



ANA CABALLERO  
Vicepresidenta de la  
Asociación Europea para  
la Transición Digital

JÓVENES SOMETIDOS  
A UN BOMBARDEO  
CONSTANTE DE EMOCIONES

# Hijos de la posverdad

Educar en el pensamiento crítico y dotar de competencias habilitadoras a menores y adolescentes se convierte en una tarea prioritaria frente a su exposición a prácticas de autocomplacencia inducida.

Palabras clave: posverdad, menores, adolescentes, redes sociales, plataformas digitales, nativo digital.

ILUSTRACIÓN:  
DANIEL TORNERO

*Young people subjected to a constant emotional bombing  
CHILDREN OF POST-TRUTH  
Educating children and adolescents in critical thinking and  
providing them with enabling competencies becomes a priority task  
in the face of their exposure to complacency-induced practices.  
Keywords: post-truth, minors, teenagers, social networks, digital  
platforms, digital natives.*



Todo padre y madre quieren lo mejor para sus hijos: además de que sea feliz, que sea buena persona, y ya si el niño es inteligente y es capaz de llegar lejos en la vida, mejor que mejor. Pero ¿será eso posible en un mundo dominado por la posverdad? Menudo desafío para todos: padres, hijos y docentes. Hoy más que nunca necesitamos pensamiento crítico. Pero, para poder aplicarlo, hay que conocer qué es lo que está pasando y cómo funcionan los nuevos medios de comunicación y, en particular, las redes sociales.

El término posverdad cobró especial relevancia en 2016 tras la elección del Diccionario Oxford como la palabra que, con mayor frecuencia, se usó durante ese año. Nada sorprendente si recordamos que 2016 fue el año en el que se fraguó el Brexit, proceso político en el que, basándose en la ocultación de hechos objetivos y apelando a las emociones de los británicos, estos se sublevaron frente al establishment proeuropeo<sup>1</sup>. También fue el año de la victoria de Trump en las elecciones a la presidencia de Estados Unidos de América y del escándalo de Facebook y Cambrigde Analytica.

Si bien “el triunfo de lo visceral sobre lo racional o de lo engañosamente simple sobre lo honestamente complicado” (d’Ancona) no es algo nuevo en la historia de la humanidad, sí lo es en términos de propagación de lo noticiable. Hasta la llegada del Internet 2.0 —versión que permitió el trabajo colaborativo y abierto— las libertades públicas de información se movían en la certeza jurídica. Los conceptos, y el alcance de estas, eran claros: libertad de expresión, libertad de información y derecho a la información se conformaban como el alma de la sociedad civil. Sin censura previa, y con limitaciones como la veracidad. Ese entorno digital, que fue concebido como libre y abierto —y que ayudó, por ejemplo, a crear y propagar la narrativa de la revolución

democrática árabe—, ha tornado años después, creando un nuevo panorama mediático en el que posverdad campa a sus anchas en serio perjuicio de los sistemas democráticos.

La manipulación mediática que supone la posverdad implica que se le da poca importancia a los hechos objetivos en pro de las emociones u opiniones personales, que cobran un nuevo protagonismo, apelando al sentimiento del receptor y reforzando sus perjuicios.

Ahora bien, ¿qué pasa cuando esas comunicaciones van dirigidas a nuestros menores y adolescentes? Muchos podrían pensar que nada, porque son nativos digitales. Sin duda alguna estarían doblepensando<sup>2</sup> en el sentido más orwelliano de la palabra. Así, “dos creencias contrarias estarían albergadas en la misma mente”<sup>3</sup> (Orwell): se mueven por la Red como si fuera su ecosistema natural y, conocen mejor el entorno digital, aunque nadie les haya enseñado los riesgos y amenazas de la Red ni a cómo analizar con pensamiento crítico el contenido que reciben. Vamos, que no hay más fake news que la propia palabra, nativo digital.

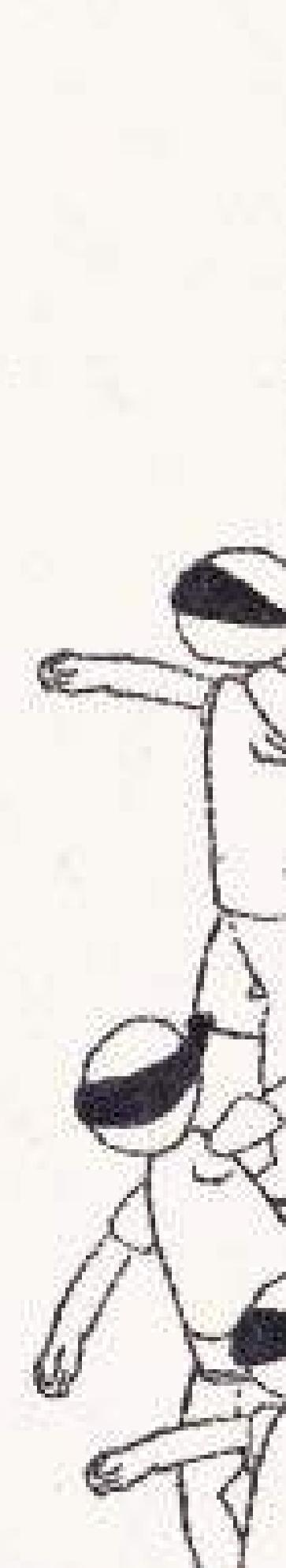
A nadie se nos escapa que detrás de las actividades lúdicas disponibles para menores se encuentran modelos de ingresos complejos que aportan valor para las empresas al utilizar datos, aplicar algoritmos y modelos de autoaprendizaje para perfilarlos y ofrecer publicidad personalizada o animar a los niños a consumir determinados contenidos. Se sabe que hay plataformas que utilizan diseños persuasivos de captación de la atención de los usuarios para que estos pasen cuanto más tiempo conectado mejor. Cuanto mayor tiempo, mayores ingresos le son reportados a la plataforma.

Otras veces, y a través de estos patrones oscuros, estos actores son capaces de manipular el comportamiento humano, de modo que los

## Los perfiles de los menores permiten construir una relación de consumo desde una edad muy temprana

usuarios menores actúen inconscientemente en beneficio de intereses ajenos. Para ello, se valen de contenidos altamente emocionales, como aquellos que generan enojo, inseguridad o temor, o los contenidos extremos, y en los que los adolescentes —caracterizados por su idealismo— tienden a reaccionar más fácilmente.

En ocasiones, y tras haber sido el perfilado menor, las plataformas les invitan a ser miembros de grupos con preferencias similares a las de ellos, las cuales aceptan gustosamente por el sesgo de la confirmación<sup>4</sup>; dicho de otra forma “se estimula la homofilia o tendencia de los individuos a asociarse con otros sujetos de creencias y gusto similares (...) donde fluyen sin cesar noticias que me van a gustar y que contribuyo a divulgar” (Villena- Saldaña). Es decir, y aquí viene lo importante, esta vigilancia de la que hablamos —que les aplica algoritmos y perfila— se produce mientras el propio menor está investigando y experimentando con su propia identidad, es decir se está desarrollando como individuo. Esto implica que su desarrollo estará ►►►



1. Nota del editor: grupo de poder, poder establecido o clase dominante, entre otras, son posibles alternativas al anglicismo *establishment*.

2. Doblepensar es un neologismo que aparece en la novela *1984* de George Orwell, y que forma parte del léxico de la llamada neolengua: “Saber y no saber, hallarse consciente de lo que es realmente verdad mientras se dicen mentiras cuidadosamente elaboradas, sostener simultáneamente dos opiniones sabiendo que son contradictorias y creer sin embargo en ambas; emplear la lógica contra la lógica”.

3. Orwell, G. (1948): *1984*. Barcelona, Austral Narrativa, edición de 2007, pág. 271.

4. El sesgo de confirmación es lo que explica que nos centremos en las fuentes que apoyan nuestro punto de vista, y por ello genera grupos homogéneos y polarizados de gente que se refuerza entre ella. Este efecto aplicado a los medios de comunicación se ha llamado la “cámara de eco” donde no paran de resonar las mismas verdades. <https://investigaciondocente.com/2021/03/12/fk-factores-y-sesgos-cognitivos-que-nos-hacen-susceptibles-a-las-desinformacion/>

## Detrás de las actividades lúdicas disponibles para menores se encuentran modelos de ingresos complejos

condicionado por la clasificación social asignada en base a su histórico de interacciones en la Red, por opacos algoritmos, por la decisión automática de una máquina, teniendo en cuenta el desarrollo intelectual y madurativo del menor o adolescente.

Además, debe tenerse en cuenta que los perfiles de los menores permiten construir una relación de consumo desde una edad muy temprana; no obviemos que casi todas las grandes plataformas han creado espacios para este tipo de público infantil y adolescente: Facebook Messenger-Kids, YouTube Kids y/o Google con las cuentas para niños.

Lo que se entendía por un Internet libre que iba a interconectar a personas distintas y enriquecer nuestra experiencia social, cultural o intelectual fomentando el pensamiento crítico ha resultado, 20 años después, un mundo de tecno-optimismo en el que las personas, los individuos, no se dan cuenta que están encerrados en su propia burbuja con pruebas visibles de una reducción en la riqueza social, cultural, intelectual y política, consecuencia del socavamiento de la capacidad para tomar sus propias decisiones al haber sido manipulados.

Por otro lado, las tendencias del consumo mediático por menores en España no son nada prometedoras como revela el estudio llevado a cabo

por los investigadores Herrero Curiel y La Rosa, y en el que se refleja que el 55,5 por ciento de los estudiantes de secundaria prefieren informarse a través de las redes sociales frente a los medios tradicionales como la televisión, prensa o radio. Estos números evidencian que plataformas como Facebook, Instagram, TikTok, Twitter u otras son fuente de noticias, aunque ellas no lo admitan. De forma que, no reconociéndose como lo que realmente son, pueden eludir responsabilidades éticas y jurídicas previas a la difusión, tales como la veracidad y la precisión de la información. Otros datos que hay que tener en cuenta son los relativos al grado de discriminación periodística: un 64,4 por ciento de los menores confunde los géneros informativos y los de opinión.

Ante este dislate, ¿cómo hacer partícipes a los menores para que prefieran hacer un ejercicio “honestamente complicado”, como señala Matthew d’Ancona, e incómodo de pensamiento crítico, frente a la autocomplacencia inducida por ciertas plataformas aprovechándose de las debilidades propias del ser humano?

Informar y concienciar sobre lo que está pasando en la Red, incluido el fenómeno de la posverdad, de su impacto en la sociedad y en el desarrollo de los menores, forma parte de la búsqueda de la solución. Pero educar en el pensa-

miento crítico, y dotar de competencias habilitadoras a estos menores y adolescentes, a través de planes de estudios reglados, es una obligación de servicio público. En este sentido, aplaudo iniciativas responsables de distintas entidades que fomentan la formación de profesores en educación mediática desde una perspectiva reflexiva y crítica, dotándolos de enfoques didácticos dirigidos a los alumnos.

Señala d’Ancona que George Orwell, en las últimas reflexiones sobre su libro 1984, advertía que “La moraleja que cabe extraer de esta peligrosa situación de pesadilla es simple: no permitan que ocurra. Depende de ustedes”. Me gustaría pensar que tal mensaje iba destinado a los poderes públicos, y no a los ciudadanos. A esos políticos, la gran parte, que no se atreven a regular la revisión editorial —ex ante— en la publicación de contenidos, en los nuevos proveedores de información la identificación del autor de lo noticiable y/o la verificación de la objetividad o las fuentes de los hechos... En resumen, ese doblepensar que tanto pone en práctica la clase política actual.

### Bibliografía

- d’Ancona, M. (2019): *Posverdad: la nueva guerra contra la verdad y cómo combatirla*. Madrid, Alianza Editorial.
- Aguaded, I.; Jaramillo-Dent, D.; Delgado-Ponce, A. (2021): *Curriculum Alfamed de formación de profesores en educación mediática*. Barcelona, Editorial Octaedro.
- Villena, D. (2019): *Era posverdad: comunicación, política y filosofía*. Disponible en: <http://incomchile.cl/2019/06/06/era-posverdad-comunicacion-politica-y-filosofia>
- Herrero Curiel E. y La Rosa L. (2022): *Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación*. DOI, Disponible en: <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>. Págs. 95-106.

