



Pensar la verdad en tiempos de *fake news*. Diálogos entre microhistoria y estudios comunicacionales para repensar la problemática de la verdad en el periodismo digital

Sergio G. Grabosky

Question/Cuestión, Nro.70, Vol.3, diciembre 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e618>

**Pensar la verdad en tiempos de *fake news*.**

**Diálogos entre microhistoria y estudios comunicacionales para repensar la problemática de la verdad en el periodismo digital**

**Thinking the truth in times of fake news**

**Dialogues between history and communicational studies to re – think the problematic of the truth in digital journalism**

**Sergio G. Grabosky**

Universidad Nacional de Salta.

Argentina

[sergrabs@gmail.com](mailto:sergrabs@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-4119-9012>

## Resumen

El presente trabajo forma parte de la investigación sobre periodismo digital en Salta, Argentina, que se realiza en el marco del proyecto N°2681/0 Nuevos formatos discursivos:

periodismo digital y narrativas transmedia que dirijo y que cuenta con el subsidio del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta, Argentina.

A partir de conceptos teórico-metodológicos de la Microhistoria puestos en relación con los estudios comunicacionales repensamos la relación de los discursos de ambas prácticas de investigación- histórica y periodística-, con la búsqueda de la verdad, que se manifiesta en la función comunicativa: informar - ser veraz. Volver sobre las metodologías históricas y periodísticas que buscan sistematizar formas de tratamiento de la información acordes a esta función comunicativa, tales como la consulta de documentos o testimonios, fuentes de información y la adopción de una forma de construcción del relato histórico y periodístico diferente al relato de ficción.

El contexto de producción de este estudio es el del periodismo digital global desde una mirada local, situada en la ciudad de Salta Capital, Argentina. También, el contexto de extrema desinformación, proliferación de fakenews y la consiguiente crisis de confianza ciudadana en torno a la prensa. En ese contexto es que se instala la pregunta, que no será retórica: ¿Acaso la verdad vale la pena?

**Palabras Claves:** periodismo digital; noticias falsa; infoxicación; discurso periodístico; periodismo y verdad.

#### **Abstract**

This work is part of a research work on digital journalism in Salta, Argentina, carried out within Project N ° 2681/0 New discursive formats: digital journalism and transmedia narratives under my direction, with the subsidy granted by the Research Council of the National University of Salta, Argentina.

Starting from the theoretical-methodological concepts of Microhistory placed in relation to communicational studies, we rethink the relationship between the discourse of both research practices - historical and journalistic - with the search for truth, which is evident in the communicative function: to inform - be truthful. We go back to the historical and journalistic methodologies that seek to systematize forms of information processing according to this

communicative function, such as consulting documents or testimonies, sources of information, and the adoption of a historical and journalistic construction form different from the fiction story.

The production context of this study is that of global digital journalism from a local perspective, located in the City of Salta, Argentina. We are in a situation of extreme misinformation, proliferation of fakenews and the consequent crisis of public confidence in the press. It is in this context that a question is raised, certainly, not a rhetorical one: By any chance is truth worth it?

**Key words:** Digital journalism; fake news; infoxication; journalistic discourse; journalism and truth

## Introducción

Algunos conceptos teórico-metodológicos de la Microhistoria puestos en relación con el campo de los estudios comunicacionales generan un diálogo potente entre el discurso histórico y el discurso periodístico. Estos conceptos vinculan las prácticas de investigación histórica y las prácticas de investigación periodística con la búsqueda de la verdad, que se manifiesta en la función comunicativa: informar - ser veraz. A su vez las metodologías históricas y periodísticas buscan sistematizar formas de tratamiento de la información que sean acordes a esta función comunicativa, tales como la consulta de documentos o testimonios, fuentes de información y la adopción de una forma de construcción del relato histórico y periodístico diferente al relato de ficción.

El contexto de producción de este estudio es el del periodismo digital global desde una mirada local, situada en la ciudad de Salta Capital, Argentina. La investigación se realiza en el marco del proyecto N° 2681/0 Nuevos formatos discursivos: periodismo digital y narrativas transmedia” que dirijo, en el Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta, Argentina.

## Producciones periodísticas en contextos de producción digital y de la socialidad contemporánea

La práctica periodística se ha visto modificada por el cambio en el ecosistema de medios contemporáneos, que posiciona a la profesión ante una profunda crisis laboral. Es que internet y las posibilidades de que todo usuario prosumidor sea comunicador a través de las redes sociales, ha destruido el modelo de negocios de la prensa gráfica, la televisión y la radio tradicionales. En ese escenario en una provincia del interior del país – Argentina- pervive la dependencia política del oficialismo de turno a través de la tan cuestionada pauta publicitaria y su uso discrecional que permite este tipo de vínculo negativo para la democracia y el derecho a la información independiente. Más aún, en una ciudad periférica de Latinoamérica como el caso que nos ocupa, el periodismo digital se consolidó en relación con esta dependencia de la pauta o a través de la innovación en la construcción del propio modelo de negocio empresarial, adaptado a la época digital. Esto afecta a los dos tipos de empresas de medios que conviven en el ecosistema: por una parte, los medios tradicionales que migraron a lo digital y que de esta manera se reciclaron a partir de su propia consolidación como medios. En la ciudad de Salta, nos referimos al Diario El Tribuno, (recuperado de <https://www.tribuno.com/salta>) que puede considerarse migrante digital y que cuenta con una larga trayectoria en el territorio, ligado al poder político de la familia Romero. Otro medio local migrante es el conocido como Diario Chiquito, el Nuevo Diario (recuperado de <https://www.nuevodiariosaltesa.com.ar/>) que también logró posicionarse como tradicional, aunque con una historia, estructura y alcance mucho menor a la de El Tribuno. Luego, los medios nativos crecen constantemente y abarcan microemprendimientos personales y de pequeños grupos de comunicadores y empresarios que apuestan por la libertad de internet para crear portales y/o plataformas informativas. El ecosistema es cambiante con estos nuevos portales y medios.

Un caso particular fue la llegada a Salta de Salta 12, (recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/secciones/salta12>) reconocido medio nacional que en los últimos años nació en Salta como nativo digital, cuando a nivel Nacional el Página/12 tiene origen en papel. También en la investigación pudimos considerar el medio nativo digital Que Pasa Salta (Sic) (recuperado de <https://www.quepasasaltesa.com.ar/>) que se caracteriza por sus llamativas estrategias de venta que siempre rozan con el sensacionalismo, el uso de titulares anzuelo y

una veloz producción de noticias, aspectos propios de total inmersión en la lógica de producción y consumo digital.

Es que la aparición de medios nativos está atada necesariamente a contextos de precariedad laboral, a empresas privadas de bajo presupuesto que surgen del emprendedurismo y por ende están fuertemente motivadas a poner en marcha un modelo de negocio innovador, que requiere la construcción de discursos acordes a la demanda. Discursos caracterizados por la brevedad, la instantaneidad, la velocidad e inmediatez, la espectacularidad, la simplicidad estructural y el predominio visual. Por eso, la producción periodística, al adaptarse a los requerimientos de esta nueva realidad comunicacional muchas veces se bastardea así misma traicionando el compromiso con la construcción de un discurso veraz y metódico, al necesitar apelar a estrategias de comercialización basadas en las titulaciones espectaculares e hiperbólicas, las noticias anzuelo y la mera copia de producciones viralizadas.

Como ejemplo de estas afirmaciones en Qué Pasa Salta podemos encontrar titulares como el que sigue: "Escracharían con nombre y apellido a los que hagan clandestinas en Salta" (Disponible en <https://www.quepasasalta.com.ar/salta/fiesta-clandestina-cuanto-se-paga-de-multa-en-salta/>) titular acompañado por una foto que utiliza el estereotipo de la mujer objeto enfocada desde atrás.

También la página de este medio digital incluye enlaces de Taboola como generador de contenidos noticiosos publicitarios que acercan al lector una serie de "noticias" pagas, noticias trampa y hasta "fake news". Por ejemplo, del 16 de junio de este año tomamos la siguiente publicación: "Salteña se disfrazó de médica y filmó una película nopor: 'Hice una escena de doctora'" (Disponible en <https://www.quepasasalta.com.ar/nota/259195-saltena-se-disfrazo-de-medica-y-filmo-una-pelicula-nopor-hice-una-escena-de-doctora/>)

Estas noticias espectaculares se caracterizan por la simplicidad estructural, brevedad – con párrafos de hasta una sola oración-, y una clara banalización del tema y su tratamiento. Esto es posible también por el tipo de lector contemporáneo, un lector con múltiples opciones, que accede a textos a través de dispositivos variados y en usos diversos. Desde el punto de

vista de los lectores, este tipo de publicaciones tiene como lector destinatario a alguien que lee en intersticios de ocio, al decir de Igarza Roberto:

Microguiones, microestructuras, microcontenidos. La duración de los intercambios simbólicos se reduce. La duración de los contenidos disminuye. El ocio se consume en pequeñas píldoras de fruición, brevedades que pueden disfrutarse en los microespacios que dejan las actividades laborales o en los fragmentos de dedicación ociosa que el usuario se adjudica durante los desplazamientos o en su tiempo libre en el hogar. (2009: P. 43)

También es un lector infocado, en su búsqueda de recreación rápida, de ese snack, diría Carlos Scolari (2020):

Las microespecies textuales (...) en el ecosistema mediático asumen variadas funciones. (...) La función disruptiva (todos los spots, algunos banners, las notificaciones del móvil) se da porque rompen un flujo textual mayor y distraen al consumidor. Thomas Friedman la llama "enfermedad de la modernidad" Pasamos de la Era de la Información a la Era de la Interrupción. Los formatos breves molestan por su cantidad (un enjambre textual infocativo rodea al sujeto, no lo deja respirar y lo agujonea hasta hacer colapsar su sistema cognitivo o perceptivo) o simplemente por interrupción del proceso en curso (el microtexto como mosca en la sopa). La función de completamiento (Mobisodios, webisodios, entremeses, "contenidos intersticiales") que completan las elipsis de un macrotexto (...) rellenan las fisuras que las masas macrotextuales no alcanzan a completar" (...) (2020: Pp. 169-171)

Lo que aquí plantea Scolari es observable en el caso de la publicación analizada de Que Pasa Salta. Es una noticia que produce ocio, que saca de la realidad social, que aparece descontextualizada y que se consume en un intersticio, en un momento del navegar, del buscar en dónde hacer click. Este tipo de publicaciones también va acompañado por la fuerte interacción con los usuarios que generan a través de las redes sociales, esas que los medios periodísticos utilizan para lograr la participación de un lector que practica prosumo. Es

fundamental para la lógica de los medios digitales encontrar todo tipo de comentarios caracterizados por su estilo popular, agresivo y polarizado. Esta sería otra característica de este contexto comunicacional digital donde el periodismo, su práctica, sus estándares se ve cuestionado y modificado profundamente por el alto grado de disrupciones discursivas, presencia de noticias que no responden a los cánones clásicos de una noticia en su formato, estructura y tratamiento de la información.

Hasta aquí hemos considerado el problema laboral del periodismo digital, la transformación de los modelos de negocio y la necesidad de viabilidad económica de cada plataforma, portal de noticias o periódico digital. También hemos afirmado que esto se vincula con decisiones acerca de la inclusión de determinadas producciones periodísticas caracterizadas por su función de “enganche”, de “anzuelo” para llegar a lectores. Entre los medios nombrados como parte de los analizados en la investigación, se distingue el Página /12 que sostiene un estilo de periodismo elaborado, con mayor despliegue informativo, con una producción más cuidada y extensa para el desarrollo temático. No es casual que se trate de una empresa nacional que llega a Salta con una sección específica, que conserva esa decisión estilística del medio nacional y que incluye un ritmo de producción, una forma de publicar, una manera de vincularse también con un público definido y diferenciado por esta búsqueda de otro periodismo. Es esperable esta forma de presencia local manteniendo características de la marca – empresa.

Pero en el actual contexto comunicacional el periodismo está rodeado de problemáticas que confluyen en el riesgo de la libertad de expresión, en el debilitamiento de este pilar de la democracia. Así lo analiza también Rodríguez Cachera (2021) vicepresidenta de Reporteros Sin Fronteras España:

La desinformación, que ha alcanzado dimensiones insospechadas, se ha transformado en un arma de doble filo, pues no sólo torna sospechoso al periodismo serio a ojos del lector, sino que es utilizada maliciosamente por los regímenes autoritarios para perseguir la información veraz, so pretexto de que no lo es (P79)

Así surge la necesidad de repensar aquello que define el periodismo como práctica, la relación con la información certera, con las formas de tratamiento de los sucesos de interés

público, la consulta de fuentes, el compromiso con los datos auténticos, el chequeo previo a la publicación, que deberían seguir siendo prácticas de cualquier comunicación que pretenda tener el rótulo de periodística.

El análisis de Rodríguez Cachera relaciona directamente la infoxicación y las fake news con las causales que debilitan el libre ejercicio del periodismo y el derecho ciudadano a la información. También el aumento de la polarización política es proporcional al aumento del grado de violencia social que repercute en contra del periodismo y del periodista. Dice la autora:

La creciente expansión y agresividad de regímenes y líderes autoritarios; la extrema polarización de la política y su impacto en los medios de comunicación; la crisis de confianza de los ciudadanos en la prensa y los periodistas, merced a un auge sin precedentes de la desinformación y las fake news; la precariedad laboral y la concentración extrema de los medios, y la extensión de los sistemas tecnológicos de vigilancia y control son las principales amenazas que colocan a la libertad de prensa en una situación crítica a nivel mundial y que exigen respuestas tan urgentes como contundentes (Rodríguez Cachera, R. 2021. P78)

En coincidencia con la importancia que cobra pensar en el problema de la desinformación y las fake news, es que en este trabajo se produce una apelación al análisis del discurso periodístico en relación con una práctica que busca informar. El discurso como representación de la realidad permite superar un planteo inmanente, como lenguaje metalingüístico y considerar el vínculo del lenguaje con las prácticas en las que es producido. Para poder contrarrestar los efectos de la infoxicación detallada anteriormente, es posible pensar el discurso en relación con la función informar con veracidad, recuperando formas metodológicas de construir ese tipo específico de discurso.

En este trabajo se asume el riesgo de decir lo que se no se puede decir, de ir en contra de las condiciones actuales de producción imperantes en el campo comunicacional, al volver a un planteo que piensa el discurso periodístico desde esta vinculación específica con la veracidad y el compromiso con la información ciudadana. Se acepta el riesgo, con los aportes de este pensador polifacético que interroga su propio quehacer historiográfico con esta misma

intención, de resignificar el discurso histórico que, al igual que el de la prensa, se aleja inevitablemente de ese juego post post estructuralista de aceptar que todo es sólo discurso y todo decible en la era de la post verdad.

### **Aportes teórico- metodológicos de la investigación histórica a los estudios comunicacionales**

La Historia como discurso se construye en torno a la problemática y búsqueda de la verdad. Frente a los sucesos que se vuelven Historia aparece la pregunta sobre los documentos que permiten reconstruirla y sobre los testimonios. También aparecen los planteos sobre el relato de la Historia, esa construcción discursiva que se compromete a ser veraz, no sólo verosímil. Desde este punto de vista la Historia se diferencia de la ficción literaria que puede ser verosímil, pero que no responde a los principios de la veracidad. En cambio, se acerca por este mismo principio, al periodismo. Tanto el discurso histórico como el periodístico se relacionan entre sí, por este necesario vínculo con la veracidad como con la función referencial que predominaría en su forma de relatar los acontecimientos de la realidad. Al igual que el ejercicio de la historia, el periodismo es una práctica que implica compromiso en el manejo de fuentes de información, datos y documentación, de modo tal que permita decir que se está en el campo de los discursos veraces. Y en las prácticas del historiador y del periodista el método, la forma de tratar los hechos históricos o noticiosos será fundamental para garantizar esta veracidad en la producción.

En este trabajo, proponemos como marco de reflexión una lectura comunicacional del libro de Ginzburg Carlo (2021), obra que impacta al lector especializado por su amplio campo de referencia. También por el estilo de comunicar conocimiento humanístico y de integrar lecturas realizadas en recorridos y construcciones donde “no desaparecen los andamios”, es decir, donde perduran las decisiones metodológicas de construcción intelectual. Imitando al autor en el gesto de integrar producciones de campos diversos propongo poner en diálogo el discurso histórico con el comunicacional para repensar la metodología de ambos campos y prácticas.

En el capítulo 1 “Esquemas, preconceptos y experimentos doble ciego. Reflexiones de un historiador” (Pp.25-53) se parte del análisis de una página de Arte e Ilusión de Ernest Gombrich, del capítulo “Verdad y fórmula estereotipada” que reproduce una litografía inglesa de 1836, que representa la fachada de la catedral de Notre Dame de Chartres. A la derecha una fotografía del siglo XX de la misma fachada. La diferencia entre la litografía y la fotografía es la que lleva al análisis a Ginzburg, ya que la litografía representa las ventanas góticas, donde la foto posterior mostrará ventanas de estilo románico.

Toma como referencia, además de las reproducciones, el análisis de Gombrich, quien señala que el litógrafo inglés, aunque buscaba entregar una representación topográficamente exacta del edificio, había distorsionado la realidad. El análisis de Carlo Ginzburg produce una generalización de las implicancias sobre la litografía, extendiendo el planteo a toda representación de la realidad, ya sean testimonios verbales o visuales. El concepto de condiciones de producción permite explicar que el litógrafo inglés realiza esa representación de la catedral desde el romanticismo que lo envuelve y lo condiciona para representar lo gótico. La litografía es una representación distorsionada de una realidad más allá de la misma litografía, en este caso, la catedral de Chartres.

El capítulo 1 del libro de Ginzburg, aporta pautas metodológicas de la historia. En realidad, a lo largo de todo el libro se repiensen las categorías y la metodología que se ponen en juego para la microhistoria. Interesa considerar en este caso, el tema del testimonio como construcción discursiva. Esto significa que considera la producción histórica y por ende las condiciones de producción del testimonio, pero además propone el concepto de serie para poder analizar dicho testimonio (en el caso que él analiza sería la serie de litografías decimonónicas). Este paso metodológico permite entender la relación entre este testimonio y su dimensión referencial, la realidad que representa.

Si todo testimonio histórico está atravesado por condiciones de producción que alteran la representación no sería posible diferenciar testimonios verdaderos de falsos. No sería posible sostener el principio de realidad y se caería en un relativismo que abandona cualquier criterio de verdad o en un relativismo riguroso, basado en sostener que la conciencia es un producto social, que es la postura de Mitchell, al decir de Ginzburg (Op. Cit. P.28).

No puede dejar de señalarse que el planteo de Ginzburg también está inmerso en condiciones de producción en donde la posverdad que se manifiesta a diario en la comunicación digital lleva a sorprendernos sobre un planteo acerca de lo verdadero. En un tiempo en el que la democratización de la comunicación permite que cualquiera diga y afirme cualquier cosa, más que nunca resulta importante volver a distinguir procesos de investigación en el campo histórico, o periodístico que lleven a establecer criterios de verdad, o al menos de veracidad en campos científicos e informativos. ¿Cuál es el procesamiento de la información, de chequeo de las fuentes, de trabajo de confirmación de la veracidad de la noticia o el suceso histórico que se comunique? En tiempos de hiper velocidad de lo digital, que produce la viralización, la réplica y la difusión multiplataforma estas preguntas no se realizan y sin embargo son imprescindibles para encontrar criterios de búsqueda y de lectura crítica en el marco de la información digital.

Ginzburg cita a Gombrich atribuyéndole la idea de que la coincidencia entre la representación y la realidad es un proceso gradual. Hay un esquema inicial que hay que adaptar a la función: servir como retrato. El artista que desea consignar con fidelidad una forma individual no parte de su impresión visual, sino de su idea o concepto.

La idea de gradualidad en los procesos de representación permitiría generalizar el planteo acerca de las funciones comunicacionales de los discursos. Así, por ejemplo, ante una fake news cabe preguntarse cuál es la función de la misma. Indudablemente, lejos está de la función servir como retrato de la realidad, o de la función decir la verdad. Una noticia falsa no tiene ningún compromiso con la verdad sino que su función será otra: conseguir lectores para un medio digital, en un modelo de negocios, producir un efecto en la toma de decisiones, confundir a los lectores como forma de modificar eventos sociales. Serán estas funciones las que determinen su construcción como discurso noticioso, su difusión y su consumo.

Para esta interrelación de conceptos apelaré a otras categorías que analiza Ginzburg en el capítulo 4 “El caso y la casualidad. A propósito de Nondimanco” (Op. Cit.Pp.115- 131). Casi como un juego de palabras, la casualidad como parte de la investigación y la categoría de caso se ponen en relación. Quizás su declarada pertenencia al pueblo judío lo lleve a mencionar su juego cabalístico y a valorar la casualidad como parte del método. Afirma: “Del choque entre la ideología (en donde tienen las raíces las suposiciones) y la casualidad

(sistematizadas por la erudición) emerge la instancia suprema de la investigación: la revisión filológica” (Op.Cint.Pp.118-119)

Así, contaré que por casualidad, compré el libro de Ginzburg el mismo día y en el mismo acto en el que accedí al texto de Maradeo Julian (2021) Fake News, quien en el primer capítulo de este reciente libro relata el origen, viralización y desmentida de una noticia falsa, generada por la foto de Juan Quiles, la de una mujer en bici con su beba en brazos y con una campera y mochila de PedidosYa, una empresa de delivery online. La foto de la mujer mirando a cámara fue subida el 3 de octubre de 2019 a su cuenta de Instagram de Estudio3 y en u muro personal de Facebook con la inscripción: “Generando trabajo de calidad!!!” (Maradeo Julián, 2021.P.16) En su análisis Maradeo recurre al contexto, es decir, una publicación en medio de las elecciones presidenciales de 2019. También menciona índices de pobreza negativos del INDEC y del Observatorio de la Universidad Católica Argentina (UCA) como parte de ese contexto.

Esta foto que se viralizó afectó a la joven Nayrubi de León, venezolana, cuya imagen fuera captada por la foto. A la viralización, según el análisis que propone Maradeo Julián se sumó el uso comunicacional en sus redes sociales que hicieron algunos personajes del arco político de izquierda, sindicalistas y peronista kirchnerista, todos ellos diputados nacionales, al momento de la foto.

La versión de la joven implicada en el suceso mediático se logra por la intervención de Reverso, Proyecto contra la desinformación en medio del proceso electoral (disponible en [Home - Reverso \(reversoar.com\)](http://reversoar.com)). La joven en su testimonio hace hincapié en que no montó la bicicleta con su hija, quizás por miedo a perder el trabajo por una acción que pone en riesgo a la pequeña y que por ende no sería una acción permitida por la empresa. Maradeo analiza la asimetría entre la fake news y la desmentida. Afirma:

La desmentida no tuvo la potencia de la fake news inicial, a pesar de que los portales más importantes del país la difundieron.

Las Fake News pegan duro y justo ahí donde – más allá de la supuesta horizontalidad que implican las redes sociales- se encuentra la cosmovisión de cada uno y el íntimo deseo de confirmar nuestras

prenociones. 'Sesgo cognitivo', se llama. Tal vez por ello no sea casual que ninguno de los usuarios mencionados, con cientos de miles de seguidores, se haya tomado el trabajo de rectificar lo que había publicado. ¿Acaso la verdad vale la pena? (P19)

La respuesta a esta provocativa pregunta de Maradeo Julián justifica la apelación al discurso histórico y en particular a la propuesta de Grinzburg que aquí hemos puesto en diálogo con el campo comunicacional. El periodismo está en crisis a nivel global, en medio de la generalización de plataformas y de redes sociales, que permiten la producción indiscriminada de contenidos, a todos los usuarios prosumidores. En un mundo en el que Google es el principal editor y algoritmos computacionales permiten la circulación y viralización, o no, de mensajes, los lenguajes digitales se adaptan a esta realidad con nuevos formatos discursivos, aceptando las pautas de producción, circulación y consumo. Crisis que es integral al oficio/profesión periodística, en tanto una de las consecuencias de la digitalización e internet fue la crisis económica de los negocios de la prensa, gráfica impresa, en particular. Como afirma Maradeo las redes trajeron al mismo tiempo que la virtud de la horizontalidad, la imposición de los sesgos cognitivos de cada prosumidor, que solo busca confirmar sus prenociones. Eso que Grinzburg pone en juego al pensar la verdad en relación con la historia a partir del análisis de la construcción de los documentos (testimonios) de la historia, cuando también plantea los preconceptos en relación con esquemas desde los cuales se producen los mismos documentos. Es la ratificación del método de la microhistoria que pone en juego Grinzburg para la producción histórica, la que se pretende en este escrito pensar como pauta de producción periodística.

### **Criterios de la veracidad de las producciones periodísticas contemporáneas**

En base a la reflexión teórica del apartado anterior proponemos construir como categorías analíticas los siguientes criterios de veracidad para aplicar a las producciones periodísticas contemporáneas (ver cuadro I):

La primera categoría está constituida por el principio de veracidad. Este principio se vincula con el manejo y cita

**CRITERIOS DE VERACIDAD DE LAS PRODUCCIONES PERIODÍSTICAS  
CONTEMPORÁNEAS.**

1. Principio de veracidad. Se evidencia por:

1.a- Manejo y cita de fuentes de información. (calidad y explicitación de las fuentes de información).

1.b- Aportes de datos vinculados a la noticia. (Datos chequeados, con fuentes de origen vs. datos sin chequear, reproducidos o pegados).

1.c- Consulta de documentación

1.d- Confirmación de la veracidad de la noticia o el suceso histórico que se comunica?  
Apelación a contraste de fuentes y documentación

2. Procesamiento de la información

2.a- ¿Con qué frecuencia se actualiza el portal (velocidad de lo digital)

- Veracidad < +Velocidad

2.b- Producción propia – Corte y pegue – Réplica viral.

2.d- Producción transmedia multiplataforma gradación

2.e- Dependencia de las Redes sociales.

3- Relato periodístico.

### ***Cuadro I Criterios de veracidad***

de fuentes de información. La explicitación de las fuentes de información produce la fortaleza de la veracidad discursiva al igual que la calidad de las fuentes. Debemos aclarar que siguiendo los planteos de Ginzburg y en general de la microhistoria la fuente de calidad es la que surge de los verdaderos actores y no de los informantes oficiales. El concepto de calidad no es una valoración sobre el estatus social de la fuente sino su vinculación directa con el suceso noticioso. Cuando una analiza el relato se reconstruye el lugar de los datos vinculados al suceso, al hecho que aborda la noticia. Nos referimos a los datos chequeados/ datos con fuentes de origen versus a datos reproducidos sin chequear y velozmente como productos de la demanda y de la práctica del corte y pegue.

Así como la fuente es importante, el trabajo con datos se complementa con la documentación, en el caso del periodismo, documentación obtenida desde un escritorio o desde la nueva redacción del periodista, el teléfono celular. La documentación que puede ser el testimonio fílmico, capturado también desde el mismo celular del periodista que hace la nota y que luego edita y publica la noticia escrita y el video testimonial.

Como vemos es posible pensar en que, a pesar de las actuales condiciones de la cultura digital, el periodismo recupere y sostenga la presencia del método y de una forma de tratamiento de los sucesos noticiosos. Antes de publicar es esencial el tiempo del contraste de las fuentes de información y de la verificación de la noticia y la documentación respaldatoria.

El Procesamiento de la información tiene que ver con el grado de compromiso del medio con la velocidad y por consiguiente con sus prácticas de publicación y edición. Acá nos preguntamos: ¿Con qué frecuencia se actualiza el portal (velocidad de lo digital) con el supuesto de que a menor compromiso con la veracidad, se logra mayor velocidad y viceversa.

El procesamiento también tiene que ver con la cantidad y calidad de la producción propia, frente a las prácticas del corte y pegue o de la mera réplica viral. También es importante pensar si la producción es textual digital o transmedia y multiplataforma. Se supone que la escritura digital demanda más trabajo de edición procesual del texto, con el momento de la búsqueda de información y la posterior redacción frente al medio que hace la nota, la filma y rápidamente la sube acompañada de una breve noticia escrita. Lo mismo es válido para la

filmación de las entrevistas y los testimonios que se consiguen en la calle en el momento en que sucede la noticia. La novedad, la velocidad de publicación es una propiedad del registro fílmico y fotográfico.

El grado de dependencia de la agenda del medio de las redes sociales es el otro factor vinculado al procesamiento de la noticia periodística. ¿Qué es de interés público? ¿Qué merece la pena ser contado? Esto determina también el grado de veracidad, ya que muchas veces las redes son el origen y la circulación de las fake news. Un medio que solo mira las redes, que publica rápidamente puede terminar reproduciendo estas noticias falsas.

El tercer elemento para pensar la veracidad de la producción periodística es la construcción del relato que se vincula con las opciones que permiten construir un texto con marcas de objetividad, que sea comprensible, coherente e informativo. La calidad del relato periodístico en un contexto de brevedades rápidamente producidas para ser consumidas también velozmente, se vuelve una necesidad para combatir esos relatos ficticios, que invaden la red, descomprometidos con la intención informativa. Una de las marcas entonces de este tipo de relato periodístico será su extensión, su desarrollo la inclusión de testimonios explicitados en su construcción con citas y mención de fuentes, También se caracterizará por la claridad en el planteo del punto de vista adoptado por el periodista y el grado de implicación del escritor con el tema.

La conciencia del periodista de las condiciones de producción de la noticia y la influencia del contexto permite distinguir grados entre dos extremos: el Discurso libre de la ficción y el discurso controlado por la metodología y la investigación periodística.

Por último, se propone como criterio de veracidad la explicitación de la función comunicacional: servir como retrato de la realidad o función: decir la verdad. Si por el contrario se evidencian como función: conseguir lectores para un medio digital, influenciar, manipular la toma de decisiones/ confundir a los lectores como forma de modificar eventos sociales nos encontramos frente a un discurso seguramente más alejado de la veracidad, aunque a los lectores les resulte verosímil, espectacular y entretenido.

La propuesta es concreta. No pretende generar un deber ser sino una alternativa para pensar el lugar del periodismo en un contexto de fake news, de imposiciones comerciales en las formas de comunicar y el imperio de los prosumidores. Frente a la facilidad de ser usina de noticias falsas y la liviandad que se le da al comunicar en la era de la socialidad, quizás el periodismo se resignifique a partir de sus propios postulados originales y fundacionales.

Aquí retomamos la pregunta de Maradeo Julián: “¿Acaso la verdad vale la pena?”  
(P19)

La respuesta a esta provocativa pregunta justifica la apelación al discurso histórico y en particular a la propuesta de Ginzburg que aquí hemos puesto en diálogo con el campo comunicacional. El periodismo está en crisis a nivel global, en medio de la generalización de plataformas y de redes sociales, que permiten la producción indiscriminada de contenidos, a todos los usuarios prosumidores. En un mundo en el que Google es el principal editor y algoritmos computacionales permiten la circulación y viralización, o no, de mensajes, los lenguajes digitales se adaptan a esta realidad con nuevos formatos discursivos, aceptando las pautas de producción, circulación y consumo. Crisis que es integral al oficio/profesión periodística, en tanto una de las consecuencias de la digitalización e internet fue la crisis económica de los negocios de la prensa, gráfica impresa, en particular. Como afirma Maradeo las redes trajeron al mismo tiempo que la virtud de la horizontalidad, la imposición de los sesgos cognitivos de cada prosumidor, que solo buscan confirmar sus prenociones. Eso que Grinzburg pone en juego al pensar la verdad en relación con la historia a partir del análisis de la construcción de los documentos (testimonios) de la historia, cuando también plantea los preconceptos en relación con esquemas desde los cuales se producen los mismos documentos. Es la ratificación del método de la microhistoria que pone en juego Grinzburg para la producción histórica, la que se pretende en este escrito pensar como pauta de producción periodística superadora de la crisis.

### Referencias bibliográficas

Igarza Roberto. (2009). Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Bs.As. La Crujía

Ginzburg Carlo. (2021). *Aun aprendo. Cuatro experimentos de filología retrospectiva*. Bs.As. FCE.

Maradeo Julián (2021) *Fake News Cómo se fabrican en la Argentina y en el mundo*. Bs.As. Ediciones B.

Ricoeur Paul. (1999). *Historia y Narratividad*. Barcelona. Paidós.

Rodriguez Cachera El virus de la desinformación en Muñoz Creuza (2021) Compiladora. *El Atlas de las desigualdades. Claves para entender un mundo injusto*. (Pp 78-79) Bs.As. Le monde Diplomatique Cono Sur

Scolari Roberto. (2020). *Cultura Snack*. Bs.As. La Marca