



Palabra Clave, (La Plata), abril-septiembre 2021, vol. 10, n° 2, e133. ISSN 1853-9912
 Universidad Nacional de La Plata
 Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
 Departamento de Bibliotecología

Entrevista a Martín Alfredo Becerra. *Desinformación, fake news y posverdad*

Angela Paladino

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Micaela Villalba

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Matias Miguel

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

entrevistaspalabraclave@gmail.com



Martín Alfredo Becerra es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Realizó estudios de posgrado en la Universidad Autónoma de Barcelona, en donde recibió los títulos de Magíster y Doctor en Ciencias de la Información. Es profesor e investigador en el CONICET, la Universidad Nacional de Quilmes y la UBA.

Palabra clave (PC): ¿Cómo caracterizaría, en términos globales, el fenómeno de la posverdad? ¿Cómo se vincula, desde su perspectiva, con el concepto de desinformación?

Martín Becerra (MB): Creo que son conceptos muy vinculados entre sí, ya que, recientemente se han puesto de moda más allá que tocan temas que son centrales en la historia de la filosofía, del pensamiento humano y del lenguaje también. Tanto el término de posverdad como el de desinformación, y también el de *fake news*, hacen referencia sobre todo a ciertas formas y giros que tiene la conversación pública, la

discusión, el debate público, el discurso de líderes, y de instituciones líderes, que en principio no repararían tanto en el contraste empírico, en el estatuto de verdad, en los enunciados que realizan, sino que se basan en características más de carácter retórico, persuasivo o propagandístico en algunos casos. Es decir, les interesa más la difusión de una versión de los hechos o la difusión de opiniones sobre la realidad, que su contraste o que su posibilidad de ser sometida a lo que Karl Popper llamaba una *estrategia de falseamiento*, de contradicción lógica de los enunciados. Esto es viejo, está en Platón, en *El banquete* aparece de manera manifiesta, toda esta diferencia entre la verdad, lo verosímil y su construcción. También ya está en buena parte del pensamiento posmoderno: Jean-François Lyotard, Anthony Giddens, Zygmunt Bauman y Paul Virilio son autores que se han dedicado a indagar sobre cuáles son las condiciones en las que circulan discursos sobre la realidad en las últimas décadas. En estos casos que menciono ahora, sin que esas versiones sobre la realidad están ancladas en hechos concretos. Recordarán cuando fue la invasión a Irak por parte George W. Bush padre, en ese momento la pregunta era si una guerra en la que no se veían muertos, que era transmitida por la televisión, podría considerarse igualmente una guerra, o sea era una pregunta típicamente posmoderna. La fuerza del relato se imponía por la evidencia empírica que había evidentemente cuerpos sin vida producto de esa guerra. Entonces, a partir de esta larga introducción se evidencia que hay una extensa historia del pensamiento filosófico, lingüístico y semiótico que se preocupa por estas cuestiones, y más cercano a nuestro tiempo, y las plataformas redes sociales digitales activan o reactivan la preocupación sobre la posverdad, la desinformación y las *fake news*, sobre todo a partir de cierta preocupación por la intromisión externa en asuntos de política doméstica en algunos países centrales. Entonces, otro caso para analizar resultan las elecciones que dieron como resultado la asunción de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos, a pesar de que él perdió en número de votos, ganó en el colegio electoral, se transformó en presidente, y allí se habló mucho de la injerencia rusa. Lo mismo en el *referéndum* por el *Brexit* inglés. Hubo algunos episodios muy importantes de la agenda política de algunos países centrales de Occidente, donde se hizo mucho hincapié en la intromisión externa, ya que, presuntamente habrían invertido gran cantidad de recursos técnicos y económicos en la generación de sitios web y de plataformas que tenían la aparición de sitios de noticias aunque necesariamente lo fueran. Todo esto lo planteo en potencial, ya que a mí no me consta que haya sido así, habría que hacer un examen, una investigación muy larga para corroborar si esto fue así o no, pero eso fue lo que estaba pivotando alrededor de la noción de posverdad y desinformación. Entonces esta presencia de la injerencia extranjera habría viralizado contenido como parte de campañas para eventualmente causar desconcierto y aturdimiento de la opinión pública, para que no pueda tomar decisiones, como por ejemplo electorales, de manera racional, en el supuesto de que alguna sociedad en cualquier momento de la historia humana se comportará según la teoría de la acción racional para decidir elecciones, cosa que no está comprobado. Pero esto es un poco como un resumen, no es lo mismo desinformación que *fake news*, no es lo mismo posverdad que desinformación, pero como introducción yo diría que estos términos aparecen o reaparecen muy recientemente a partir de estos hechos: *Cambridge Analytica*, por un lado, la presunta intromisión rusa o de otros países, por otro lado. Yo creo que son indicadores del poder estratégico que tienen la palabra y la información.

PC: ¿Cómo conceptualizaría a las *fake news* y a las noticias falsas? ¿Qué pautas considera que son útiles para poder identificarlas?

MB: El concepto de noticia falsa, para mí, es casi tautológico, una noticia que no se corresponde con lo que ese contenido dice que sucedió. Por ejemplo, Martín Becerra está en este momento viernes 19 de febrero a las 15:45 en Pekín. Bueno, no, yo estoy en Buenos Aires, entonces eso es falso, una noticia falsa, algo que no es verdadero. Hay muchas noticias que se prestan a ese contraste, a ese examen relativamente sencillo, pero hay otras que no. Hay otro volumen importante de noticias que no se prestan a ese contraste sencillo, o sea que contrastarlas sería arduo, como la incidencia de potencias extranjeras en el voto de cualquier país, de la sociedad de cualquier país, comprobar una afirmación como esa es complicadísimo.

En general, a ese torrente informativo que nosotros le llamamos noticias, técnicamente deberíamos llamarlas más bien opiniones, o pareceres, ya que no son estrictamente una noticia. Hay cierto acto de fe, profesión de actos de fe, en el sentido de que los seres humanos nos comportamos creyendo muchos enunciados como si fueran una noticia, cuando, como digo, técnicamente, tal vez no sean noticia, sino son más bien opiniones, interpretaciones o posiciones sobre lo que ocurre. La noticia, en ese enunciado hipotético que yo acabo de exponer sería: “hubo elecciones, las cuales produjeron un resultado X”. Luego, si la ciudadanía se vio influenciada por una presunta injerencia extranjera, o se vio más influida por los titulares de un grupo de multimedios, o por la situación socio-económica, o porque hizo un feo o lindo día en el momento de las elecciones, o su situación de género, o su edad, todo lo cual puede efectivamente haber condicionado en un grado variable en el comportamiento electoral de las personas. Es decir, en general, aunque no todos los jóvenes votan igual y no todos los viejos votan igual, hay ciertos patrones del voto juvenil y del de las personas mayores ¿Qué quiero decir? Hay miles de variables que influyen. Entonces, esa situación la menciono para dar cuenta de que abarcamos en el conjunto o en la categoría noticias, piezas de contenido que no son estrictamente noticia, sino interpretaciones sobre la realidad a la que llamamos igualmente noticias, tal y como llamamos noticias a “hoy en la zona de Buenos Aires y alrededores es un día entre nublado y soleado, no está nevando”. Eso es un hecho contrastable, no nieva en Buenos Aires. Entonces, uno podría decir, una noticia falsa es sobre el segmento de enunciados que podemos corroborar, pero no es la totalidad, sino una parte. Sobre eso, podemos comprobar como lo hacen algunas organizaciones que se llaman de verificación del discurso público, como se chequea acá en Argentina, que hay en muchos países, y uno podría decir: chequeemos. ¿Chequeemos qué? Chequeemos lo que podemos chequear, que no es todo. La opinión no se puede chequear. A mí me gusta mirar fútbol o boxeo, bueno, para mí un boxeador peleó bien aunque haya perdido la pelea, pero para otro peleó mal, por lo que quiero decir que eso es inchequeable. Aquí entra a jugar tanto la subjetividad y la interpretación de la realidad, temáticas abordadas de forma satisfactoria por los sociólogos constructivistas Peter Berger y Thomas Luckmann. En verdad, la trascendencia de la subjetividad no permite chequearlo en algunos casos, no es posible comprobar que tal cosa es así o no. Lo que sí se puede chequear es aquella porción de noticias que son técnicamente noticias.

En la actualidad hay muchos colegas, incluso gente que se dedica a estos temas que confunden los términos, que llaman *fake news* a las campañas de desinformación, y son cosas distintas. Una noticia falsa, es dentro de aquello que podemos chequear, algo que no es correcto. Los motivos por los cuales, un medio de comunicación, una persona o un dirigente de cualquier ámbito pronuncia una *fake news*, una noticia falsa, pueden ser también muy variados. Pensemos como *La navaja de Ockham*, de una manera parsimoniosa, que una parte de las noticias falsas se corresponden, no con una voluntad de difundirlas, sino con errores. Con errores, con una fuente que te mintió, inocente o conscientemente te mintió. Entonces, yo digo “mañana en el barrio de Balvanera en la Ciudad de Buenos Aires van a comenzar a vacunar a personas mayores de sesenta años”. No lo inventé yo, sino que me lo dijo un amigo que es médico, y labura en el hospital del barrio. Y a su vez, él puede tener alguna motivación, por ejemplo, puede querer desbancar al director del hospital, entonces lanza esta mentira, y yo, inocente e inconscientemente, ya que para mí es una persona confiable porque es médico del hospital, reproduzco una *fake news*, una noticia falsa. Pero también puede ser que él esté inocentemente falseando una realidad, y situaciones de estas las vemos, en el plano de lo cotidiano. Cualquier persona debe hacerlo en el día a día con su familia o con sus amigos ¿No? Esto del *teléfono descompuesto*, de que yo creí escuchar algo que el otro tampoco sabe si era realmente...la vida misma. Lo que quiero decir es, del torrente informativo hay una parte que son noticias que se pueden chequear, que no es todo. De esas noticias que se pueden chequear, algunas son noticias falsas, no son todas. De las noticias falsas, algunas son deliberadas, o sea intencionalmente falsas, y otras que no lo son. Como digo, es un error de información, es algo que “bueno, me pareció escuchar o creí que iba a ser así”, o efectivamente, dijeron que iban a estar las vacunas, pero no vino el avión desde Moscú o desde Nueva Delhi, o en el medio pasó algo, etcétera. Entonces, de todo eso, aquellas noticias falsas que son deliberadas, a eso le llamamos campañas de desinformación. Si

por ejemplo, si tal como lo hizo el diario Clarín publica, que una entonces ministra y el hijo de la presidenta de la nación tenían cuentas bancarias en Estados Unidos, sin ninguna prueba de que efectivamente esto era real. Si no consiguió, porque era falso, ninguna prueba tampoco, y el diario Clarín tenía, como aún tiene, una posición editorial manifiestamente opositora a ese sector político, ahí hay una campaña de desinformación, o sea hay un elemento deliberado. Es decir, es imposible que siempre se confundan contra las mismas personas y que se equivoquen a favor de otras que son siempre las mismas. O sea, si fuera simplemente displicencia o falta de profesionalismo, que puede ser, se equivocarían más parejo, porque acá lo hacen siempre para un lado, en negativo a ese lado, y para el otro lado siempre positivo. Hay un elemento intencional, eso quiere decir que no es una *fake news*, sino una campaña de desinformación. Es lo que antiguamente llamábamos *operaciones*. Y de nuevo, no es propio, ni exclusivo de las redes sociales y de internet, sino que es de larga data.

PC: ¿Desde qué esferas provienen principalmente este tipo de estrategias comunicacionales distorsivas? ¿Por qué? ¿Para qué?

MB: Mayormente las instituciones tradicionales tienen una participación protagónica en campañas de desinformación. Antes y ahora. ¿Qué quiero decir con esto, de “instituciones tradicionales”? Son los gobiernos, los partidos políticos, los congresos, los poderes judiciales, las iglesias, los sindicatos, los medios de comunicación y las fuerzas armadas. Son todas instituciones centrales, todas usinas de información y máquinas de producción informativa. Entonces, aunque ninguna lo va a reconocer de manera genuina, la historia de la humanidad está plagada de campañas de desinformación organizadas desde partidos políticos contra sus adversarios; desde gobiernos contra sus opositores; o desde las fuerzas armadas en distintas hipótesis de conflicto. Por ejemplo, en la Argentina, la última dictadura militar fue un laboratorio de desinformación a escala masiva cuando sacaban a pasear presos y presas de la ESMA en pleno Mundial ‘78 para mostrar que los detenidos políticos tenían buena salud, o cuando decían “estamos ganando” en plena Guerra de Malvinas. Ahí hay un elemento deliberado, ¿me explico? Es decir, eso no es una noticia falsa al estilo “uy, nos equivocamos, la verdad es que estábamos perdiendo y dijimos que estábamos ganando por patriotismo”. No, eso es una campaña de desinformación. El discurso de que no hay desaparecidos, o que no se sabe dónde están, es una campaña de desinformación. Entonces, cuando una ex diputada nacional dice en televisión que un ciudadano argentino, que en ese entonces estaba desaparecido, podría estar en *Disney*, no es un error inocente de alguien que carece de información, sino que se está tergiversando la realidad ya que en ese momento no se sabía qué pasaba con ese ciudadano argentino. ¿Qué quiero decir con estos ejemplos? Que son las instituciones las responsables, porque la perspectiva de que hay *hackers* anónimos que individualmente procuran inyectarle confusión al sistema público de información, es una idea romántica y falsa, ya que basta con seguir las noticias políticas para darse cuenta de que una parte importante de las campañas de desinformación nacen de personas que tienen cargos políticos o que son representantes del pueblo: diputados, senadores, gobernadores, ministros. Y lo mismo cabe decir de otras instituciones, no es sólo la política, porque mi posición no es anti política, sino que es una postura crítica ante las instituciones, y esto lo digo en relación a que yo creo que una de las estrategias para disminuir los efectos de la desinformación sería que las propias instituciones tomen conciencia de la responsabilidad que tienen como vehículos de desinformación, y que corrijan ese comportamiento.

Entonces, no es algo ajeno a las instituciones. No es que hay que poner monitoreo en las redes sociales para identificar fuentes de desinformación, que por supuesto que hay algún delirante perdido que lanza falsedades sin sentido, pero son las mentiras de los medios de comunicación, de la política o de las iglesias, los que organizan discusiones y preocupaciones públicas en torno a la desinformación. Por ejemplo, hace no mucho en la Argentina tuvimos el debate sobre la ley del aborto, sobre la interrupción voluntaria del embarazo, y ahí vimos campañas de desinformación con factores religiosos detrás de esas campañas. Entonces, observamos que hay instituciones, señoras iglesias, grandotas, con edificios, con mucho dinero, que promovían esa desinformación. Yo diría que ese es un punto central si de lo que se trata es de bajar un poco la influencia, o el

impacto de la desinformación en la sociedad actual: actuar sobre las instituciones, para que las instituciones sean más responsables.

PC: ¿Cuál es el papel que le cabe a los lectores en este escenario de posverdad?

MB: Sobre este tema hay bastante debate: la necesidad de una alfabetización digital o crítica en temas de información. Por supuesto apoyo esta discusión, creo que es importante y que parte de ese ejercicio individual, las personas conforme nos vamos familiarizando con tecnologías, aplicaciones y plataformas relativamente novedosas, vamos aprendiendo, así como en su momento la gente aprendió a escuchar la radio. Ustedes conocen esta famosa anécdota de la transmisión radial en *La guerra de los mundos* por parte de Orson Welles en el año 1938 en Estados Unidos, que provocó conmoción social. En parte eso muestra, además de que había un clima de víspera de la Segunda Guerra Mundial en donde la verosimilitud de la invasión, no de marcianos necesariamente, sino de otro, era factible y estaba en la preocupación de cada persona. Pero además de eso, nos habla de que todavía los contratos de lectura de la radio estaban construyéndose, o sea que todavía una parte de la población no había consolidado el aprendizaje de los distintos géneros que tiene una radio, que a veces puede ser de ficción o de noticieros. Además, nosotros aprendimos a ver la televisión, en la película de *Drácula* de Francis Ford Coppola, está la famosísima imagen de una de las primeras transmisiones de cine, donde aparece una locomotora en pantalla y la gente sale espantada corriendo de la sala, bueno, lo que nos dice es que todavía no se sabía mirar cine. Entonces sabemos usar servicios de mensajería grupales como *Whatsapp*, estamos aprendiendo de las tecnologías que nos toca convivir con esto en el siglo XXI, al mismo tiempo que vamos conociendo nuestros contratos de lecturas y de uso. Se encuentra la gente más proactiva que lo hace más rápido, y hay gente que lo hace de forma más lenta, o que tiene más dificultades, como en toda sociedad. Eso me parece bueno y es un esfuerzo a largo plazo, que a nivel individual un poco se produce de manera “natural” por efecto de aprender a usar tecnologías, que la historia misma de la tecnología es esa, y otro poco, las instituciones, por ejemplo la educativa, ojalá que si tuvieran la posibilidad las instituciones mediáticas, podrían colaborar en esa tarea, pero eso es a largo plazo.

Así que sí, me parece bienvenido, saludable, y creo que los individuos podríamos tomar todo esfuerzo que se nos demande interpelándonos como individuos para mejorar nuestro uso crítico de la información. No confiaría solo en eso para resolver los problemas de desinformación, ya que si existen iglesias, gobiernos, partidos políticos, congresos o jueces que se dedican a difundir campañas de desinformación, los elementos que aislada o individualmente tenemos las personas comunes son escasos frente a ese tamaño de recursos. Acá, como suele decirse en los debates sobre estos temas, no hay “bala de plata”, la imagen es espantosa pero se la escuché decir mil veces a muchas personas, significa que no hay una sola acción que resuelva problemas de desinformación, que son variados y multifacéticos, no hay una sola cosa, se necesitan enlazar muchas cosas al mismo tiempo.

PC: ¿Cuáles pueden ser los efectos que las *fake news* tienen en la sociedad? ¿Cuál es el rol que nos incumbe como profesionales del campo de la información respecto a la mitigación de estas prácticas?

MB: Los efectos son muy variados, creo que no se puede dar una respuesta cerrada y concluyente de carácter universal. Hay campañas de desinformación que no tienen prácticamente ningún asidero público, así que no se le asignan credibilidad, pero hay otras que sí, entonces interviene la sociología, la psicología social, y otros factores desde la coyuntura y las vivencias, percepciones y preocupaciones de una sociedad en un momento histórico determinado que son distintas a las de esa misma sociedad en otro tiempo. Por ejemplo, la vacuna *Sputnik*, llamada “vacuna rusa”, se podría decir que “es trucha, porque es veneno”. Esto se decía en Argentina hace cuatro meses, cuando una parte importante de la comunidad se movilizaba al Obelisco o a las plazas en todo el país denunciando campañas. Ahí lo que veo son operaciones de desinformación, porque todos podemos elegir cómo tener dudas sobre cualquier vacuna o remedio, lógicamente, pero cuando se organiza toda una corriente de opinión en torno a una vacuna en plena pandemia, ahí tenemos una articulación, es decir una cooperación de esfuerzos para poner en tela de juicio una estrategia de cuidado y prevención. Entonces, eso produjo efectos en una parte de la comunidad y sociedad argentina, muy enojada con miles

de cosas, con la política o la economía, y que tuvo efectos en noviembre de 2020. Ya que, actualmente una campaña como esa no tendría el mismo efecto, ya que se ha comprobado, lo que era obvio también en noviembre, que las fases de validación de esa vacuna respetaban todos los protocolos, igual que el resto de las otras. Con esto, lo que quiero decir es que no hay una receta universal, porque esas circunstancias, de una parte de la sociedad argentina en noviembre del año 2020, son irrepetibles en 2021, y probablemente cosas que hoy puedan ser material para el cultivo de campañas de desinformación, dentro de cinco años ya no lo sean.

Cuando yo era adolescente, en la Argentina ocurrió un caso histórico muy interesante, sobre el cual incluso hay un documental. En los años 1986 y 1987 familiares de enfermos de cáncer presionaron con una campaña muy grande que tuvo eco en los medios de comunicación, y también en la política, ya que había políticos que activaban a favor de eso. Se decía que había una terapia, basada en la *Crotoxina*, que curaba el cáncer, y eso era científicamente falso, así que los médicos y el Ministerio de Salud de la Nación, durante el gobierno de Raúl Ricardo Alfonsín, tuvieron que salir a desmentirlo con enunciados tales como “no está probado” o “eso es un rumor” o “no tenemos ninguna prueba de que eso sea así, no podemos aprobar un tratamiento en base a rumores”. A pesar de ello, de igual modo se hicieron movilizaciones en Plaza de Mayo sobre ese tema. Entonces, si hoy convoco a una movilización para que aprueben la *Crotoxina*, me verían como un farsante, o quizás no, probablemente me convierto en el presidente, pero seguramente me verían como un delirante. Con esto lo que quiero representar, básicamente, es que las distintas campañas reflejan, en diversos momentos, las preocupaciones sociales que se habilitan o clausuran, dependiendo el caso, si esa campaña es posible de que prospere.

Mi opinión es que nosotros somos responsables, como profesionales y sensibles socialmente como profesionales, ya que no todos lo son. Si somos rigurosos científicamente, es decir, si somos respetuosos de la evidencia empírica, de las recomendaciones que damos, creo que lo que podemos hacer, y que muchos profesionales que conozco lo hacen, es poner estos temas en debate. Así como también, aconsejar a los organismos públicos y privados de la sociedad civil cuando nos piden asesoramiento; tener estrategias de intervención pública, lo que antiguamente, de manera muy articulada y solemne, se llamaban “los intelectuales públicos”, es decir, dar debates públicos sobre temas que son sensibles. Además, por supuesto, en el caso de quienes son profesionales, y además docentes, se pueden desarrollar estas perspectivas en los procesos de enseñanza, aunque soy muy consciente de que no basta con ser profesional, sino que hay que tener conciencia y sensibilidad social, ser solidario, y no todos los profesionales lo son, alguien puede ser un buen profesional y ser un cretino, y está lleno de profesionales de este tipo. Esto lo digo por cierta operación perversa de la lógica meritocrática de que si uno aprendió bien los contenidos del campo profesional en el cual se desempeña, entonces es un buen recurso para la comunidad. Bueno, podrá ser un buen recurso técnico, pero si se es un cretino y no solidario, se puede morir alguien al lado suyo y él volteará la cara, y esa persona se muere igual, por más profesional que sea. Capaz que alguien que no tiene esos estudios y hay una persona que se está cayendo al lado suyo y lo levanta, ahí hay una diferencia que tiene que ver con la solidaridad.

PC: ¿Cómo se va constituyendo el campo conceptual en el que se inscribe el estudio y análisis de las *fake news*? ¿Cuáles son los principales aportes de investigación desde las ciencias de la comunicación y de las ciencias de la información?

MB: Vengo leyendo muy buenos estudios e investigaciones, por lo que yo diría que el mejor aporte que uno puede hacer, desde las ciencias de la información y de la comunicación, hoy por hoy, es investigar el estado de estas cosas porque hay mucho todavía que no conocemos cómo funciona ¿Son las redes sociales digitales espacios de reproducción endogámica de desinformación al estilo cámaras de eco, como se suele decir? Hay muchas investigaciones que muestran que no lo son, sin embargo, hay una suerte de sentido común que se va expandiendo, y que asocia a las redes sociales digitales con cámaras de eco. Yo creo que esas distinciones necesitan de más investigación por parte de las personas que nos dedicamos a este campo de estudios, es decir, proveer evidencia, reflexiones y análisis a la comunidad a la que pertenecemos. Eso me parece que es algo que

es un buen aporte y que en nuestro campo de estudios se está haciendo en distintos países, pero vendría bien redoblar el esfuerzo.

PC: ¿Cómo describiría la agenda pública de Argentina ante la problemática de las *fake news*? ¿Observó algún cambio notable en ella a partir de la pandemia de Covid-19?

MB: Como agenda pública, se encuentra muy concentrada en pocos actores, que son bien grandes y poderosos. Obviamente, el escenario de existencia y diseminación de plataformas digitales desdibuja un poco, no tanto, la centralidad de los viejos grandes grupos de medios concentrados. Aunque en las plataformas digitales esos conglomerados operan como usinas que producen los contenidos en torno de los cuales nosotros conversamos, debatimos, discutimos y comentamos. Diría, incluso, que en el contexto este de la pandemia, lo que se revela es una necesidad mayor de información o, al menos, en la primera etapa de la pandemia, hasta junio o julio del año 2020, después la sociedad misma empezó un poco a hartarse de la cosa monotemática de la pandemia. Pero esa escalada en la necesidad de información condujo a que incluso la televisión tuviera un encendido mayor que en años anteriores, aunque el comportamiento durante este tiempo fue oscilando. Con cierta responsabilidad al comienzo, en el mes de marzo y abril del 2020, en donde había cierta cohesión social en torno de las normas de cuidado, respeto y cuarentena, pero eso se fue debilitando hacia el mes de junio y julio. A partir de ese momento, los medios de comunicación masiva, estos es los principales conductores y operadores iniciaron una agenda, que en algunos casos fue muy preocupante porque ponía en riesgo las estrategias de cuidado de la población, que se basaba en los dos polos en los que está fundamentalmente organizada la discusión política argentina: el polo oficialista y el polo opositor. Entonces, los medios más grandes de comunicación concentrados están alineados de manera muy nítida con el polo opositor, y hay un segmento de medios, que no son pocos pero sí menos masivos, que están alineados con el oficialismo, y para decirlo de una manera muy simple, la agenda argentina es un *Boca-River*.

¹ Hasta hace muy poco el problema era que las vacunas eran veneno, ahora, es que no son suficientes, pero ¿no era que eran veneno? ¿Cómo vas a reclamar que no son suficientes si vos decían que eran veneno? Entonces, mejor que no sean suficientes, porque estaríamos envenenando. Es todo muy inmedatista, por lo menos yo lo veo así, puede que esté equivocado, pero la coyuntura devora posiciones que podrían ser más meditadas y hay poco cuidado profesional en la producción de información. Entonces todo se organiza, como lo mencioné, en términos de *Boca-River*: si mi adversario dice “a” yo digo “z”, si mi adversario dice “z” yo digo “a”, y eso me parece que es poco productivo.

PC: ¿Cuáles son las estrategias y prácticas concretas que a su parecer pueden realizarse desde las bibliotecas para mejorar las condiciones actuales de acceso a la información en relación con las *fake news* (o noticias falsas)?

MB: Una cosa son las bibliotecas en el contexto de pandemia que obviamente están limitadas, como todo espacio físico, al no albergar gente, y otra cosa son las bibliotecas en sí, y esperemos que en algún momento se solucione o se resuelvan las cuestiones de la pandemia y la gente pueda volver a ir a ellas.

Yo creo en las bibliotecas como espacios que originalmente albergaban o almacenaban, sobre todo libros como recursos físicos, o como soportes físicos llamados libros o revistas, que tienen un gran desafío ante la revolución digital, más que con la desinformación. El desafío de cómo se reinventan como espacios culturales de acceso a la información o al conocimiento, y la transmisión de información no solo en soporte libro físico, de cómo despiertan la curiosidad de la comunidad para que vayan a las bibliotecas y para que las bibliotecas sean significativas en el cotidiano de esa comunidad. ¿Qué le puede ofrecer la biblioteca a esa comunidad que cada vez compra o lee menos libros? En muchos países hemos visto la transformación de bibliotecas a mediatecas, ante la incorporación de distintos tipos de soporte, o de espacios de exhibición de cultura de arte en vivo, por ejemplo. Entonces, yo creo que el principal desafío es entender que la transmisión de información y la transmisión de conocimiento no tienen una sola lógica de realización, que el libro es una de esas posibilidades, pero que es una de las posibilidades entre muchas otras. Creo que las bibliotecas, obviamente yo no soy del área de las ciencias de la documentación, pero creo que las bibliotecas tienen ese

desafío de volver a llenarse de vida, de vida comunitaria y de significación comunitaria, comprendiendo que hoy la comunidad hace cosas distintas para informarse, para cultivarse, para capacitarse, de las que hacía hace treinta años.

Agradecemos a Martín Becerra su predisposición para realizar esta entrevista que ha resultado por demás esclarecedora de muchos de los temas que interpelan hoy al campo de las ciencias de la información y la comunicación ¡Muchas gracias por su tiempo y generosidad!

NOTAS

- 1 Término utilizado para graficar un binomio antagónico.