

## La estafa de la verdad

**Por: Javier Horacio Contreras Orozco. 30/06/2022**

Estamos entrampados en un ambiente de incredulidad y desconfianza donde ya no sabemos qué es falso o verdadero

Estamos entrampados en un ambiente de incredulidad y desconfianza donde ya no sabemos qué es falso o verdadero, o más bien, ya no nos intriga o interesa la diferencia entre estas dos grandes categorías. El ser o no ser, pareciera que es lo mismo para comodidad y desahogo de cualquier culpa o resaca intelectual.

Esta actitud nos ha llevado a decir que lo mismo es lo blanco que lo negro o con facilidad despreocupada sostenemos que cada uno puede decir que lo blanco es negro o que lo negro es blanco porque así se le acomoda a cada uno.

Sin duda, no se pretende imponer cartabones o someternos a prejuicios, pero el relativismo ha funcionado en gustos o apreciaciones de los sentidos, por eso decimos que en gustos se rompen géneros. Y lo que le gusta a alguien, a otra persona le puede parecer lo más grotesco, el aroma más agradable a otra persona puede ser insoportable o la música estridente es tan relajante como para otros puede ser la clásica. Algo similar sucede con la moda, donde el gusto está en lo que le acomoda.

La crisis de nuestros días inició cuando con esos principios sometimos a la verdad al mismo tratamiento que los sentidos y gustos. Primero metimos a la verdad en una camisa de fuerza con dogmatismos, ideologías totalizadoras, dictaduras y fascismos que convertían a la verdad en decretos o edictos producto de la mente de un solo hombre que confundía la ley con su palabra.

Con la tecnología digital el salto fue hasta el otro extremo, sin mediar en un punto intermedio o de prudencia racional. De la camisa de fuerza se desbordó, sin control ni medida, a un relativismo crudo e ilimitado. Y del tirano que imponía su “verdad” abusando del poder, ahora hay millones de tiranos que abusan del poder de tener en sus manos un dispositivo para imponer su verdad, sin fuentes, ni bases o fundamentos más que el solo hecho de que es lo que yo digo, y por lo tanto es mi verdad, o más bien, es “la” verdad verdadera.

A esto le llamo banalización de la verdad (Contreras, 2020), a la que reducimos a una simple opinión y luego la compartimos con gran desdén. Nosotros mismos somos el virus de la desinformación, contagiamos las redes sociales de información no veraz, rumores, especulaciones y conjeturas. Un tema trascendental del país, sea político, económico o coyuntural, lo analizamos a la luz de memes, frases o emoticones, poniendo en evidencia la capacidad de discernir o diseccionar el asunto para asimilarlo. Por eso, no logramos desentrañar la verdad y optamos por lo más fácil y cómodo: cada uno puede tener su “propia” verdad o su alternancia de la realidad a la que han bautizado como “posverdad”.

Es muy común, cuando preguntamos a alguien qué es la verdad, responder con una palabra simple y mágica con la cual sienten que están haciendo una disertación filosófica y elocuente. Esa palabra es la salida del 90 por ciento de los estudiantes, muchos profesionistas y periodistas. Es la socorrida respuesta compleja y sofisticada. Esa palabra es: depende.

Ese “depende” es la expresión que sostiene al relativismo actual y ahora con la posverdad transforma lo falso en verdadero y lo verdadero en “quién sabe”, y el quién sabe se transforma en “cada uno puede creer en lo que quiera y le convenga”. Así de simple.

Ahora, la verdad depende de lo que yo piense; la mentira es depende de lo que yo considere. Ese depende es condicionante, implica estar o quedar al arbitrio de nuestra voluntad o gusto. O más simple: es un capricho de mi voluntad, de lo que yo quiera aceptar o considerar verdad a mi conveniencia.

Por lo tanto, coincidimos en que la era de la verdad ha terminado porque el orden digital la ha desplazado, según el filósofo coreano Byung-Chul Han (2022). El llamado orden digital está basado, principalmente, en la tecnología de los celulares y

las redes sociales que las hemos convertido en referente de lo que suponemos o nos conviene que sea la “verdad”. Es muy común, cuando preguntamos a una persona sobre la fuente de un dato de Facebook, que la respuesta sea: lo vi en Facebook, como si eso fuera garantía de veracidad.

Pero ¿cuál es la fuente de esta información? insistimos, y la respuesta es: “pues Facebook”, cómo si esta plataforma fuera una fuente y no una plataforma.

El filósofo coreano dice que el teléfono inteligente ha demostrado ser un eficaz informante que nos somete a una vigilancia constante. Ahora abundan las aplicaciones inteligentes –smart apps– que sirven de base para el llamado Internet de las cosas. La smarthome –casa inteligente– transforma todo el hogar en una prisión digital que registra de manera minuciosa nuestra vida cotidiana. La aspiradora inteligente o robot que nos ahorra el trabajo pesado de limpieza establece una cartografía de la casa que reconoce recovecos o los sensores de las alarmas que detectan movimientos.

“Los influencers, según Chul Han, son venerados como modelos a los que seguir. Ello dota a su imagen de una dimensión religiosa. Los influencers, como inductores o motivadores, se muestran como salvadores. Los seguidores como discípulos participan de sus vidas al comprar los productos que los influencers dicen consumir en su vida cotidiana escenificada. De ese modo, los seguidores participan en una eucaristía digital. Los medios de comunicación social son como una iglesia: el like es el amén. Compartir es la comunión. El consumo es la redención. La repetición como dramaturgia de los influencers no conduce al aburrimiento y a la rutina. Más bien le da al conjunto el carácter de una liturgia. Al mismo tiempo, los influencers hacen que los productos de consumo parezcan utensilios de autorrealización”.

La verdad, según el filósofo coreano, está totalmente alterada por los llamados bots o robot en las redes sociales, que difunden noticias falsas, mentiras, discursos de odio y de intolerancia que impactan en la formación de la opinión pública. Eso nos ha llevado a una psicopolítica digital con la intención de modificar e influir en el comportamiento electoral. Es lo que ha bautizado con el término de infocracia, el poder o tiranía de la información que altera la realidad de las cosas, confunden y abren la puerta a la posverdad. Esa infocracia la caracteriza en el régimen de la información donde “ser libre no significa actuar, sino hacer clic, dar al like y postear”.

De la banalización de la verdad se ha pasado a la excitación de las falsas noticias

–fake news–. La verdad parece que aburre, mientras que la mentira despierta una fascinación.

Por eso, las falsas noticias, rumores o escándalos en las redes sociales atraen más que los hechos duros y concretos.

Lo preocupante es que la crisis de la verdad está descartada del catálogo o agenda de la sociedad. Por eso, algunos dicen que estamos en el final de la era de la verdad.

¿Será verdad todo esto?

HAN, Byung-Chul, (2022) Infocracia, La digitalización y la crisis de la democracia, ed. Penguin Random House, col. Taurus, México

CONTRERAS, Javier (2020) La Banalización de la verdad. Ensayo sobre la posverdad en los medios actuales, Editores UACH y Universidad autónoma de Aguascalientes, México

jcontreraso@uach.mx

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Diario

**Fecha de creación**

2022/06/30