: populismo, polarización y posverdad; pues han descubierto que a través de ellas pueden generar mensajes consolidados en el FUD (por sus siglas en inglés: miedo, incertidumbre y duda), y así aprovechar las “revolucionarias tecnologías de la comunicación y ponerlas al servicio de la confusión y el conflicto” (p.218).

Así, Sartori (1998) dictamina que existe una preocupación latente, pues el *demos* es la parte esencial de la democracia y en esta era, el eje de su información se configura en una pobreza alarmante, crítica y argumentativa. Constantemente se pide y se exige una

democracia mucho más directa; lo que él denomina “dosis creciente de directismo”, sobre todo a raíz de las redes sociales y la ruptura de las barreras entre el líder y el ciudadano. Pero para ello, “a cada incremento de demo-poder debería corresponderle un incremento de demo-saber. De otro modo la democracia se convierte en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden. Es decir, un sistema de gobierno suicida” (Sartori, 1998, pp.124- 125).

Actualmente, surge la paradoja de un pueblo que exige, pero no sabe qué exige, gracias al desconocimiento genérico de la democracia. De ahí que Sartori (1998) realice una distinción entre personas “políticamente educadas” y “políticamente informadas”, pues las primeras están preparadas cognitivamente para responder a los problemas que la política implica; y las segundas probablemente sólo han leído titulares de prensa. Y es que, la capacidad de abstracción se ha desactivado, y con ella la capacidad para afrontar la realidad racionalmente. En estas condiciones, señala Sartori (1998), el que “apela y promueve un *demos* que se autogobierne es un estafador sin escrúpulos, o un simple irresponsable, un increíble inconsciente” (pp.127-128).

Mientras la realidad se complejiza, y las dificultades aumentan, las mentes se simplifican; de modo que, en vez de gozar de una democracia directa, “el *demos* está dirigido por los medios de comunicación” (Ionescu, 1993 en Sartori, 1998, p.130). “No es sólo una cuestión de «malnutrición informativa», sino que además «quienes seleccionan las informaciones se convierten en administradores del dominio simbólico de las masas” (Sartori, 1998, p.129). Así, el *demos* se debilita y se desvirtúa, y si esto “no nos preocupa, tal vez sea porque estamos ya en la edad del postpensamiento” (Sartori, 1998, p.129).

6. Racionalidad digital: Era del postpensamiento

Para entender cómo la posverdad logra justificarse y validarse, Max Weber y su teoría de la racionalización constituyen un factor crucial. Ésta es comprendida como un “conjunto de explicaciones teóricas que justifican el sistema con argumentos racionales o buscan la ampliación del universo de su dominio; [donde] racionalidad y racionalización terminan convergiendo en una condición inherentemente instrumental (acción racional con respecto a fines)” (Albuja, 2011, p.28). Esto, se apoya en la utilización de la ciencia y de la técnica modernas como principios legitimadores, que suponen en su accionar mayor voluntad de dominación u obediencia. Sin embargo, “Marcuse está convencido de que (...) en nombre de la racionalidad lo que se impone es una determinada forma de oculto dominio político” (Habermas, 1994 en Albuja, 2011, p.43).

Si eso se trasladara a la era de la digitalización, la ciencia sería la tecnología y la técnica la posverdad. Si bien el sistema que hace uso de la posverdad no puede concebirse bajo términos de racionalidad, pues ella en sí misma es pura emotividad; el problema radica en la

legitimidad en la que ésta se ancla, ya que las sociedades actuales se someten a la misma voluntariamente, creyendo que el sistema actúa en pro de sus necesidades, obedeciéndolo sin oposición crítica aparente.

Asimismo, Habermas trabaja el concepto de racionalización de Sigmund Freud, pues desde esa perspectiva el proceso “llega a desfigurar la realidad con la finalidad de que aquel sujeto que racionaliza justifique sus conductas por más irracionales que ellas sean. Sin duda, Freud lo define como uno de los mecanismos de preservación y protección del yo” (Habermas, 1994 en Albuja, 2011, p.51). Los nuevos liderazgos políticos como Trump y Bukele se apoyan en la utilización de este tipo de racionalización para argumentar sus actuaciones (o propuestas) irracionales, llegando a distorsionar la realidad⁹.

Es evidente que el intento de Habermas por tratar de racionalizar la comunicación ha sido en vano; es decir, alcanzar una sociedad de libre comunicación, “concretizada en una cultura del diálogo, basada en una ética del discurso, donde la idea de la verdad hace referencia a una forma de interacción exenta de cualquier influencia distorsionadora” (Habermas, s.f en Rodríguez, 2023, p.37). La acción comunicativa pues, ha mermado y en contraposición ha surgido lo que Han (2022) denomina “racionalidad digital”:

[Ésta] se opone a la racionalidad comunicativa, que conduce el discurso. Lo que constituye la racionalidad comunicativa es, además de la capacidad de razonar, la disposición a aprender (...) La inteligencia artificial no razona, sino que computa. Los algoritmos sustituyen a los argumentos [y] se optimizan continuamente en el proceso maquinal (p.32).

Así, la óptica de los “dataístas”, según Han (2022), no incluye a la persona que actúa racionalmente, sino que defiende un conductismo digital, donde la sociedad es predecible, puede controlarse con precisión, y donde la voluntad general está determinada por el algoritmo. Pero ¿es esto realmente racionalidad? Para Sartori (1998) “hay quien teoriza sobre una racionalidad debilitada y hay quien finge que todavía subsiste una racionalidad aun cuando no exista” (p.132), pues según éste el postpensamiento es la andanada que resiste en la actualidad; el cual confecciona la mentalidad del *homo digitalis*. Al respecto:

(...) a los niños no se les educa en el saber, sino en el acceder, se les enseña a dónde buscar la información, por lo tanto, estamos deconstruyendo el cerebro, porque [éste] cuando tiene datos propios, (que pueden ser acertados o equivocados), [en] el proceso de decisión (proceso de libertad) lo que hace es comparar los datos que tiene, los *inputs* que recibe con sus estructuras mentales; los pondera y toma una decisión. Si nosotros no llenamos el cerebro (...) porque

9 Prevalcen argumentos basados en las variables psicosociales: locus de control externo y pensamiento mítico.

no hace falta, ya que todo lo tenemos aquí [*smartphone*] y lo que hacemos es acceder, lo que estamos [creando] son unos seres vivos que intelectualmente no se parecen en nada a nosotros; que saben dónde buscar una información, pero [no saben] si [ésta] es veraz, (...) buena, (...) equilibrada y (...) justa (Cendoya, 2022 en El Montonero, 2022, mins.16:10-17:20).

Román Cendoya explica que el niño queda supeditado al navegador y, por tanto, cuando sea un adulto no tendrá criterios suficientes para crear conocimiento, más allá de lo que le aparezca en el primer enlace de búsqueda; pues si le preguntan qué es la libertad, él no sabrá responder sino “lo que Google diga”. El objetivo, por tanto, es dejar de pensar, porque la racionalidad requiere tiempo. Sartori (1998) afirma: “para los profetas del mundo digital y de la cibernavegación el hecho de que los usuarios en la red (...) sean seres racionales no tiene la más mínima importancia. Estos profetas saben muy poco de racionalidad, y además ofrecen algo a cambio: una libertad casi infinita” (p.134), pero ¿eso es realmente libertad? Pareciera que sí, pues la ciudadanía se encuentra más alegre y conforme viviendo en un mundo *meta*.

Para los ciudadanos la verdad ha dejado de ser algo de gran trascendencia. Además, la “falta de interés por los aspectos racionales y objetivos del discurso ha generado desconfianza, indiferencia y apatía en la población. Desprovisto el discurso político de todo apoyo argumentativo y desarraigado de lo real, no es nada extraño que la intención del voto se vea determinada por motivaciones irracionales” (Márquez, 2016 en Aparici & García-Marín, 2019, p.154). Incluso, afirma Zafra (2017) en Aparici & García-Marín (2019), que aún sabiendo que se trata de información falsa, se autoengañan, porque prefieren creer en una mentira que les genere tranquilidad, que una realidad que les produzca desasosiego. Y en la era de la posverdad, se asume que “existen tantas verdades como individuos y cada uno elige la suya propia, como si de un *buffet* se tratara” (Aparici & García-Marín, 2019, pp.41-42).

Las grandes corporaciones están haciendo de los ciudadanos una razón instrumental. “El hombre del postpensamiento, incapaz de una reflexión abstracta y analítica” (Sartori, 1998, p.136) es el *homo digitalis*, que vive en la cultura de la posverdad, que tolera, colabora y alimenta los engaños y las verdades a medias. ¿Cómo queda entonces la democracia en la era digital? El *homo digitalis* ha degenerado en la desaparición de los intermediarios, y la democracia electrónica para que funcione no basta con el sistema operativo digital, si quienes la ponen en práctica constituyen su sistema operativo real. “No cabe concebir una democracia irreflexiva, porque la democracia es, en última instancia, la búsqueda reflexiva y compartida de la verdad” (De Lucas & Vidal, 1980 en Castellanos, 2019, p.373); y ésta jamás será posible en tanto sigamos siendo “los verdaderos actores de la posverdad” (Aparici & García-Marín, 2019, p.12).

7. Conclusiones

En un mundo diverso, multirreferencial y multidisciplinar, definido por los prefijos *pos-* y los sufijos *-ismos*, la sociedad vive en un constante “detrás de”, o “después de”, donde existe un marco de superación (o desaparición) junto con otro que supone una tendencia, un sesgo o una radicalidad. Así, la subjetividad se ha convertido en una condición *sine qua non* de la vida del ser humano, reflejado en su quehacer, decir, actuar y pensar; dejando atrás a la objetividad como una quimera. Es así como el postestructuralismo francés pareciera haber triunfado, pues estos preceptos se han difundido en la sociedad y se han configurado como una mentalidad que defiende la postura donde la realidad es interpretativa.

La verdad, por tanto, resulta ser un constructo social, y el ser humano está sometido a su producción desde el poder, y éste no puede ejercitarse sino a través de la creación de la misma; esto es, el que tiene poder posee la verdad (Aznar, 2018). De esta forma, los principios de la posmodernidad se han posicionado como el punto de partida para el éxito de la posverdad. Ésta es una estructura de pensamiento; un marco referencial para explicar el mundo mediante la construcción cognitiva de una serie de estereotipos que son sustanciados y concretizados por las *fake news*, la desinformación, la misinformación, la malinformación, y los hechos alternativos (Aparici & García-Marín, 2019).

Es evidente que la posverdad no se constituye como una verdad filosófica, sino en la posibilidad de ser. A pesar de que la mentira siempre ha existido, y los políticos la han utilizado como herramienta de manipulación ciudadana; lo innovador de la posverdad es que la tensión entre verdad y mentira es cada vez más difusa, con tendencia a la desaparición. Lo que realmente importa es afianzar la otra visión que se ofrece de la realidad, o la convicción de que ésta puede ser diferente a como se presenta; ya no se niega que se haya mentido. Es así como la posverdad emplea una serie de técnicas novedosas en el campo político, que han confluído con los medios de comunicación modernos, y las estructuras democráticas digitales.

La sustitución de lo institucional por lo virtual y lo tecnológico ha generado importantes y graves consecuencias: la irracionalidad como base sustancial del pensamiento, la manipulación, el dominio y el control de la *psique* del ser humano, la alienación, el asesinato del análisis crítico, la disonancia cognitiva, la distorsión de la realidad y la aparición del *homo digitalis*. Así, la posverdad busca golpear las grietas y fracturas de las débiles sociedades actuales, hasta que éstas colisionen y entren en una completa desorientación. Como consecuencia, la participación electrónica se ha visto alterada y afectada por la posverdad, pues la participación ciudadana requiere de un esfuerzo racional mayor, donde la ciudadanía aboga por un proceso deliberativo y se configura en una plataforma argumentativa, que le permita generar conciencia política.

Sin embargo, en un mundo en el cual se racionaliza lo irracional, la verdad es líquida y la realidad virtual (hiperrealidad) está más presente en la mente del ciudadano que la realidad

física que tiene delante; en las campañas electorales no son ya los mejores argumentos los que prevalecen, sino los algoritmos más inteligentes. De ahí que los ciudadanos interactúen como robots de opinión (demócratas-cyborg) y se dejen llevar por determinados actores políticos, que interfieren en sus comportamientos y decisiones electorales.

8. Referencias Bibliográficas

- Alujas, M. (2011). *La lógica de la razón instrumental y el fundamento de la legitimidad política: reflexiones sobre Weber*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación Universidad Central de Venezuela.
- Álvarez-Gálvez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. *Documento de Trabajo*, 2. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/1/doc%20trab%202.pdf>
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2019). (Coords.). *La posverdad: Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Gedisa.
- Arellano, A. (2022). *La Revancha de los Poderosos*. <https://revistafal.com/la-revancha-de-los-poderosos/>
- Arias. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 27-54. doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>
- Ayala, A. (2017). Análisis de la campaña electoral de Trump desde el enfoque de la teoría democrática. *Justicia Electoral* 20(1), 335-374. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7137515>
- Aznar, F. (2018). El mundo de la posverdad. *Cuadernos de estrategia*, (197), 21-82. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6518645>
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. (P. Rovira, Trad.). Kairós.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. (M. Rosenberg, Trad.) Fondo de Cultura Económica.
- Castellanos, J. (2019). Participación ciudadana y posverdad: la amenaza de la posverdad participativa. *Persona y Derechos*, 81(2), 349-384. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/60523>

- De Backer, F. (2019). Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XX. [Tesis de máster, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. E-spacio UNED. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:masterFilosofiaFilosofiaPractica-Fbacker>
- El Montonero. (2022, 25 de octubre). *Del homo sapiens al homo digitalis*. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/jglE46b8bjs>
- Ford, E. (2019). El reto de la democracia digital: hacia una ciudadanía interconectada. Konrad-Adenauer-Stiftung. <https://www.kas.de/documents/269552/269601/El+reto+de+la+democracia+digital+hacia+una+ciudadan%C3%ADa+interconectada.pdf/3c571428-98b1-c3b7-c47c-63cc5fb715ef?version=1.2&t=1574964153718>
- Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. [El fin de la historia y el último hombre]. Free Press.
- Giraldo, M. (2004). De la cultura de masas a la cultura mediática: Un análisis de los *media* desde la comunicación. *Anagramas*, 4(7), 91-114. https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XG3aUA_6gCsJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5234364.pdf&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ve
- Han, B. (2022). *Infocracia*. Taurus.
- Marian, M. (2016). Benjamín y el problema de la reproductibilidad técnica. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OfXQX5ycCOoJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5677908.pdf&cd=18&hl=es&ct=clnk&gl=ve>
- Morales, E. (Coord.). (2018). La posverdad y las noticias falsas: El uso ético de la información. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Naím, M. (2022). *La revancha de los poderosos: Cómo los autócratas están reinventando la política en el siglo XXI*. Debate.
- Rodríguez, B. (2021). Sociología crítica. [Apuntes de clases].
- Rodríguez, B. (2023). Cultura de masas. [Apuntes de clases].
- Sarasqueta, G. (2017). Postpolítica: ¿autopsia o metamorfosis del relato? El caso de Donald Trump. *Questión Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(55), 118-135. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4291/3570>
- Schackmuth, A. (2018). Extremism, fake news and hate: effects of social media in the post-truth era. [Extremismo, fake news y odio: efectos de las redes sociales en la era de la posverdad]. [Tesis de máster, DePaul University]. <https://via.library.depaul.edu/etd/245>

Sartori, G. (1998). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. (A. Soler, Trad.). Taurus.

Vicente, A. (2019). *Christian Salmon: "Una sociedad pilotada por medias verdades va directa al abismo"*. https://elpais.com/cultura/2019/11/10/actualidad/1573391471_239332.html

