

La intencionalidad, las fake news como actos comunicativos y los efectos en Economía

Alba García Bouza

Resumen

En el entorno digital actual de la Sociedad del Conocimiento, las fake news representan un desafío para la integridad de la información y la toma de decisiones económicas. Esta ponencia analiza la interrelación entre la intencionalidad, las fake news como actos comunicativos y los efectos en el ámbito de la Economía. Primero se caracteriza la intencionalidad desde la idea de actividad y su diferencia con la intención, con la actividad económica como ejemplo ilustrativo. Después, las fake news se analizan desde la intencionalidad en la comunicación, viendo cómo afectan al campo económico. Posteriormente, la Economía Experimental de Alvin Roth se presenta desde la intencionalidad y como vía para el fact-checking ante las noticias falsas (en su doble modalidad). Planteado desde la Teoría de la Acción, (i) la intencionalidad de la mala información (misinformation) es distinta de la desinformación (disinformation); (ii) las noticias falsas (fake news) pueden ser actos locucionarios, ilocucionarios y perlocucionarios; y (iii) las decisiones basadas en misinformation son distintas de las tomadas sobre la base de disinformation, tanto en términos prácticos como desde el punto de vista de valores éticos. La Economía Experimental permite apreciar cuestiones de intencionalidad en la toma de decisiones de agentes económicos, contribuye a descartar actos comunicativos falsos y muestra los efectos en los comportamientos económicos, contrastables empíricamente. El enfoque de Alvin Roth en el diseño de mercados eficientes y equitativos es relevante para comprender cómo la intencionalidad de los participantes puede influir en los resultados económicos.