

La comprensión como estrategia contra la desinformación. Esbozo para una hermenéutica comunicativa en el ámbito profesional periodístico

*Understanding as a Strategy against Disinformation. An Outline
for a Communicative Hermeneutics in Professional Journalism*

Lucía BALLESTEROS-AGUAYO

Universidad de Sevilla

lballesteros@us.es

Juan Francisco GUTIÉRREZ LOZANO

Universidad de Málaga

jfg@uma.es

Resumen: En la sociedad de la información, la profusión de dispositivos electrónicos, la velocidad de evolución hacia nuevas formas comunicativas y la convergencia de la narrativa transmedia, producen una revolución en la comunicación mediática de manera que se impone reorientar la toma de decisiones en el diseño de una práctica periodística de calidad. El presente trabajo plantea un acercamiento de la hermenéutica de la comprensión a la realidad comunicativa a través de tres elementos esenciales en la comunicación mediática actual:

el lenguaje, la autoridad (en el que se incluyen la autoridad científica y las especialidades periodísticas) y el contexto. La implementación del método hermenéutico a las ciencias de la comunicación puede abordar la riqueza de enfoques que involucran a la profesión periodística desde una orientación transdisciplinar y plurimetodológica, además de dotar a los profesionales de la comunicación de herramientas discursivas que permitan el abordaje de la desinformación como fenómeno derivado de un problema más amplio instalado en nuestra sociedad como es la posverdad.

Palabras clave: hermenéutica, comunicación, posverdad, desinformación, periodismo.

Abstract: In the information society, the profusion of electronic devices, the speed of evolution towards new communicative forms and the convergence of transmedia narrative produce a revolution in media communication. Therefore, it is necessary to reorient decision-making in the design of quality journalistic practice. This paper is an attempt to develop an approach of the hermeneutics of understanding to the communicative reality through three essential elements in media communication: language, authority (including scientific authority and journalistic specialties) and context. The implementation of the hermeneutic method in Communication Sciences might well address an important approach. This fact involves the journalistic profession from a transdisciplinary and plurimethodological orientation. In addition to this, communication professionals provide discursive tools so as to address disinformation as a phenomenon derived from a broader problem installed in our society such as post-truth.

Keywords: hermeneutics, communication, post-truth, disinformation, journalism.

Fecha de recepción: 27/7/2020

Fecha de aceptación: 17/2/2021

1. Introducción: hacia una hermenéutica comunicativa

La hermenéutica surgió inicialmente ligada a la teología, la filología y el derecho, pero pronto las investigaciones se dirigieron hacia la generalización de la aplicación del método a otras disciplinas. Así queda expuesto el optimismo de Palmer (2002: 233) cuando Gadamer apunta hacia esa complementariedad:

La hermenéutica teológica y jurídica llaman la atención sobre este aspecto de toda comprensión, y así constituyen un modelo mejor para captar las operaciones de comprensión que se llevan a cabo en la historia y en la literatura que en la tradición filológica, que omite artificialmente el factor de la aplicación [...] Gadamer está sugiriendo aquí una magnífica idea: la hermenéutica jurídica y teológica pueden servir como modelo para la interpretación literaria.

Y, viceversa, los mismos investigadores señalan las ventajas que supone la incorporación del método hermenéutico a otras disciplinas convergentes.

Pero hay otras muchas disciplinas que deben analizarse por la relevancia que pueden tener para la teoría hermenéutica. Por ejemplo, existen muchas áreas de estudio relacionadas con el lenguaje, tales como la lingüística, la filosofía del lenguaje, el análisis lógico, la teoría de la traducción, la teoría de la información y la teoría de la interpretación oral (discurso). (2002: 96)

Desde esa complementariedad abordaremos más adelante la aplicación del método hermenéutico a la mediación comu-

nicativa habida cuenta de que el periodista profesional debe ser competente para la comprensión del hecho noticioso y así dictaminar su interés para difundirlo.

Profundizar en la aplicación del método hermenéutico adaptado a las condiciones de la comunicación de hoy en día resulta de gran utilidad particularmente por dos motivos: porque comprender el mensaje evita la difusión de errores, bulos y *fake news* que jalonan la comunicación; y porque, evitándolos, nos encaminamos hacia la detección e identificación de los mecanismos de desinformación.

Partimos de la idea de que desde una posición hermenéutica el concepto de verdad según Gadamer se reduce a la preocupación por la comprensión, y esta es la mayor preocupación de los principales valedores del método hermenéutico (Scheleiermacher, Dilthey, Heidegger, Betti, Bultman). Al respecto, uno de los mayores retos a los que se enfrentan los periodistas profesionales en la actualidad es comprender el hecho informativo, es decir, la comprensión del hecho informativo requiere la intervención del periodista como intérprete de la narración.

Todo ello teniendo en cuenta la complejidad de la acción comunicativa a partir del carácter hipertextual que adquiere el proceso, la generalización del uso de distintos dispositivos electrónicos, la multiplicidad de plataformas, etc., sin olvidar la relevancia que ostentan los medios como agentes de socialización y estructuración de la sociedad, creadores de opinión y forjadores de nuevas cosmovisiones.

Dentro de esta caracterización poliédrica de la comunicación destacan tanto el matiz multicompetencial del profesional de la comunicación como el abordaje de una enseñanza mediática desde una perspectiva transdisciplinar y amplia que permita responder a

las exigencias comprensivas del entorno comunicativo desde los múltiples ángulos que la conforman. También sugiere una complementariedad de las ciencias de la comunicación con otras ciencias como la filosofía o la pedagogía que promueva la implementación de las competencias que la sociedad necesita y la profesión exige.

2. Elementos constitutivos: el lenguaje, la autoridad y el contexto

Precisamente en este contexto proponemos un modelo de hermenéutica comunicativa en línea con el espíritu de Gadamer que analice tres elementos implícitos en la comprensión: el lenguaje, la autoridad y el contexto.

2.1. El lenguaje

El lenguaje es el elemento primordial de la mediación comunicativa y también es el núcleo fundamental del método hermenéutico, de manera que todos los elementos que lo configuran (comprensión, interpretación, interpelación, precomprensión) se producen en el marco de la lingüisticidad de la mediación ya sea discursiva, oral, visual, gestual, auditiva u otras. Así, afirma Gadamer (1977: 467):

El lenguaje es el medio universal en el que se realiza la comprensión misma. La forma de realización de la comprensión es la interpretación [...] Todo comprender es interpretar, y toda interpretación se desarrolla en el medio de un lenguaje que pretende dejar hablar al objeto y es al mismo tiempo el lenguaje propio de su intérprete.

Habida cuenta de que la relación que mantiene el periodista entre el hecho noticioso y el público al que va dirigido requiere de una mediación ineludible que es el lenguaje; este en todas sus

variedades se convierte en el *factum* incuestionable del proceso de comunicación.

En este punto se sitúa también el debate en torno a la objetividad de los hechos. Mientras que Carrera (2018: 1472 y 1473) plantea:

Por otra parte, cuando se busca el antídoto para la posverdad, se apela a «los hechos», instancia peliaguda donde las haya, y se apela a los hechos como si estos fueran entidades pre-discursivas, independientes y ajenas al discurso [...] No hay hechos, o mejor, no hay hechos *significativos* fuera de un discurso que los hace emerger como tales. Los hechos no pertenecen ni a un mundo objetivo ni a un mundo subjetivo, sino al mundo del relato y del discurso, y es en tanto hechos discursivos como hay que valorar su entidad.

Otros autores (Chaparro-Escudero *et al.*, 2020: 196) sostienen que «lo primero que hay que hacer antes de empezar a redactar es preguntarse *cuál es la noticia, qué queremos contar*. Solo así podremos crear un discurso con sentido y fiel a la realidad que se narra [...] Es primordial arrancar del hecho noticioso».

Al margen de esta controversia, apelar a la discusión acerca de la existencia o no de un «hecho» en situaciones que requieren urgencia (piénsese por ejemplo en la prevención de catástrofes) parece irrelevante, aunque no deja de interesar «el modo de contarle», esto es, la narrativa del relato.

En definitiva, junto a la lingüisticidad de la función comunicativa hay que explorar una hermenéutica comunicativa que haga viable la comprensión con la revolución experimentada en los últimos tiempos por el soporte mediático.

En el caso de la *narrativa transmedia* (*transmedia storytelling*), a los canales tradicionales (televisión, radio, prensa escrita) se su-

man nuevas plataformas comunicativas digitales en las que los consumidores asumen el rol de creadores (*prosumers*) de distintos formatos, lo cual a su vez afecta a la propia comprensión y objetivación lingüística.

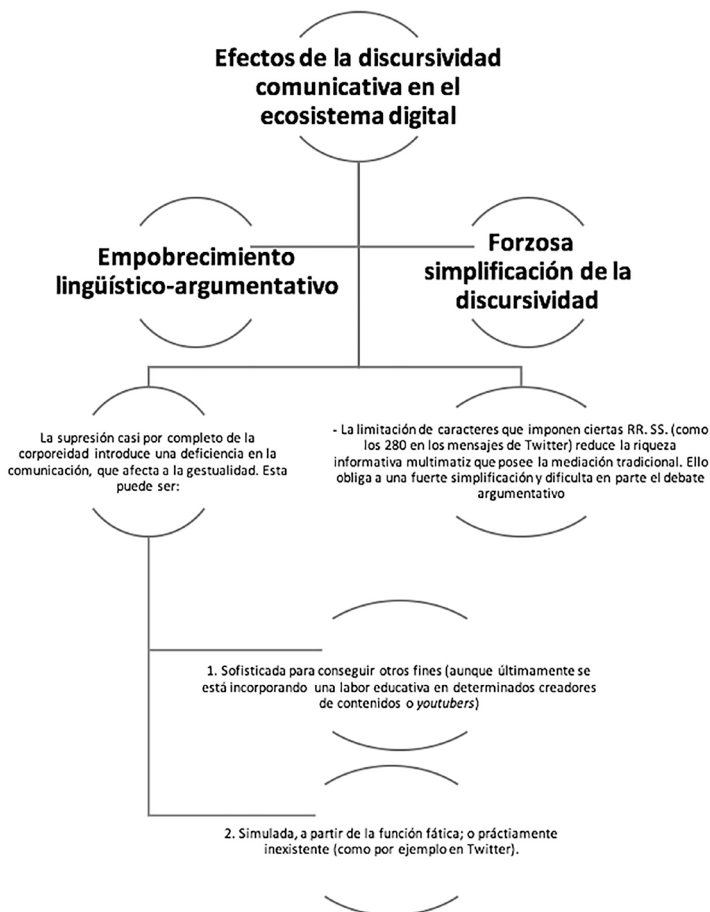


FIGURA 1. Posibles efectos de la discursividad comunicativa en el entorno digital.

Precisamente esta comunicación en red presenta múltiples ventajas en diversos contextos (empresariales, educativos, políticos, de la salud o periodísticos) gracias a su cercanía (o son de uso personal o se encuentran en casi todos los hogares, o ambas cosas a la vez), su gran velocidad de transmisión/producción (a golpe de un clic) o su versatilidad (se pueden usar en cualquier lugar). Pero también implica ciertos reduccionismos y simplificaciones que dificultan la actividad mediática, por ejemplo, la incapacidad de identificar la fuente original del mensaje en el conjunto reticular de envíos y reenvíos. Ese mismo anonimato de la fuente original crea intersticios permeables a las *fake news*.

Así pues, el empobrecimiento lingüístico-argumentativo y la forzosa simplificación (en ocasiones reducida a vacua simplicidad) pueden ser dos problemas derivados del uso generalizado de algunas redes sociales en la mediación comunicativa (figura 1).

2.2. *La autoridad*

El segundo elemento del análisis de la hermenéutica comunicativa se relaciona con la remisión a la autoridad y a las fuentes personales expertas con una finalidad cognitiva y de contrastación.

La existencia de especialidades y titulaciones oficiales diversas (como Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas o Comunicación Audiovisual) ligadas a las Facultades de Comunicación evidencia, entre otros aspectos, la pluridimensionalidad del hecho comunicativo. Pero incluso dentro de cada especialidad también existen modalidades de especialistas (es el caso del periodismo deportivo, sanitario, etc.), lo cual justifica la importancia del conocimiento del contexto que requiere la comprensión en todas sus dimensiones: conocer la opinión de las fuentes expertas, dominar el campo semántico, rastrear la información de

la comunidad científica, etc. Esto es, un conocimiento más amplio de los *prejuicios* en sentido gadameriano.

Por tanto, la autoridad de las fuentes personales expertas es importante en la comprensión y constituye un núcleo de juicios previos (dentro de los cuales se engloban *prejuicios* que incluyen otras interpretaciones, la tradición o nuestras expectativas) que facilitan la interpretación. Considerar todos estos elementos de la comprensión (examinar los prejuicios, valorar la autoridad de los expertos y contrastar la información) nos conduce a la afirmación de Gadamer de que «no hay interpretación sin presuposición», pero esta debe despojarse de la connotación peyorativa que arrastraba desde la Ilustración para que emerja su verdadera utilidad, que vendrá determinada por señalar su origen y su validez. Así podremos reconstruir el mensaje de una obra del pasado (o decodificar interpretativamente un mensaje visual, oral o escrito referido al presente) con mayor precisión.

Lo que a juicio de Gadamer hay que abandonar es el «prejuicio contra todo prejuicio». Como señala Moscón (2017: 150):

Se suele considerar que el término «prejuicio» adquiere un significado eminentemente peyorativo en el terreno de la filosofía ilustrada. En este sentido, en *Verdad y método*, Gadamer ha afirmado que «existe realmente un prejuicio de la Ilustración, que es el que soporta y determina su esencia: este prejuicio básico de la Ilustración es el prejuicio contra todo prejuicio, y con ello la desvirtuación de la tradición». (337)

De modo que según la hermenéutica la información que maneja el periodista especializado no es en absoluto prejuiciosa en el sentido peyorativo del término, sino que está validada, entre otros elementos por la comunidad de fuentes expertas de la que se nutre. Comprender —según Gadamer— no es abandonarse

a su propia opinión, muy al contrario, requiere contrastación; entronca con las funciones de verificación y contrastación que se presuponen en el periodismo profesional.

En suma, los prejuicios son una de las condiciones de posibilidad de la comprensión, son temporales, cambiantes y procesuales, y se manifiestan a través del diálogo. Es, concretamente, este diálogo de los especialistas con la comunidad científica o con los expertos el que atenúa la opinión subjetiva y acrítica a la vez que certifica que la comprensión no es ni el resultado de la arbitrariedad ni de la irracionalidad, sino que sitúa a la interpretación próxima a la certeza.

2.3. *El contexto*

El tercer elemento constitutivo de una hermenéutica comunicativa es la consideración de la evaluación del contexto (que abarca aspectos como la cultura o la sociedad en la que se produce). La importancia de la comunicación mediática en el contexto social viene determinada por su configuración como institución social (McQuail, 1991) que atiende tanto a la recepción como a la producción de contenidos mediáticos (Anderson y Meyer, 1988) y porque además su interpretación se lleva a cabo en la interacción social (Watzlawick, 1974).

Tanto la recepción como la producción de contenidos están sujetas a las particularidades de cada sociedad. Por ejemplo, a la hora de elegir el soporte pueden influir determinadas cuestiones como: sus avances tecnológicos, su mayor o menor implementación de los dispositivos electrónicos, su nivel de alfabetización digital, la existencia o no de brechas digitales, su nivel de generalización de uso de las plataformas digitales, si va dirigido o no a nativos digitales, etc.

Junto a ello también formará parte del contexto comprensivo-hermenéutico la evaluación y formación del comunicador en la consecución de un nivel competencial óptimo en el desarrollo de las distintas dimensiones del proceso comunicativo que abarcan desde la cognitividad de la mediación hasta la descripción de sus fines y valores. Evaluación y competencia son, pues, dos requisitos contextuales a examinar para una hermenéutica comunicativa, ambos circunstanciales, ligados a una época y culturales.

En resumen, la labor del periodista en la recogida de información y la elaboración del mensaje para su difusión se complementa con la intervención de la hermenéutica en varias dimensiones: epistemológica, relacionada con la comprensión de los hechos noticiables; lingüística por su carácter simbólico; instrumental a la hora de comprender y seleccionar la idoneidad del soporte, y cultural para interpretar el alcance de la noticia (véase tabla 1).

TABLA 1. Hermenéutica aplicada al ámbito de la comunicación en general y a la profesión periodística en particular.

Actividad del profesional de la comunicación	Dimensiones de la hermenéutica
Comprensión. Valor de los «hechos objetivos»	Hermenéutica epistemológica
Código. Contrastación de los hechos/información/fuentes	Hermenéutica lingüística
Interpretación del soporte (discursivo, oral, audiovisual, etc.)	Hermenéutica instrumental
Contextualización del entorno y de la situación comunicativa	Hermenéutica cultural

Por consiguiente, el carácter central de cualquier especialidad investigadora reside en la comprensión del objeto de estudio, en el diálogo interdisciplinar, en la verificación intersubjetiva, en el trasvase de información de la comunidad científica, en la publicación en revistas especializadas y en la divulgación, si procede, en diversos soportes con el fin de la transmisión de esos conocimientos a la sociedad en general.

3. Posverdad, desinformación y medios de comunicación

Los retos de la comunicación en red anteriormente señalados son el resultado de una forma de ejercer el periodismo marcada con demasiada frecuencia por la celeridad informativa, la ausencia de corporeidad, la desubicación de la temporalidad o la sofisticación del espacio, entre otros elementos, que dificultan en cierta medida un periodismo reflexivo y sosegado fruto del debate constructivo.

A ello se suma que la realidad social y comunicativa actual, caracterizada por una actitud perceptiva de desvanecimiento de la unidad de la realidad en multiplicidad de fenómenos, viene provocada por cuestiones como el aumento de las desigualdades o la economía globalizada. Es por ello por lo que la intervención hermenéutica en las dimensiones anteriormente descritas (tabla 2) facilita la práctica periodística en la prevención de errores. Por ejemplo, el examen del origen de los prejuicios promueve tanto la disolución de los mecanismos de desinformación como la eliminación de los bulos o *fake news*.

Se hace preciso, pues, promover una educación teórica y práctica de la comunicación en la que destaque su valor crítico, holístico y veritativo, es decir, una educación para los medios que promueva la verdad como un valor primordial. En el caso del

periodismo ello se asocia a la profundización de patrones ligados a la calidad del ejercicio profesional, que no se remite a un dogma sino a un conjunto de saberes y desempeños vinculados a las mejores prácticas asociadas a sus funciones en las sociedades democráticas.

3.1. Elementos distorsionadores de la verdad

Un elemento distorsionador de la verdad que requiere un análisis hermenéutico del lenguaje es la *desinformación*. Los mecanismos de desinformación son múltiples y variados e incluyen desde engaños y estratagemas discursivas (por ejemplo, las falacias) hasta otras formas de manipulación de contenido audiovisual (Romero Rodríguez, 2014), y además afectan a diferentes disciplinas (marketing, publicidad o periodismo pero también derecho o historia) aunque se materializan con frecuencia en el ámbito comunicativo a través del uso de prácticas que responden a objetivos políticos, económicos, etc.

En este contexto se sitúa la posverdad entendida como una «distorsión deliberada de la verdad» (Nicolás Marín, 2019) y, por tanto, de la realidad. Lo que presupone la existencia de una «verdad alternativa» en consonancia con una «realidad alternativa».

Si bien es cierto que el concepto de la posverdad abarca otras múltiples dimensiones (filosófica, psicológica, jurídica, etc.), también lo es que reviste un tratamiento especial desde el punto de vista mediático porque afecta tanto a las relaciones interpersonales como a la mediación comunicativa. Los *mass media* como creadores de opinión, estructuradores de la sociedad y agentes de socialización se han convertido en instituciones de creación de espacios de significación colectiva y, por mor de su ética deontológica, están sujetos a proporcionar la calidad informativa que su profesión exige.

Se hace necesario, por tanto, reflexionar acerca de lo que Romero Rodríguez (2014: 26) denomina como «periodismo de la no información»:

...el tratamiento que se le da a las informaciones a través de los medios de comunicación, en especial la prensa, la radio y la televisión, en la influencia de su propia mediamorfosis y cambios en el propio ecosistema comunicativo, viene a coexistir con un modelo de periodismo banalizado, un círculo vicioso de oferta y demanda informativa, de prelación del entretenimiento sobre el objetivo de informar o, incluso más importante, de educar, de carencias de pluralismo, de aumento del interés interpretativo u opinativo sobre la propia necesidad investigativa, y lo hace recaer en un «periodismo de la no información. (Ortega, 2006: 17)

Concretamente este tipo de periodismo es denominado en la reciente *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios* (Chaparro-Escudero *et al.* 2020) como «periodismo banal» refiriéndose a la praxis periodística que impera en «la sociedad líquida» actual (siguiendo a Baumann) porque «su inutilidad tiene como objeto distraer del debate real».

En contraposición, la hermenéutica comunicativa representa lo que se entiende por «periodismo lento» que «desecha la casualidad para analizar la causalidad», esto es, busca el origen, analiza los juicios previos, abandona los que estén infundados, rescata los que tienen apoyatura en el grupo de fuentes expertas y procura la contrastabilidad.

Por tanto, el ejercicio actual del periodismo exige

recuperar la ética de la vida frente a la simple estética como propuesta de la modernidad. Como en la caverna de Platón, vivimos una realidad ficcionada. La información es la ética de la verdad, negar la evidencia de los hechos es una forma de negar soberanía para controlar voluntades. (Chaparro-Escudero *et al.*, 2020: 27)

3.2. *La reflexión acerca de la calidad periodística desde la profesión*

Como han expuesto los principales investigadores dedicados a intentar medir, cuantificar o al menos catalogar las prácticas deontológicas que pueden garantizar la calidad de un producto periodístico, su abordaje puede hacerse desde tres postulados: por razones puramente comerciales (esto es, para buscar un producto lo más adecuado posible con el fin de obtener beneficios económicos); desde una perspectiva más cercana a la profesión periodística, que es como se ha enfocado mayoritariamente en el ámbito académico europeo (de manera especial y anticipada en los países escandinavos); o bien desde los presupuestos que engarzan la actividad profesional con la responsabilidad en el sistema democrático, esto es, por su propia contribución al desarrollo y al fortalecimiento de las democracias (Gómez Mompert *et al.*, 2013). Esta última vertiente ha sido impulsada sobre todo desde la historiografía latinoamericana.

En todo caso resulta complejo adoptar un único modelo que pueda establecer una medición objetiva de la calidad periodística de las informaciones. Pero todos los modelos existentes, tanto los de tipo cuantitativo como los cualitativos, profundizan en la inclusión de algunos de los elementos que se han citado como decisivos para la hermenéutica propuesta como principios irrenunciables para un quehacer periodístico de calidad. En este sentido, el ideal de la práctica profesional no se circunscribe únicamente a la producción de texto, sino que involucra al marco empresarial comunicativo en el que esta actividad se desarrolla. Este contexto de producción influye decisivamente en el propio resultado. De este modo no hablamos solo de que sea posible establecer unas propuestas que aboguen por el periodismo como un simple servicio o producto de consumo; es necesario incluir,

a su vez, las perspectivas que, como recogen Gómez Mompart, Palau y Gutiérrez, apunten a:

ideales de la calidad periodística, en cuanto a independencia, diversidad y objetividad, los cuales se sustentan en los valores democráticos y en aquellas condiciones que garantizan el libre ejercicio del periodismo: los recursos, el orden político y legal y los estándares profesionales. (Gómez Mompart *et al.*, 2015: 16)

A partir de la bibliografía existente sobre estos intentos de cuantificación y medición de la calidad periodística, Gómez Mompart, Palau y Gutiérrez (2013) se acercaron a la propia opinión de los periodistas españoles en torno a la calidad de su ejercicio profesional. En una encuesta realizada a 363 profesionales de la información, incluyeron preguntas sobre todos los indicadores que pueden ofrecer una radiografía lo más detallada posible: desde los condicionantes socioprofesionales a la calidad de la escritura de sus narraciones, sin olvidar los modos de perseguir la corrección lingüística o un lenguaje apropiado, la diversidad temática o cultural de su trabajo o la pluralidad y modos de cita de las fuentes. También se incluyeron preguntas sobre la verificación de los datos ofrecidos, una de las corrientes más en boga de manera reciente para la propia defensa de la credibilidad, en pro del valor cualitativo de la información profesional y en la lucha contra la desinformación.

Sin embargo, como los autores recogieron en dicha encuesta, la propia percepción de los profesionales sobre la calidad periodística de los medios subrayaba algunas carencias importantes. Estos déficits apuntaban sobre todo a las cuestiones, precisamente, de la relevancia o la diversidad de los temas que escogían los medios para sus agendas informativas. Entre otros datos, el 74% de los encuestados consideraba que el periodismo de in-

investigación era prácticamente inexistente en sus empresas informativas. En esta línea de juicio negativo sobre su profesión, los profesionales criticaban asimismo el recortado acceso a las fuentes o el tratamiento y la verificación de los datos como dos elementos mejorables en su desempeño profesional.

Sin duda las condiciones laborales o los retos derivados de la adaptación a las nuevas tecnologías en el nuevo ecosistema digital han mermado o han dificultado el cumplimiento de los mejores estándares de calidad. Así, los periodistas de diarios digitales resultaron ser los más críticos a la hora de denunciar la escasa originalidad de la oferta informativa de sus medios (un 27%, más del doble que la media del 12% en el resto de medios de comunicación). Asimismo, y si bien destacaban que los medios digitales permiten ampliar las zonas de cobertura informativa hacia asuntos no siempre tratados por los medios generalistas, los periodistas que desempeñaban su labor en estas redacciones eran pesimistas en cuanto a la valoración de su trabajo, ya que solo un tercio opinaba que era frecuente en estos medios digitales el uso de diversas fuentes informativas a la hora de publicar sus contenidos, lo que representaba 15 puntos por debajo de la media del resto de profesionales de otras empresas periodísticas (Gómez Mompart *et al.*, 2015: 21-22).

En esta misma línea negativa, del conjunto de los profesionales de los medios encuestados en ese trabajo solo el 45% consideraba que su empresa tenía «mucha» capacidad para cubrir la información de actualidad de manera directa. También resulta significativo que la mitad de los encuestados sostuvo que únicamente «a veces» en las informaciones de sus medios no aparecían mezclados los hechos, las declaraciones y las conjeturas. Tan solo un 32% declaraba que nunca se ofrecía tal mezcla de elementos; en cambio, una quinta parte sí afirmaba que casi

siempre se produce este hecho contraproducente para la producción de un contenido informativo de calidad. ¿Y a qué tipo de medios pertenecen quienes más denunciaban esta práctica de mezcla de hechos con opiniones? De nuevo eran los periodistas digitales quienes admitían con mayor claridad esta circunstancia, llegando al 32% de los encuestados.

Sin duda es patente la percepción de que la falta de tiempo impide la profundización en los contenidos. El afán de instantaneidad afecta no solo a cuestiones ligadas al uso de fuentes o a los enfoques noticiosos, también a la propia redacción del mensaje, es decir, a su construcción lingüística. Y ello es percibido asimismo como otra causa relevante para el incremento de errores graves en las informaciones.

De este modo no es de extrañar que la preocupación profesional creciente haya puesto en guardia a los medios con mayor reputación. Como sostiene Jorge Carrión, «el éxito o el fracaso de la propagación de un contenido no depende de su calidad o de su autenticidad, sino de su carga viral. Por eso las *deep fakes* no van a hacer más que propagarse» (Carrión, 2021). Se trata de esa nueva virtualidad de la desinformación que se vale de la tecnología para alterar imágenes y hacerlas pasar por reales.

Un auténtico reto que ya ha puesto en guardia a la ciudadanía, de un lado, y a la profesión periodística, de otro. Como señala Carrión, la *International Fact-Checking Network* cuenta con la participación de más de ochenta revistas, diarios y plataformas de todo el mundo. Una práctica de vigilancia iniciada desde 2003 en Estados Unidos por Factcheck.org, y que en los últimos años ha crecido gracias a proyectos diversos en muchos países, la mayoría de ellos nacidos de la propia iniciativa popular o profesional, pero que han de contar con las ciencias de la comunicación, ahora ya sí recuperadas, para nutrirse de herramientas teóricas y

metodológicas necesarias que les permita aplicar con precisión lo que Carrión denomina como «sus métodos forenses». En el ámbito europeo, precisamente, las iniciativas de profesionales periodísticos para la verificación de informaciones se están convirtiendo en una oportunidad de desarrollo profesional para el periodismo, como apuntan García Vivero y López a partir del análisis de ejemplos como Maldita.es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs o BBC Reality Check, entre otros.

4. Conclusiones

Se concluye, por tanto, la necesidad e idoneidad de llevar a cabo un esbozo de aplicación del método hermenéutico en el desempeño de la función comunicativa, de modo que favorezca la comprensión del proceso y evidencie los riesgos que supone la limitación en la interpretación para la aparición de la posverdad.

Para ello, del análisis de los elementos del proceso comunicativo se derivan distintas tendencias hermenéuticas que pueden implementar las ciencias de la comunicación para reflexionar acerca de la lingüisticidad que subyace en todas sus facetas.

Se señalan posibles efectos de la discursividad comunicativa en el uso generalización de algunas RR. SS., como el empobrecimiento lingüístico o la forzosa simplificación que dificulta en parte el debate argumentativo.

También se apunta la necesidad de abogar por el periodismo profesional basado en el contraste y la verificación de las fuentes y en la investigación de los hechos entre otros factores, en contraposición a los mecanismos de desinformación.

Concluimos con la necesidad de proponer modelos de gestión que promuevan el periodismo de calidad que limite el alcance de la posverdad a través del sentido crítico, el carácter dialó-

gico de la comprensión mediática, la comprensión instrumental de los soportes y los valores presentes en la ética deontológica comunicativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, J. y MEYER, T. P. (1988). *Mediated Communication. A Social Action Perspective*. Londres: Sage.
- CARRERA, P. (2018). «Estratagemas de la posverdad». *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1469-1482. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1317/RLCS-paper1317.pdf> [Consulta: 31 enero 2021]. doi: <https://doi.org/fcnc>.
- CARRIÓN, J. (2021). «La posverdad y sus autopsias». *The New York Times*. 31 enero. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2021/01/31/espanol/opinion/fake-news-que-son.html> [Consulta: 31 enero 2021].
- BARBAS COSLADO, A. (2012). «Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado». *Foro de Educación*, 10 (14), pp. 157-175. Disponible en: <https://www.forodeeducacion.com/ojs/index.php/fde/article/view/22> [Consulta: 31 enero 2021].
- CHAPARRO-ESCUADERO, M., ESPINAR-MEDINA, L., El-Mohammadiane-Tarbift, A. y PERALTA-GARCÍA, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Madrid: Fragua.
- GADAMER, H. G. (1977). *Verdad y método* (trad. de A. Agud Aparicio y R. De Agapito), vol. I. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- (1998). *El giro hermenéutico* (trad. de A. Parada). Madrid: Cátedra.
- GARCÍA VIVERO, G. y LÓPEZ GARCÍA, X. (2021). «La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita.es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs y BBC Reality Check». *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 21, pp. 235-264. Disponible en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5506/6290> [Consulta: 31 enero 2021]. doi: <https://doi.org/fszs>.

- GÓMEZ MOMPART, J. LL., GUTIÉRREZ LOZANO, J. F. y PALAU SAMPÍO, D. (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón de la Plana, Valencia: UAB/UJI/UPF/UV, Col. Aldea Global.
- (2015). «La calidad periodística en España según la percepción de los periodistas». *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(1), pp. 13-30. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50647/47047> [Consulta: 31 enero 2021]. doi: <https://doi.org/fsxg>.
- MOSCÓN, P. (2017). «La crítica de los prejuicios en la Ilustración alemana y su recepción en la obra de Kant». *Ideas y valores: Revista Colombiana de Filosofía*, 66(165), pp. 147-170. Disponible en: https://revistas.unal.edu.co/index.php/idval/article/view/53434/pdf_7 [Consulta: 31 enero 2021].
- ROMERO RODRÍGUEZ, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios* [tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/9605> [Consulta: 31 enero 2021].
- MCQUAIL, D. (1991). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- NICOLÁS MARÍN, J. A. (2019). «Posverdadera: cartografía de un fenómeno complejo». *Diálogo Filosófico*, 105, pp. 302-340.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1983). «The effect of media on media effects research». *Journal of Communication*, 33(3), pp. 157-165.
- PALMER, R. E. (2002). *¿Qué es la hermenéutica? Teoría de la interpretación en Scheiermacher, Dilthey, Heidegger y Gadamer* (trad. de Beatriz Domínguez Parra). Madrid: Arco/Libros.
- WATZLAWICK, P., BEAVIN, J. H. y JACKSON, D. D. (1974). *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.