

La verdad en quiebra

Este nuevo número de *Comunicación* está dedicado, en gran parte, al tema de las falsas noticias o *fake news*. Es una temática que en los últimos años se ha puesto de moda no solo en nuestro contexto, sino en gran parte del planeta desde que Donald Trump era candidato a la presidencia de los Estados Unidos. Desde ese entonces el vocablo comenzó a popularizarse. Esto se debió fundamentalmente a que Trump, por una parte, empezó a usar reiteradamente el término frente a las críticas que se le hacían como candidato y ahora, como presidente, lo sigue usando ante los comentarios desfavorables que se le hacen a su forma de gobernar y por sus constantes desafueros discursivos y sus extravagancias. Siendo ya presidente, en enero de 2018, creó el premio *Fake News Awards* en clara alusión a aquellos medios que fueron los más críticos a sus formas políticas. El galardón se lo otorgó al diario *The New York Times* porque “fue el más deshonesto, corrupto y distorsionador en su cobertura política” según la opinión de Trump.

Pero tenemos que ser precisos y no dejarnos influenciar por lo que han apuntado algunos periodistas e investigadores de que es un “fenómeno nuevo”. La manipulación de información, la desinformación, y en particular la publicación/divulgación de noticias falsas siempre se ha dado. Basta recordar el conjunto de investigaciones que se llevaron a cabo en América Latina sobre el tema, y en relación con la divulgación/publicación de notas o despachos periodísticos provenientes de las agencias transnacionales de

información en las décadas de los años sesenta, setenta y ochenta. Igualmente, como nos dice José Manuel Burgueño en la revista *Telos* de mayo de 2018: “*Fake news*, un fenómeno nuevo con siglos de historia”. Y ahonda en la idea diciéndonos que:

[...] las *fake news* no se limitan a entornos electorales: las noticias falsas se han usado durante muchos siglos también en períodos bélicos o para justificar decisiones difíciles. Desde el origen de los tiempos, la difusión de información falseada ha sido un recurso útil para cualquier esfera de poder que buscara un objetivo.

Lo que sí es nuevo es la presencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la transmisión de información, casi de manera inmediata, y la posibilidad real de la inmediatez y la interactividad en el proceso de recepción. Este hecho tiene que ver con la llamada convergencia tecnológica que se hace presente al interactuar el campo de las telecomunicaciones y el Internet. Surgen así las denominadas redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat, Instagram, MySpace, WhatsApp, Telegram...) que difunden y viralizan todo tipo de información y en esos flujos aparecen las *fake news* o falsas noticias.

El otro punto a considerar, y que se hace presente en varios de los trabajos que componen el “Dossier”, es la utilización de otros términos referidos al mismo hecho. Por ejemplo, se usa indistintamente el vocablo *posverdad* (“Distorsión deliberada que manipula creencias y emo-



Galería de papel. Exposición *Chocotoy: Super comercial*. Karen Guevara y Luis Albornóz (UCAB, 2020) Foto: Manuel Sardá.

ciones con el fin de influir en la opinión pública”, *Diccionario de la Real Academia Española* –DRAE–) o *desinformación* (“La creación y difusión deliberada de información que se sabe es falsa”. Claire Wardle. Citado por Wikipedia) como sinónimos.

Como dijimos al inicio, la sección “Dossier” está toda dedicada a las falsas noticias. Ofrecemos ocho trabajos/ensayos que reflexionan sobre el tema. Ese conjunto de artículos van desde la discusión acerca de conceptos como verdad y falsedad, pasando por las consideración de si las *fake news* son desinformación, así como varios ensayos que analizan el tema dentro del contexto venezolano. Se cierra la sección con un artículo que nos proporciona una “caja de herramientas” para detectar aquellos contenidos que resulten engañosos. En “Estudios” publicamos una investigación que determina la incidencia de medios sociales como fuente de información en la cobertura de tres conflictos internacionales protagonizados por movimientos sociales (Egipto 2011, Ucrania 2013 y Venezuela 2017). En el “Hablemos” presentamos una entrevista que le hiciera el investigador argentino Carlos A. Scolari a Néstor García Canclini en torno a la cultura digital, para así poder comprender lo que

el entrevistado llama la “antropología de los lectores”. En “Documentos” publicamos dos trabajos. El primero de ellos tiene que ver con el reporte que ofrecemos todos los años sobre la libertad de expresión en Venezuela en 2019, de la ONG Espacio Público. El otro informe nos presenta el estado de la libertad en Internet en el país (2019) de Raisa Urribarrí y Freedom House.

Comunicación no podía dejar pasar los cincuenta años del fallecimiento de Theodor W. Adorno, uno de los representantes más importantes de la “teoría crítica” frankfurtiana. Así como no podíamos olvidarnos que este año se cumplen los 250 años del nacimiento de Alejandro de Humbolt y 220 años de su llegada a suelo venezolano. Estos dos trabajos el lector los encontrará abriendo el número en “Agenda Pública”.

Como todos los años, en el primer trimestre de la revista, presentamos el *Índice General de Artículos* del año que dejamos atrás (2019).

Y finalmente, la “Galería de Papel” que ilustra esta nueva entrega de *Comunicación*, lleva por título *El universo de Chocotoy*, de los diseñadores gráficos Karen Guevara y Luis Albornóz que, como ellos se autodenominan, son “las dos mitades de Chocotoy”.