

Máquinas de mentir

“Noticias falsas” y “posverdad”

DOI: XXXXXX

► FABIÁN BERGERO

beter3@gmail.com - Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina.

Fecha de recepción: 15 de marzo de 2019

Fecha de aceptación: 4 de abril de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0108-7817>

NOTICIAS EN DOS MUNDOS

Son tiempos singulares para el periodismo. Seguramente cada época de sus cuatro siglos de vida también lo fueron, pero la actual encierra desafíos excepcionales para la profesión. ¿Qué caracteriza esta etapa? En principio, que el relato de los hechos de actualidad ya no es patrimonio exclusivo de los grandes medios. Tampoco la circulación de noticias, que ha pasado a manos de las poderosas plataformas digitales como Google y las redes sociales. En el medio, las audiencias disputan retazos de agenda pública a través de su participación en esas redes. Lo hacen a partir de hechos que conocen de modo incidental (Boczkowski & Mitchelstein, 2016) en sus muros, previamente filtrados por impenetrables y sesgados algoritmos y por sistemas de segmentación de audiencias (World Wide Web Foundation, abril de 2018). La información falsa y las campañas de desinformación circulan y se expanden en las redes, plataformas y medios, así generan gran confusión en una ciudadanía que quiere construir un relato colectivo lo más veraz posible de la actualidad (Gomis, 2001). Los medios y los periodistas ya no pueden controlar ese caudal de información. La crisis alcanzó y desbordó a las grandes cabeceras. En medio del desconcierto, las plataformas avanzan sin control ni regulación.



Mazzone, D. (2018). *Máquinas de mentir. “Noticias falsas” y “posverdad”*. Buenos Aires: Crujía Futuribles.

ENERO - JUNIO 2019

227

INMEDIACIONES

En ese terreno inestable es donde decide meterse Daniel Mazzone, catedrático e investigador en el campo del periodismo digital, con su libro *Máquinas de mentir*. “Noticias falsas” y “posverdad”. Lo hace con la idea de diseccionar el modo en que esos hechos inventados se convierten en noticias para algunos medios y plataformas, y cómo esto repercute en la sociedad abierta.

Mazzone se aventura en este escenario con un par de hipótesis claras. La primera es que se ha agotado el *contrato de comunicación* que la sociedad mantenía con los medios tradicionales. Ese pacto de fidelidad que permaneció casi inalterado en el seno del *ecosistema industrial de medios* es el que establecía que editores y propietarios de medios se hacían responsables de la información que circulaba. La actual era digital, el tiempo de la simultaneidad y de las plataformas imponen nuevos acuerdos que se superponen con los anteriores, pero no terminan de cuajar una nueva relación que haga responsable a las redes de la calidad y la veracidad de las informaciones. La otra hipótesis sostiene que las plataformas digitales, como Facebook, han ocupado el lugar de la distribución y de la circulación de noticias aun cuando no han sido legitimadas para construir la verdad social.

El libro se organiza en tres partes. En la primera, el autor analiza los modos de construir verdad en las sociedades industriales, la relación con los medios y el compromiso del periodismo de respetar los pactos de comunicación. Allí describe cómo el advenimiento del nuevo ecosistema digital planteó nuevas lógicas en cuanto a cantidad, velocidad de circulación y dispersión de las agendas. Y, sobre todo, refiere a la imposibilidad de que alguien se responsabilice por la cantidad de información que circula.

La segunda parte complejiza el panorama: coloca en una línea de tiempo la relación entre medios y la elaboración/construcción social de la verdad, en un contexto de grandes cambios producidos en la era industrial (entre ellos, la conformación del ciudadano como actor político). En esa cronología, incorpora la aparición de los medios digitales, el desplazamiento del diario como medio hegemónico y el agotamiento de las condiciones que regían el contrato industrial. Asimismo, plantea las dificultades que existen para la reconstitución de nuevos pactos comunicativos en el actual contexto de crisis de circulación de textos.

En la tercera parte del libro, Mazzone tensiona los dos modelos vigentes y los conflictos entre la sociedad, los medios y las plataformas. Es el lugar donde el autor enumera los esfuerzos que se vienen realizando para atacar la crisis de circulación de textos falsos: las plataformas de *fact-checking* y los insuficientes y poco creíbles compromisos de las redes por evitarlos. Expone sus propuestas para enfrentar este escenario de caos, poniendo un singular peso en el periodismo, pero también en la responsabilidad de las plataformas, el debate y la regulación –en ese orden–, y el compromiso de la sociedad para sumar más presión en el reclamo de un compromiso efectivo de las plataformas.

LA CONFRONTACIÓN DE MODELOS

La obra de Mazzone propone una mirada relacional de los medios de la era industrial, las plataformas de la era digital y la sociedad abierta que transita ambos universos de producción y circulación informativa. Un encuentro al que describe como un choque de placas tectónicas, que ocasiona consecuencias “multidimensionales”.

Esa descripción de los modos complejos de relación (los *contratos de comunicación*) y su evolución en el tiempo permiten poner en perspectiva ese proceso en los últimos cuatro siglos. El modo en que la fidelidad a las cabece- ras impresas fue mutando hacia un nuevo vínculo –caso de infidelidad– con medios, redes y plataformas, describe un ecosistema en el que conviven viejos tratos y nuevos acuerdos aun líquidos. Se trata de un aspecto que desvela a los medios en la web, y que va atado al modelo de negocio.

Resulta valiosa la descripción de conflictos que ponen en evidencia la falta de control de las plataformas para desinformar, generar contra-campañas o evidenciar las vulnerabilidades de las redes: el caso de las cuentas falsas rusas en Facebook o los anuncios de grandes empresas multinacionales en videos extremistas nacionalistas. O, en la otra vereda, ejemplos de cómo las audiencias, a su modo, se revelan (contra Spotify, Posbroadcasting o Pepsi) frente a los programadores de las redes, ejerciendo sistemas de autocontrol allí donde reina el descontrol. Incluso la adenda que analiza el *affaire* de Cambridge Analytica, que viene a reforzar el posicionamiento del autor.

El despiece meticuloso de estas tensiones, disputas y acuerdos en un contexto en el que “todo está desbordado y reorganizándose” (p. 158) se entrelaza con propuestas claras que tienden a una reprogramación de las redes, en términos de Castells (2009), y de las relaciones entre éstas y la sociedad. En ese camino no deja de objetar la tolerancia de la sociedad hacia las grandes plataformas, que piden disculpas cada vez que protagonizan descomunales transferencias de información de los y las usuarios hacia actores públicos o privados que lucran directa o indirectamente con esos datos.

Otro aporte singular del libro *Máquinas de mentir* radica en denunciar el impacto del *microtargeting* en esta crisis. El autor lo describe como una herramienta “quirúrgica” que permite llegar a la audiencia exacta de cada producto a la venta o de cada campaña de información/desinformación planificada. Como bien señala Mazzone, es el corazón del negocio de las plataformas, y su lógica de funcionamiento es un tesoro bajo siete llaves. Ponerlo en evidencia y someterlo a discusión es un esfuerzo valorable.

La multidimensionalidad que el autor le da al tema de la desinformación y la difusión de hechos falsos permite disparar miradas desde y hacia diferentes aspectos del asunto. La crisis de las grandes cabeceras y la búsqueda continua de un nuevo modelo de negocios en el entorno digital. Las decisiones editoriales

de esos medios para captar la atención de las audiencias, que no siempre van en el sentido de construir un nuevo pacto comunicativo, sino más bien de sumar más *clicks* (Mitchelstein & Boczkowski, 2018). Atado a ello, la calidad informativa y el ejercicio ético de la profesión y el rol de periodistas en sus redes sociales, como referentes informativos, y las condiciones que los medios les imponen en el manejo de sus cuentas (Rost & Bergero, 2011), entre otros aspectos. El libro también abre el debate sobre las redes sociales: el impacto de los algoritmos en la selección de la dieta informativa personalizada, los modos de distribución y el uso de la información privada, en un contexto de falta de regulación y de *limbo normativo*, en términos de Labate y Kolyvakis (2017).

Quizás la enorme confianza del autor en el periodismo como primera trincherera en la batalla contra la falsedad informativa requiera de una discusión más amplia. En principio, porque la competencia entre medios digitales por la primicia termina por componer una agenda de temas y tratamientos informativos homogéneos, en una pelea que acaba por horadar la calidad y la profundidad a las noticias¹. Por otro lado, porque en algunos países la credibilidad de los medios y de los profesionales del periodismo está siendo cuestionada por su parcialidad y su compromiso con intereses que nada tienen que ver con el ejercicio del oficio.

Máquinas de mentir es un hipertexto valioso y necesario para comenzar la conversación sobre cómo recuperar el control en medio de esta monumental crisis de circulación de textos informativos.

REFERENCIAS

- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2018). La tiranía del click. *Anfibia*. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-tirania-del-click/>
- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2016). Noticias, jóvenes y consumo. El medio ya no es medio ni mensaje. *Anfibia*. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Gomis, L. (2001). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Labate, C. & Kolyvakis, P. (2010). Neutralidad de la red en Argentina: entre la indefinición del concepto y la falta de política regulatoria. En C. Arrueta & C. Labate (editores), *La comunicación digital, Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios* (67-88). Buenos Aires: Fadeccos.

¹ Se recomienda la lectura de la entrevista de Ivan Shuliaquer (2014) a Pablo Boczkowski en el libro *El Poder de los Medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*.

Rost, A. & Bergero, F. (2011). *Manuales de conducta para uso de las redes sociales: ¿Mordazas para el periodismo libre?* Recuperado de: https://www.academia.edu/1535025/_Manuales_de_conducta_para_uso_de_las_redes_sociales_Mordazas_para_el_periodismo_libre_

Shuliaquer, I. (2014). *El Poder de los Medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

World Wide Web Foundation (abril de 2018). *La Mano Invisible: El news feed de Facebook y nuestra dieta informativa*. Recuperado de: http://webfoundation.org/docs/2018/04/WF_ICC_Spanish_Screen_V2.pdf

*Contribución: 100% del trabajo pertenece al autor.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Fabián Bergero. Máster en Periodismo y Medios de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Director de la carrera de Comunicación Social (DepCom) de la Universidad Nacional del Comahue (UNComa), Argentina. Profesor de las áreas docente en Periodismo Impreso y Digital y Gestión y Producción, Licenciatura en Comunicación Social, UNComa. Es integrante del equipo de investigación sobre "Rutinas, Nuevas narrativas e Interactividad en los medios digitales regionales y nacionales" (D-108), UNComa. Periodista y editor independiente, entre 1986 y 2010. Secretario de Redacción de la revista *En(Clave) Comahue*, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, UNComa. Entre sus publicaciones puede mencionarse: *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia* (en coautoría con Rost y Bernardi; 2017) y *Periodismo en tiempo de convergencias* (en coautoría con Rost; 2012). Participó del capítulo argentino de *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (coordinado por Salaverria; 2016) y del capítulo de Periodismo Transmedia como Estrategia publicado en el libro *Periodismo Ubicuo* (Colussi et al., 2018).

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Bergero, F. (enero-junio, 2019). Máquinas de mentir. "Noticias falsas" y "posverdad". *InMediaciones de la Comunicación*, 14(1), 227-231