

# El desencanto de la Verdad

Una vez al año, “Oxford living dictionaries” lanza una lista con las palabras más usadas de los últimos doce meses para nominar a una como la palabra del año. En 2016 la palabra fue “posverdad” y en 2017 “Fake News”. Ambas forman parte de uno de los síntomas más preocupantes de la posmodernidad: el desencanto de la Verdad.

14/06/2018

Sin lugar a dudas, todos hemos sido testigos del nocivo relativismo que paulatinamente ha ido permeando cada rincón de nuestra sociedad. Desde las pláticas de café hasta los discursos políticos, cada vez es más difícil y más peligroso intentar sostener la existencia de una única verdad. Los medios de comunicación se ven arrastrados más allá de la verdad a un espacio donde ya no importa lo que sea sino lo que se sienta. Algunos de los valientes que deciden ir contra esta corriente se reunieron con el delegado del Opus Dei para México y El Salvador, Monseñor Francisco Ugarte, para participar en una sesión magistral sobre Fake News en la era de la posverdad en la Oficina de Información del Opus Dei en México.

“Posverdad no es mentira” —dijo Mons. Ugarte a los más de veinte periodistas y expertos de la comunicación que se reunieron a

discutir sobre el tema— “Algunos la llaman mentira emotiva (...) es <<válido>> mentir siempre y cuando consiga el objetivo de despertar una emoción.” Hablar de posverdad no es lo mismo que hablar de mentira o de ficción. El término implica una “superación de la verdad”: el olvido de ésta. Puede ser que el discurso sea verdadero, lo mismo que puede ser falso, hablando de posverdad eso ya no importa. Se trata de olvidar aquella pretensión de razón para enfocarse en los sentimientos, si es verdad lo mismo que si es mentira, esto me gusta y aquello no, por eso me quedo con lo primero y desecho lo segundo, dijo don Francisco Ugarte.

Durante la sesión el delegado de la Obra mencionó algunos casos para aclarar el término: “Brexit es un ejemplo del uso de estas “mentiras emocionales” o posverdad. Cuando se discutía sobre la situación del

Reino Unido frente a la Unión Europea se distribuyó propaganda que afirmaba que cientos de miles de libras esterlinas estaban siendo mal gastadas en los problemas de la Unión Europea que podían ser utilizadas en los problemas internos del Reino Unido. (...) La gente votó a favor del “Brexit” en el referéndum y el Reino Unido dejó de formar parte de la Unión Europea. Tiempo después, los encargados de aquella propaganda promotora del Brexit, aceptaron que aquella información era falsa. “Pero ya no importaba, en los habitantes del Reino Unido ya habían despertado los sentimientos necesarios para apoyar la causa del “Brexit”. De esta manera se relacionan estrechamente con el problema de la posverdad las *Fake News*, o falsas noticias, que precisamente se utilizan como mentiras emocionales, que nacen para influir en la población que recibe la noticia. Otro de los puntos

destacados fue la inmediatez del pensamiento contemporáneo provocado por el uso extremo de redes sociales, la corta memoria de quienes viven en la posmodernidad.

“Por supuesto, señalar el problema con el dedo no basta para resolverlo y cuando el valor de tu trabajo depende de la solución del mismo, el simple hecho de mencionarlo no es suficiente” dijo Mons. Ugarte Corcuera. Después de la exposición del tema, se abrió para todos los participantes la discusión sobre sus posibles soluciones. De entre ellas, la solución más destacada fue el ejercicio del pensamiento crítico. La reflexión está en el punto opuesto a la inmediatez de pensamiento que dota de vida a la posverdad. “Leer material de contenido que invite a pensar”, insiste el padre Francisco Ugarte, “es una de las mejores formas de evitar la inmediatez. El pensamiento crítico debe ser la

primera línea de defensa contra las noticias falsas, las mentiras emocionales, que buscan alentar en la población sentimientos al margen de la Razón y la Verdad.”

La sesión magistral se convirtió entonces en una invitación a reflexionar, a trabajar material de contenido que invite a pensar, a buscar enamorarse cada vez más de la Verdad. Y una exhortación a crear material de contenido que pueda formar a la persona, que pretenda crear ciudadanía en los medios, sobre todo digitales, y que esté siempre comprometido con la Verdad.