

“En 2022 la mayoría de las personas en las economías maduras consumirá más información falsa que información verdadera” (Informe Gartner 2017)



Tiempo de lectura: 4 min.

[Daniel Eskibel](#)

Sáb, 06/02/2021 - 07:39

Parece un capítulo de la distópica serie británica Black Mirror pero es la pura y dura realidad. Más información falsa que información verdadera: así es la realidad que

está ya casi instalada en nuestras pantallas. Una realidad anticipada por el Informe Gartner, cuyas predicciones tecnológicas son insumos de referencia de las mayores empresas del mundo.

Si eso es así en general para el consumo de información, pues más complejo aún es el problema de las falsedades tomando por asalto el mundo de la política.

Sobre las mal llamadas “noticias falsas”

En los ámbitos políticos y periodísticos se ha popularizado la expresión “noticias falsas” (o “fake news” en inglés). Más allá de lo extendido de su uso se trata de una expresión portadora de una contradicción flagrante: si son noticias tendrían que ser informaciones acerca de hechos verdaderamente acaecidos. Si los hechos jamás ocurrieron, si la información acerca de ellos se basa en el error o en la mentira, pues entonces no son noticias. Son simplemente falsedades.

Informar es enterar o dar noticia de algo. De algo que realmente ocurrió. Y que ocurrió con unas determinadas características que son las mismas de las cuales se da noticia. En este contexto, hablar de noticias falsas parece más bien una forma de dinamitar la tarea periodística y de destruir la base común indispensable para el debate público. Porque tanto el periodismo como el debate público necesitan de una base mínima de hechos compartidos acerca de la cual informar, opinar y debatir.

Es cierto que los hechos suelen ser complejos y que pueden ser objeto de interpretaciones diversas. Pero esto solo obliga a ser más prudentes, más pacientes y más inteligentes en su abordaje. Lo cual vale tanto para los ciudadanos en general como para los periodistas y los políticos en particular.

Más que de noticias falsas, entonces, lo más adecuado parece ser hablar simplemente de falsedades. Una falsedad es una afirmación contraria a la verdad, ya sea que esté motivada por el error o por la malicia. En este último caso sería una mentira, un concepto más estrecho que el de falsedad ya que refiere solamente a un tipo de falsedades deliberadas cuyo emisor tiene la expresa intención de engañar.

Reformulando de este modo lo señalado en el Informe Gartner, podemos decir que la mayoría de la población está comenzando a consumir más falsedades que informaciones verdaderas.

Este estado de situación coloca en el primer lugar de la agenda periodística y política la necesidad de contar con estrategias para desmentir las noticias falsas. O, mejor dicho, estrategias para combatir las falsedades.

El “sandwich de la verdad”

Tres son las estrategias comunicacionales básicas para combatir las falsedades. A saber:

El silencio

La afirmación de lo verdadero

El sandwich de la verdad

El silencio es efectivo en un solo escenario: cuando la falsedad se difunde exclusivamente en canales de comunicación muy marginales y minoritarios sin lograr saltar hacia zonas de mayor repercusión pública. En ese caso el silencio funciona porque evita la amplificación de lo falso.

La afirmación de lo verdadero, por su parte, es todo un arte y una ciencia que todo comunicador público debe intentar perfeccionar día tras día. Es un procedimiento altamente efectivo contra las falsedades. Pero esa efectividad depende enteramente de su correcta realización. En ese sentido las pautas principales son las siguientes:

Desmiente lo falso nombrando el concepto opuesto, reafirmando la otra cara de la moneda.

Explica la verdad con frases afirmativas.

Evita repetir la falsedad. Recuerda que el poder de lo falso deriva de su presencia en el desmentido, lo cual lo amplifica y lo hace llegar a sectores sociales a los cuales no habría llegado de otro modo.

Evita las negaciones. El cerebro humano le presta muy poca atención a la palabra “no”. Muchas veces la negación se vuelve prácticamente invisible e inaudible para el destinatario de la comunicación. Y en ocasiones es aún peor porque al no escucharse la negación lo único que queda en pie en el recuerdo es la propia falsedad.

Finalmente, el “sandwich de la verdad” es lo que propone George Lakoff para combatir las falsedades. Es el procedimiento a elegir cuando no hay más remedio que incluir la falsedad en el desmentido. Y consiste básicamente en 3 pasos que serían las 3 capas del sandwich:

Comienza siempre por la verdad acerca del hecho de que se trate. Este primer marco mental ya brinda una ventaja desde el punto de partida.

Recién después incluye la falsedad que quieres desmentir.

Vuelve otra vez a reiterar la verdad para insistir con el mismo marco mental. Y explica las diferentes consecuencias de aquella falsedad y de esta verdad.

Las mal llamadas “noticias falsas” están por todas partes. Influyen sobre la realidad porque afectan las creencias y los comportamientos de sectores de la población cada vez más amplios. Pero pueden ser activamente combatidas.

Maquiavelo&Freud

info@maquiaveloyfreud.com

PO Box 55032

San Carlos Maldonado 20400

URUGUAY

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)