





Lo que la posverdad  
esconde



# Lo que la posverdad esconde

Medios de comunicación y  
crisis de la democracia

Enrique Herreras

**mra**  
ediciones

©Ilustración de la cubierta:  
©Del texto: Enrique Herreras

© De la edición: **mra ediciones**  
C/ Aragó, 9, 3º 1ª  
08015- Barcelona  
libros@mralibros.com  
www.mralibros.com

ISBN: 978-84-96504--  
Depósito legal: B-2021

Impreso en España

“El que quiera luchar hoy contra la mentira y la ignorancia y escribir la verdad tendrá que vencer por lo menos cinco dificultades. Tendrá que tener el valor de escribir la verdad, aunque se la desfigure por doquier; la inteligencia necesaria para descubrirla; el arte de hacerla manejable como un arma; el discernimiento indispensable para difundirla”.

Bertolt Brecht

“Los medios de comunicación de masas han de entenderse como mandatarios de un público ilustrado, cuya disponibilidad al aprendizaje y capacidad de crítica presuponen, invocan y a la vez refuerzan; al igual que la justicia, han de preservar su independencia de los actores políticos y sociales; han de hacer suyos de forma imparcial las preocupaciones, intereses y temas del público y, a la luz de esos temas y contribuciones, exponer el proceso político a una crítica reforzada y a una coerción que lo empuje a legitimarse”.

Jürgen Habermas





*A mi madre (Felisa Maldonado),  
una gran contadora de historias*



# ÍNDICE

O. PRIMERA PLANA	
Un filósofo (moral y político) en la corte del periodismo.	15
I. LO QUE LA POSVERDAD ESCONDE	
1. Introducción. La mentira de la posverdad	25
2. Sociedad de masas y medios de comunicación	32
3. La nueva realidad de los medios	45
4. Algunos cambios fundamentales	51
La irrupción de Internet y sus efectos socio-políticos	54
5. El poder de la comunicación.	59
6. La globalización y los medios	61
7. Las redes y el poder comunicativo	65
Poderes y contrapoderes	67
La democracia monitorizada	70
La amplificación de la poliarquía	73
8. Una mercancía llamada “información”	76
9. La vieja y la nueva retórica	78
10. ¿Público o audiencia?	83
11. La clave del consumo	84
Información pública versus información privada	88
12. La <i>espectacularización</i> de los medios y el rapto de Talia	94
13. Distanciamiento versus identificación	98
14. La complicidad o la rebelión del lector, del espectador, del cibernauta.	104
15. Los bulos y la velocidad de la luz	108
16. Los algoritmos han venido para quedarse	111

17. La posverdad contra la democracia	115
¿Quién manda en el mundo?	117
Posverdad y polarización política	123
Posverdad y populismos	126
18. Conclusiones imposibles	132
II. SOBRE VERDAD Y MENTIRA EN SENTIDO	
PERIODÍSTICO	
1. Por una filosofía de la información periodística	137
2. Periodismo, verdad y objetivismo	144
3. Periodismo y posmodernidad	153
4. Verdad y “puntos de vista”	158
Genealogía, perspectivismo y crítica	
del anhelo de verdad en Nietzsche	158
Ortega y Gasset y la realidad dramática	162
5. Conclusión. Regreso al pie de la noticia.	164
III. UNA ÉTICA MUY APLICADA (A LOS MEDIOS)	
1. Introducción. La ética como orientación	171
2. El sentido de las éticas aplicadas	174
3. Ética de la información	178
4. El negocio es el negocio:	
¿también en la empresa informativa?	184
5. Deontología y autorregulación	191
6. Los bulos y la libertad de expresión	194
7. Ética del periodista y de la periodista	198
Opinar está de moda	205
La crítica de arte	215
8. Conclusiones subjetivas	219
IV. EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN	
UNA DEMOCRACIA DELIBERATIVA	
1. La deliberación en la Sociedad-red	224
2. ¿Cómo se forman las mayorías?	228

3. <i>Paideía</i> mediática	239
V. ÚLTIMA PÁGINA. LA ALTA MORALIDAD DE LO VERDADERO	249
VI. EPÍLOGO. POR PEPE REIG CRUAÑES	259
BIBLIOGRAFÍA	269



## **0. PRIMERA PLANA.**

### **Un filósofo (moral y político) en la corte del periodismo<sup>1</sup>**

¿Apreciamos la verdad en nuestro tiempo? ¿La aprecian los medios de comunicación? ¿Apreciamos los ciudadanos y los medios a la democracia? ¿Ha triunfado la posverdad?

Estas cuatro preguntas conforman el motor del presente libro. Preguntas que están interrelacionadas en todo momento, porque no se puede reflexionar sobre la verdad en sentido periodístico sin hacerlo también de la relación de los medios de comunicación con la democracia. Y viceversa, no podemos percibir una democracia de calidad sin unos medios de calidad.

Si este es el motor, su combustión está relacionada con la ética aplicada a los medios y la repercusión en este ámbito de la aparición y propagación del concepto “posverdad”. Aunque el origen de este término se encuentra en la práctica de la política, su significado va más allá de esta esfera, ya que está relacionado también con los medios de comunicación que, paradójicamente, siguen, en el ámbito de la información, teniendo como primer mandamiento “contar la verdad”.

---

1. Esta publicación se enmarca en el Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico «Ética cordial y Democracia ante los retos de la Inteligencia Artificial» PID2019-109078RB-C22 financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Si bien es cierto que el propio periodismo ha de enfrentarse, como cualquier otra actividad humana, a su propia realidad práctica y límites, lo es también que, frente a la posverdad, habría que volver a reflexionar sobre la señalada línea de flotación de una profesión tan vital para nuestro tiempo.

Pero, ¿qué es la verdad? O más concretamente, ¿qué es la verdad en sentido periodístico?

Diversas respuestas caben ante estas preguntas. En ellas adquieren un gran protagonismo la filosofía y, de manera particular, la ética. En efecto, la filosofía puede ayudar a orientar los actuales retos de la información periodística para poder defender su “verdad” frente a los embates que supone la posverdad. En el segundo aspecto, habría que señalar que dicha verdad es lo que define el “bien interno” de esta actividad. Una verdad que tiene relación directa con el derecho a la información del ciudadano, una de las bases del periodismo junto a la libertad de expresión.

Y si todo trabajo tiene un subtexto, el del presente hace referencia a un acercamiento al universo del periodismo que quiere enlazar la filosofía moral y política con mi experiencia personal. La de haber tocado diversas teclas en el ámbito periodístico. Sobre todo, la de colaborador en el campo del “periodismo de opinión” y de la crítica de artes escénicas.

El fin es plasmar las reflexiones y preocupaciones continuas que surgen a la hora de efectuar esta faceta tan importante en el llamado “mundo de las comunicaciones”. En todo caso, he de matizar que no es un libro de un periodista –pocas veces he pisado una redacción, salvo en alguna visita–, pues en el ámbito colaborativo siempre me he sentido como un filósofo (moral y político) en la corte del periodismo. Y así sigo.

Es desde dichas cavilaciones, meditaciones y discernimientos desde las que daré el paso a la ética, porque, precisamente, ese es el objetivo. El que reconoce el esplendor de la ética aplicada, cuyo fin es ayudar a comprender las exigencias, los valores y las metas de una actividad profesional. En este caso, la del periodismo, esa actividad que tanta repercusión tiene en asuntos tan trascendentes, en los que sobresale el de la democracia, y, por ende, el de la opinión pública.