El criterio perdido

Cómo se forma —y cómo se pierde— el buen criterio en la era de las redes sociales y la inteligencia artificial

Antonio Aranda

Una civilización no cae cuando se equivoca.
Cae cuando pierde la capacidad de corregirse.

LA TESIS CENTRAL

El problema de hoy no es la ignorancia consciente, sino **creer demasiado deprisa que ya sabemos**. La abundancia de información no garantiza un mejor juicio: puede debilitarlo.

¿Qué es el criterio?

1

Juzgar, no acumular

Criterio no es saberlo todo, sino decidir con responsabilidad cuando no se sabe lo suficiente.

2

Contrastar

Es la disposición a poner a prueba las propias creencias, no sólo las ajenas.

3

Corregirse

Es la capacidad —personal y colectiva— de reconocer el error y rectificar a tiempo.

“El conocimiento más serio no nace de la certeza, sino de la voluntad de ponerla a prueba.”

Punto de partida

MOTIVACIÓN

¿Cómo es posible que sociedades bien informadas sostengan tantas creencias erróneas y eleven a representantes nefastos?

Ortega y el “derecho a la vulgaridad”: no es una clase social, es una mentalidad satisfecha de sí misma que no siente la necesidad de contrastar.

PRÓLOGO · La batalla por el criterio

Antes lo vergonzoso era no saber.

Hoy el problema es seguir sin saber y creer, sin fundamento, que ya sabemos.

La conciencia del no-saber inhibía; su pérdida envalentona.

El recorrido del ensayo

I	**La mente que se ciega**	Sesgos, disonancia y creencia prematura
II	**Marcos para pensar**	Simon, Popper, Arendt y los modelos mentales
III	**Instituciones, redes y aceleración**	De la ciencia a la IA generativa
IV	**Saber, atención y entornos**	Paradigmas, medios y biografía
V	**El ecosistema informativo**	Autores, medios comparados y uso real de la IA
VI	**Formar y probar el criterio**	Educación, casos y responsabilidad

Conceptos clave

Criterio

Aptitud para orientarse, contrastar y rectificar el propio juicio.

Modelo mental

Mapa simplificado del mundo con el que pensamos sin advertirlo.

Racionalidad limitada

Decidir bien con información, tiempo y memoria parciales (Simon).

Disonancia cognitiva

Malestar al chocar creencia e identidad; nos empuja a no revisar (Festinger).

Institución epistémica

Órgano social que produce, revisa y hace visible el error (ciencia, prensa, tribunales).

Sociedad abierta

La que no promete acertar, sino poder corregirse (Popper).

PARTE

I

La mente que se ciega

- 1 · Civilizaciones que aprenden o se ciegan
- 2 · La mente que cree demasiado pronto
- 3 · Por qué defendemos lo que nos engaña

1 · Por qué unas civilizaciones aprenden y otras se ciegan

> *Toda generación se cree excepcional; pocas comprenden el cambio que perciben.*

- Reconocer una innovación no es entenderla: la técnica avanza más rápido que el juicio que la gobierna.
- Lo decisivo no es acertar siempre, sino conservar los mecanismos que detectan y corrigen el error.
- La ceguera no es falta de datos, sino pérdida de la capacidad de revisión.

2 · La mente que cree demasiado pronto

“

Pensar rápido nos salvó muchas veces; pensar siempre rápido puede destruir el juicio.

- El siglo XX desmintió al “ser racional”: decidimos con atajos e intuiciones (Kahneman).
- Los sesgos no son averías ocasionales: son el modo por defecto de la mente.
- Formar criterio empieza por desconfiar de la primera respuesta, sobre todo si es la propia.

3 · Por qué defendemos lo que nos engaña

> *Las creencias no son sólo ideas: a veces son casas en las que vivimos.*

- Necesitamos coherencia; por eso la disonancia cognitiva duele y la evitamos (Festinger).
- La creencia se entrelaza con identidad y pertenencia: renunciar a ella se vive como pérdida.
- Defendemos el error no por tontos, sino por proteger la imagen que nos sostiene.

PARTE

II

Marcos para pensar

- 4 · Los mapas invisibles
- 5 · Simon: racionalidad limitada
- 6 · Popper: la sociedad abierta
- 7 · Arendt: la realidad común

4 · Los mapas invisibles: pensar con modelos del mundo

“

El mayor peligro no es equivocarse de mapa, sino olvidar que se está mirando un mapa.

- No pensamos con datos sueltos, sino con modelos que simplifican la realidad.
- Simplificar no es un defecto: es condición de la inteligencia.
- El riesgo aparece cuando confundimos el mapa con el territorio.

5 · Herbert Simon y la racionalidad limitada

> *La decisión perfecta tranquiliza porque imagina un mundo que nunca tenemos delante.*

- Decidimos con información parcial, tiempo escaso y memoria selectiva.
- No maximizamos: nos “conformamos” con lo suficientemente bueno (satisficing).
- Ser racional es decidir bien dentro de los límites reales, no fuera de ellos.

6 · Karl Popper y la sociedad abierta

“

Una sociedad abierta no promete no equivocarse; promete poder corregirse.

- El conocimiento serio no busca certezas: busca someterse a refutación.
- La frase más difícil y más necesaria: “quizá estamos equivocados”.
- Una sociedad abierta institucionaliza la crítica y la posibilidad del cambio.

7 · Hannah Arendt: cuando una sociedad pierde su realidad común

> *Se puede estar saturado de información y quedarse sin una realidad común sobre la que discutir.*

- Sin marcos compartidos no hay contraste posible ni juicio autónomo.
- La propaganda no sólo miente: disuelve el suelo común de los hechos.
- Aporta la dimensión política y moral al problema del criterio.

PARTE

III

Instituciones, redes y aceleración

- 8 · Instituciones epistémicas
- 9 · El criterio en la era de las redes
- 10 · IA: la respuesta antes que la pregunta
- 11 · Harari: redes de información

8 · Instituciones epistémicas y aprendizaje social

“

Las instituciones más valiosas no eliminan el error: lo hacen visible.

- Ciencia, universidad, tribunales, prensa, archivos: órganos para no engañarse a sí misma.
- Su valor no está en ser infalibles, sino en reconocer la falibilidad y revisarla.
- Debilitarlas es quedarse sin filtros colectivos frente al error.

9 · El criterio en la era de las redes sociales

> *El flujo no nos prohíbe pensar: nos entrena para no detenernos.*

- La historia del criterio es la historia de sus filtros: oralidad, escritura, imprenta, ciencia.
- Las redes convierten la abundancia en flujo personalizado que premia la reacción.
- Antes costaba encontrar información; hoy cuesta sobrevivir a ella.

La historia del criterio es la historia de sus filtros

1 — Oralidad

Repetición y autoridad de la comunidad

2 — Escritura

Conservar más de lo que se recuerda; interpretar signos

3 — Imprenta

Multiplica textos; exige seleccionar y desconfiar

4 — Ciencia

Métodos para distinguir lo probado de lo supuesto

5 — Redes

Abundancia convertida en flujo personalizado

6 — IA

La información dispersa se entrega ya organizada

Cada filtro nuevo no sustituye al anterior: cambia qué esfuerzo exige pensar. El flujo no prohíbe detenerse; entrena para no hacerlo.

10 · IA: la respuesta llega antes de que madure la pregunta

“

Cuando la respuesta llega antes que la pregunta madura, el criterio se debilita.

- Primera aceleración: acceso. Segunda: respuesta ya organizada, conversacional.
- La comodidad de recibir la síntesis puede atrofiar el esfuerzo de formularla.
- El reto: usar la IA sin delegar en ella el propio juicio.

Las dos aceleraciones

01 · ACCESO

Internet y redes sociales

Encontrar en segundos lo que antes exigía días. La abundancia se vuelve flujo personalizado.

02 · RESPUESTA

IA generativa

La búsqueda se hace conversación; la información dispersa llega ya sintetizada y ordenada.

> *Cuando la respuesta llega antes de que la pregunta madure, el criterio se debilita.*

11 · Harari y el poder de las redes de información

> *Una red puede transportar verdad, error o ficción. Lo primero que hace no es demostrar: conecta.*

- El poder de una sociedad depende cada vez más de la arquitectura de sus redes (Nexus).
- Conectar no es verificar: la difusión no garantiza veracidad.
- Del lenguaje a la IA, quien diseña la red condiciona lo que se puede pensar.

PARTE

IV

Saber, atención y entornos

- 12 · Cuando saber no basta
- 13 · De la radio al smartphone
- 14 · Los entornos que forman criterio

12 · Cuando saber no basta

No siempre vemos mal los hechos: a veces los vemos a través del modelo equivocado.

- Saber más no equivale automáticamente a juzgar mejor.
- Paradigmas y conocimiento tácito guían —y a veces distorsionan— la interpretación.
- El dato correcto leído con el marco erróneo produce conclusiones erróneas.

13 · De la radio al smartphone: la conquista de la atención

> *La radio conquistó el oído; la TV, el salón; el smartphone, los tiempos muertos de la vida.*

- La comunicación de masas no nació con Internet: radio y TV ya fijaban agendas.
- Cada medio organiza de otro modo el tiempo, la atención y la relación con el emisor.
- El smartphone coloniza los intersticios: ya no hay pausa sin pantalla.

14 · Familia, amigos, trabajo: los entornos que forman criterio

“

El criterio no nace ante una pantalla: se construye dentro de una biografía.

- Antes de leer un periódico ya aprendimos a confiar, obedecer, admirar y callar.
- Familia, amistades y trabajo modelan qué se discute y qué no.
- Reducir el criterio a “información” ignora dónde se forja de verdad.

PARTE

V

El ecosistema informativo

- 15 · Autores para pensar el presente
- 16 · Panorama de los medios
- 17 · Quién utiliza la IA

15 · Autores para pensar el presente

> *Polarización, soledad y dependencia: obras que iluminan la cultura del algoritmo.*

- Ortega, Fromm, Le Bon, Canetti: masas, miedo a la libertad y poder.
- Adorno y Horkheimer, Byung-Chul Han, Lasch: industria cultural y enjambre digital.
- Zuboff: capitalismo de la vigilancia y estudios críticos del algoritmo.

16 · Panorama de los medios: prensa, radio, TV y redes

“

El criterio depende también de la calidad del ecosistema que le suministra qué juzgar.

- Cada ecosistema informativo conforma un tipo distinto de ciudadano.
- La pregunta clave: ¿qué oportunidades da para contrastar lo que se cree?
- Se examinan tres casos contrastados: España, Alemania y Estados Unidos.

Tres ecosistemas, tres ciudadanos

¿Da cada sistema mediático las mismas oportunidades para contrastar lo que se cree?

España

Fuerte paralelismo entre medios y política; pluralismo polarizado.

Alemania

Servicio público robusto y prensa regional arraigada.

Estados Unidos

Mercado partidista de cable y dominio de las grandes plataformas.

Rasgos estructurales de cada sistema mediático; el capítulo desarrolla el contraste en detalle.

17 · Quién utiliza realmente la Inteligencia Artificial

“El uso declarado esconde una enorme distancia entre probar una vez y usar a diario.”

37,9 %

de los españoles de 16–74 años usó IA generativa en los 3 meses previos (INE, 2025)

13–14 M

personas, en términos aproximados

39,9% / 35,9%

uso declarado en hombres y mujeres

El matiz decisivo

“Haber utilizado” IA abarca desde probar un chatbot una sola vez hasta integrarlo en el trabajo diario. La cifra de adopción no mide la profundidad del uso —ni su efecto sobre el criterio de quien lo usa.

PARTE

VI

Formar y probar el criterio

- 18 · Formar criterio en la aceleración
- 19 · El criterio puesto a prueba
- Epílogo · La última responsabilidad

18 · Formar criterio en una civilización acelerada

“

La pausa se convertirá en una forma de resistencia.

- Educar ya no es llenar de respuestas, sino enseñar a desconfiar de las demasiado fáciles.
- Sin memoria propia no hay pensamiento profundo: buscar no sustituye a saber.
- El valor se desplaza de recordar respuestas a formular buenas preguntas.

19 · El criterio puesto a prueba

> *Una teoría del criterio sólo se demuestra cuando alguien decide qué creer frente a una pantalla.*

- Cambio de método: del concepto al caso concreto.
- ¿Qué hace alguien con criterio ante información incompleta o diseñada para provocar?
- El objetivo no es dictar opinión, sino mostrar el juicio en acción.

Cómo se lee lo que vemos en la pantalla del móvil

El criterio en acción cuando la información llega incompleta, cargada o diseñada para provocar.

1

Pausar

Resistir la reacción inmediata que el formato busca provocar.

2

Rastrear la fuente

Preguntar de dónde viene y qué interés la mueve.

3

Nombrar la emoción

Advertir qué siente uno: la emoción es la palanca del engaño.

4

Buscar el contraste

Cotejar con una fuente independiente antes de creer o difundir.

No se trata de dictar la opinión correcta, sino de aplicar el juicio con cautela.

Epílogo

La última responsabilidad sigue siendo humana.

Vivimos dentro de arquitecturas que seleccionan lo que vemos, premian ciertas reacciones y aceleran la opinión. **Ninguna tecnología nos ahorrará la pregunta más antigua: cómo debemos vivir —y qué merece ser creído.**

Frases-clave

… que orientan el ensayo

> *Una civilización cae cuando pierde la capacidad de corregirse.*

> *El peligro no es equivocarse de mapa, sino olvidar que se mira un mapa.*

> *El flujo no nos prohíbe pensar: nos entrena para no detenernos.*

> *Hoy el problema es creer demasiado deprisa que ya sabemos.*

> *Una sociedad abierta no promete no equivocarse; promete poder corregirse.*

> *La última responsabilidad sigue siendo humana.*

Ideas clave

1

Criterio = corregirse

Lo decisivo no es no errar, sino conservar la capacidad de rectificar.

2

Desconfía de la primera respuesta

Sobre todo cuando es cómoda, veloz o propia.

3

Cuida los filtros colectivos

Las instituciones que hacen visible el error son un bien frágil.

4

La pausa es resistencia

Frente al flujo, detenerse para juzgar es un acto deliberado.

5

Usa la IA sin delegar el juicio

Que la respuesta no llegue antes de que madure tu pregunta.

6

El criterio se ejerce en casos

No basta reconocer las ideas: hay que reconocerse en ellas.

Gracias por acompañarme

El criterio no se hereda: se forma, se ejerce y se defiende.

El criterio perdido

APÉNDICE

Autores de referencia

Fichas breves— una por autor.

José Ortega y Gasset (1883–1955)

Filósofo español

> *En la sociedad de masas, el hombre medio no siente la necesidad de contrastar lo que cree.*

- Obra clave: La rebelión de las masas (1930); Meditaciones del Quijote.
- El “hombre-masa” y el “derecho a la vulgaridad”: la autosuficiencia del que no se cuestiona.
- Relevancia: punto de partida del ensayo; el criterio frente a la comodidad de la masa.

Gustave Le Bon (1841–1931)

Psicólogo social francés

> *En la multitud, el individuo pierde parte de su juicio y gana sugestibilidad.*

- Obra clave: Psicología de las masas (1895).
- La masa es emocional, contagiosa y crédula: piensa distinto que el individuo.
- Relevancia: antecedente de la viralidad y la polarización en las redes.

Solomon Asch (1907–1996)

Psicólogo social

> *La presión del grupo puede hacernos negar lo que vemos con nuestros propios ojos.*

- Obra clave: experimentos de conformidad (1951).
- Muchas personas ceden ante la mayoría aunque ésta se equivoque de forma evidente.
- Relevancia: cómo el consenso aparente distorsiona el criterio individual.

Erich Fromm (1900–1980)

Psicólogo social y psicoanalista

> *La libertad angustia; por eso a veces buscamos quién decida por nosotros.*

- Obra clave: El miedo a la libertad (1941).
- Conformismo de autómata y huida hacia la autoridad como escape de la incertidumbre.
- Relevancia: por qué se delega el juicio en líderes, grupos o algoritmos.

Daniel Kahneman (1934–2024)

Psicólogo · Nobel de Economía 2002

> *Pensamos con dos sistemas: uno rápido e intuitivo, otro lento y deliberado.*

- Obra clave: Pensar rápido, pensar despacio (2011).
- Los sesgos cognitivos son sistemáticos, no accidentales (con A. Tversky).
- Relevancia: la mente que “cree demasiado pronto”.

Herbert Simon (1916–2001)

Economista y científico cognitivo · Nobel 1978

> *Somos racionales dentro de límites: decidimos con lo que tenemos, no con todo.*

- Obra clave: El comportamiento administrativo (1947).
- Racionalidad limitada y “satisficing”: buscamos lo suficientemente bueno.
- Relevancia: juzgar bien bajo restricciones de tiempo e información.

Karl Popper (1902–1994)

Filósofo de la ciencia

> *Una idea es científica si puede refutarse; una sociedad, abierta si puede corregirse.*

- Obra clave: La sociedad abierta y sus enemigos (1945).
- Falsacionismo y racionalismo crítico: el error como motor del conocimiento.
- Relevancia: el criterio como disposición a poner a prueba lo que se cree.

Hannah Arendt (1906–1975)

Teórica política

> *Sin una realidad común compartida, la deliberación se vuelve imposible.*

- Obra clave: Los orígenes del totalitarismo (1951); Eichmann en Jerusalén (1963).
- Propaganda, banalidad del mal y la importancia de pensar y juzgar.
- Relevancia: qué pierde una sociedad cuando se queda sin hechos comunes.

Paul Watzlawick (1921–2007)

Teórico de la comunicación · Escuela de Palo Alto

> *No se puede no comunicar; y la realidad, en parte, se construye al comunicarla.*

- Obra clave: Teoría de la comunicación humana (1967); ¿Es real la realidad? (1976).
- Axiomas de la comunicación y constructivismo: los marcos crean “realidades”.
- Relevancia: cómo el encuadre y el lenguaje moldean lo que damos por cierto.

Yuval Noah Harari (n. 1976)

Historiador

> *Una red de información conecta antes de verificar: puede transportar verdad o ficción.*

- Obra clave: Sapiens (2011); Nexus (2024).
- El poder depende cada vez más de la arquitectura de las redes de información.
- Relevancia: qué ocurre con el criterio cuando la red organiza lo que pensamos.

Byung-Chul Han (n. 1959)

Filósofo coreano-alemán

> *El enjambre digital sustituye la reflexión pausada por la reacción inmediata.*

- Obra clave: La sociedad del cansancio (2010); En el enjambre (2013).
- Transparencia, autoexplotación y pérdida de la distancia contemplativa.
- Relevancia: por qué el flujo digital erosiona la atención y el juicio.

Antoni Gutiérrez-Rubí (n. 1960)

Asesor de comunicación y consultor político

> *En la sociedad-red, el relato y los algoritmos disputan la atención y la opinión.*

- Obra clave: Tecnopolítica (2014); Polarización, soledad y algoritmos.
- Micropolítica y tecnopolítica: la comunicación política en la era digital.
- Relevancia: cómo se fabrica y orienta la opinión en el ecosistema actual.

Alán Barroso

Politólogo y divulgador español

> *La atención se ha convertido en el petróleo del siglo XXI.*

- Obra: Patria digna (ensayo); pódcast Clave Barroso.
- Economía de la atención, datos y diseño adictivo de las plataformas.
- Relevancia: quién captura la atención y qué obtiene a cambio.