



El difícil e indispensable ejercicio del periodismo en América Latina

The difficult and essential exercise of journalism in Latin America

Dr. Octavio Islas

octavio.islas@ubemisferios.edu.ec

Dr. Fernando Gutiérrez

fgutierr@itesm.mx

Dra. Amaia Arribas

amayaa@ubemisferios.edu.ec

Introducción

EN la primera parte del texto, indicamos cuándo y qué escuelas empezaron a impartir la licenciatura en periodismo en América Latina, y recuperamos el señalamiento de Gabriel García Márquez, quien afirmó que los reporteros se forman en la calle. Las calles y las escuelas de periodismo *deberían* formar buenos reporteros y periodistas. No siempre ha sido así. En la segunda parte, sustentamos la pertinencia de comprender al periodismo como una narrativa existencial indispensable y compleja. El periodismo representa un efectivo recurso para trascender la fatalidad del mundo líquido. El periodismo, sin embargo, vive días muy difíciles. Se ha convertido en una profesión de alto riesgo. El número de periodistas desaparecidos y asesinados en México durante el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto da cuenta de ello. En la tercera parte del texto, centramos nuestra atención en los retos que Durante el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto y hasta el 6 de agosto de 2018, fecha en la que Durante el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto y hasta el 6 de agosto de 2018, fecha en la que ha impuesto al periodismo, destacando la proliferación de las llamadas noticias falsas (*fake news*) y el cuestionable

manejo de la información personal de los usuarios de algunas redes sociales -Facebook, particularmente-. En la cuarta y última parte del texto -Periodismo y democracia- recuperamos dos estudios de la organización Freedom House. El primero, dedicado a la libertad de expresión en Internet. El segundo, dedicado a la libertad en el mundo. Además recuperamos la investigación realizada por Reporteros sin Fronteras: *Acoso en línea a periodistas: Cuando los trolls arremeten contra la prensa*, estudio que abre analizando el caso de México.

1. La calle, la academia y el periodismo

En Iberoamérica, como prácticamente en todo el mundo, las primeras escuelas de periodismo antecedieron a las escuelas de comunicación. En nuestra agitada región, la primera licenciatura en periodismo empezó a impartirse en 1934, en la Escuela de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, en Argentina. Cinco años después, en 1939, en la Ciudad de México, la Escuela de Periodismo Carlos Septién García comenzó a impartir la licenciatura en periodismo. En la década de 1940 fueron fundadas las primeras escuelas de periodismo en Ecuador, de acuerdo con lo asentado en el texto de María Isabel Punín (2012), profesora en la Universidad Técnica y Particular de Loja (UTPL) quien señala:

...el primer intento de formar a los periodistas dentro de las aulas universitarias, data de la década del 40, estuvo a cargo de la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil, ubicadas en los principales polos productivos del país, Quito y Guayaquil. Las primeras universidades del Ecuador están entre las más antiguas de América Latina, pero no entre las más prestigiadas, fueron influenciadas por los modelos españoles de marcada filosofía escolástica. Según Fernando López, actual director de la Facultad en la Universidad Central del Ecuador, en 1943 se realiza el primer curso de periodismo en el país, en 1945 se crea la escuela de Comunicación Social, y en 1985 esta escuela pasa a formar parte de lo que hoy se conoce como la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. (Punin, 2012)

Gabriel García Márquez, quien fue distinguido con el Nobel de Literatura en 1982, afirmó que los reporteros se forman en el ejercicio de la profesión: “Los reporteros se hacen en la universidad de la vida y es ahí donde logran su maestría en el conocimiento y la cultura, y su

doctorado en la calle, entendiendo la humanidad que los rodea” (Martínez, 2003, p.37). Si los reporteros los forma la calle, la academia por ningún motivo debe renunciar a la responsabilidad de formar periodistas. Los egresados de las escuelas de periodismo, tanto de universidades públicas como privadas, *deberían* ser excelentes reporteros y periodistas. Sin embargo, debemos reconocer que los reporteros y periodistas, formados en la calle o en la academia, no siempre hemos realizado bien nuestro trabajo, tal como denuncia Julian Assange, fundador de WikiLeaks, en el libro *Cypherpunks. La libertad y el futuro de Internet* (2013). Si los periodistas hubiesen realizado un buen trabajo, obligando a los gobiernos a cumplir con la transparencia y la rendición de cuentas a la ciudadanía, WikiLeaks no hubiese existido.

2. El periodismo: complejo y siempre indispensable

En el libro *Esencia del periodismo. Ideas, reflexiones y aforismos*, Omar Raúl Martínez (q.e.p.d.), quien se desempeñó como director de la *Revista Mexicana de Comunicación* y presidente de la Fundación Manuel Buendía, afirmó la indispensabilidad del periodismo a partir de una sencilla reflexión: “Sin periodismo, los sucesos del mundo contemporáneo serían incomprensibles” (Martínez, 2003, p.7). El periodismo permite consignar la historia cotidiana de nuestros agitados días. Por esa simple razón resulta indispensable. Sin embargo, hoy particularmente resulta imprescindible porque contribuye a contener la furiosa expansión del *mundo líquido* (Bauman, 2017), proporcionando el indispensable significado a hechos aparentemente aislados, inconexos. Sin el periodismo, prevalecerían la ausencia de sentido, y la carencia de vínculos y fundamentos sólidos con la realidad. El periodismo es un efectivo recurso para atenuar el agobio que producen la impermanencia, la incertidumbre, la mutación, el simulacro, la mentira, los relatos simplificadores, las noticias falsas *-fake news-*. Además, el periodismo *-literatura escrita bajo presión-*, se define a partir de una dimensión necesariamente humanista. En el periodismo, afirmó atinadamente el maestro Miguel Ángel Granados Chapa: “la explicación parte de suponer que los hechos sociales son poliédricos: una cara sería insuficiente” (Martínez, 2003, p.27). El periodismo necesariamente es complejo, y sin duda alguna representa el mejor método de interpretación sucesiva de la realidad. Sobre el periodismo, Octavio Paz Solórzano, quien en 1990 fue distinguido con el Premio

Nobel de Literatura afirmó que el periodista vive en el instante, entre un pasado que se disipa y un futuro que se insinúa. Además, el periodismo no es oficio de creencias sino de dudas. Los periodistas sistemáticamente debemos dudar. El periodista que no duda dejó de ser periodista. Se convirtió en ideólogo -en el mejor de los casos- en bufón del poder (Martínez, 2003, p.33).

En el discurso que Gabriel García Márquez dictó en la 52ª asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, acto celebrado el 7 de octubre de 1996, en Los Ángeles, California, afirmó que el periodismo es “el oficio más bello del mundo”. Desafortunadamente, debemos reconocer que en años recientes, el oficio más bello del mundo se ha convertido en uno de los más peligrosos.

Durante el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto y hasta el 6 de agosto de 2018, fecha en la que enviamos el texto a nuestros editores, 104 periodistas desaparecieron o fueron asesinados en México. En 2012, 24 periodistas desaparecieron o fueron asesinados o desaparecidos; en 2013, 10; en 2014, 15; 19 en 2015; 13 en 2016; 15 en 2017; en 2018 -julio- 8 periodistas.

3. Los retos que Internet ha impuesto al periodismo. Las noticias falsas y el cuestionable manejo de la información personal en algunas redes sociales

Internet, que originalmente se veía como espacio plural, abierto y propositivo, en años recientes ha devenido en un espacio militarizado. Internet “se ha transformado en la facilitadora más peligrosa del totalitarismo jamás vista (...) en una amenaza para la civilización humana”, denunció Julian Assange (2013, p.17). A los cuatro jinetes del Info-Apocalipsis cibernético (pornografía infantil, terrorismo, blanqueo de dinero y guerra a ciertas drogas), los detractores de Internet han agregado una nueva peste: las noticias falsas *-fake news-*.

Al amparo de propósitos pseudoperiodísticos, las noticias falsas responden al propósito de engañar, difamar, distorsionar hechos y situaciones, diseminando desinformación en determinadas audiencias. De acuerdo con Aidan White, director de la Red de Periodismo Ético: la noticia falsa es “toda aquella información fabricada y publicada deliberadamente para engañar e inducir a terceros a creer falsedades o poner en duda hechos verificables” (UNESCO, 2017). En fechas

relativamente recientes, las noticias falsas han alcanzado gran notoriedad.

Anteriormente, las audiencias de los medios tradicionales de comunicación se enfrentaban al problema de la falta de información debido a la censura, la autocensura, el establecimiento de una agenda y al reducido número de fuentes de noticias. Con la llegada de las tecnologías digitales, el problema derivó en una sobrecarga de información, difícil o incluso imposible de asimilar para algunas personas.

El problema al que se enfrentan hoy las diferentes audiencias de los medios es el exceso de información y no a la escasez de ésta. Desde la perspectiva del filósofo francés Jean Baudrillard, en esta era digital, las nuevas tecnologías crean un mundo invivible para la persona que es incapaz de asimilar toda la información que recibe (Baudrillard, 1999). Por tal razón, el rol de un *gatekeeper* digital o un filtro digital resultaría indispensable en esta nueva era, porque sin esta figura, las personas que carecen de capacitación en análisis de información quedarían expuestas a una gran cantidad de datos no depurados que se puede encontrar en la nube, y que podrían impactarlos seriamente. Por supuesto, resulta indispensable tener presente que las noticias falsas ni aparecieron con los nuevos medios sociales ni son exclusivas de estos. Las noticias falsas estaban presentes desde hace mucho tiempo en los diferentes medios de comunicación.

Por ejemplo, existe una historia en la antigua Roma sobre Octavio Augusto (el hijo adoptivo y sucesor de Julio César), quien utilizó una campaña de desinformación para quedarse con la victoria sobre Marco Antonio en la guerra final de la República Romana. Octavio demostró ser un propagandista muy astuto, utilizando consignas cortas y nítidas escritas sobre monedas. Él difundió la idea de que un romano degenerado intentaba subvertir las libertades del pueblo romano para subyugar a Italia y Occidente bajo el dominio de una reina oriental. Octavio aseguraba que Marco Antonio había sido corrompido por Cleopatra, la reina de Egipto. Sin embargo, los republicanos de Roma nunca cayeron en la retórica de Octavio porque lo vieron como lo que era: una noticia falsa.

El “amarillismo” también admite ser considerado como uno de los antecedentes directos de las noticias falsas. En el marco de la guerra

hispano-cubana-estadounidense (1898), William Randolph Hearst, dueño del *Diario de Nueva York*, y Joseph Pulitzer, dueño del *New York World*, practicaron un periodismo amarillista, orientado a incrementar el tiraje de sus diarios. En el marco del referido conflicto la publicación de noticias falsas fue práctica recurrente. Los referidos magnates del periodismo estadounidense convirtieron esa guerra en un atractivo negocio. En el periodismo en tiempos de guerra ha sido frecuente el empleo de noticias falsas. Las guerras representan un atractivo negocio para algunos medios informativos. Desde las salas de redacción de los viejos medios convencionales se han inventado guerras, y también se han fabricado los argumentos necesarios para poder justificarlas ante la opinión pública. En 2003, por ejemplo, para justificar la invasión a Irak, el presidente George W. Bush afirmó que el régimen de Sadam Husein disponía de armas de destrucción masiva. La mayoría de los medios informativos estadounidenses avalaron la necesidad de ocupar Irak para desplazar al terrible tirano. La existencia del arsenal nuclear - el principal pretexto para realizar la invasión- nunca fue demostrada.

Las redes sociales nos han estimulado a hacer pública nuestra vida privada. El núcleo interno de nuestras vidas lo hemos depositado en Internet. La instantaneidad informativa es una de las cualidades inherentes a los nuevos medios, y las redes sociales son extraordinarios canales para rápidamente diseminar información a un bajo costo. Sin embargo, como atinadamente advirtió Neil Postman (1998) toda tecnología siempre produce efectos positivos y negativos en la sociedad. Las tecnologías digitales funcionan como una interfaz que media entre el entorno y el usuario, pero no de forma transparente, sino de manera opaca, a través de un proceso de hipermediación más complejo como el que sugieren Bolter y Grusin (1999):

... como otros medios de comunicación que se han inventado desde el Renacimiento –en particular desde la aparición de la pintura con perspectiva, la fotografía, el cine y la televisión– los nuevos medios digitales oscilan entre la inmediatez y la hipermediatez, entre la transparencia y la opacidad. Esta oscilación es clave para entender cómo un medio reinventa a sus predecesores, así como transforma a sus contemporáneos. Aunque cada medio promete cambiar a sus antecesores ofreciendo una experiencia más auténtica o inmediata que los anteriores, la promesa de reforma nos lleva siempre a ver al nuevo

medio como medio. La inmediatez se convierte en hipermediatez. El proceso de remediación nos vuelve conscientes de que todos los medios son en cierto nivel tan solo un juego de signos, que es algo que nos enseñó el post-estructuralismo. (Bolter y Grusin, 1999, p.19). Traducción propia)

La inmediatez de la que hablan Jay Bolter y Richard Grusin, se puede entender como una ausencia de mediación entre la persona y el entorno. La instalación de un nivel de transparencia que hace imperceptible a la tecnología, y expone directamente ante la audiencia (lector, radioescucha, televidente) los objetos que representa, produciendo una sensación de experiencia auténtica. En cambio, la hipermediatez, pone de manifiesto un acto de mediación. Un tránsito de la transparencia a la opacidad. La idea de que la información llega filtrada a la audiencia a través de un medio o instrumento.

La formidable instantaneidad informativa de las redes sociales favoreció la proliferación de noticias falsas. Debemos tener presente que en algunos países, los nuevos medios digitales se han convertido en los principales canales de información para la mayoría de personas, desplazando a un segundo plano a los medios informativos convencionales, tal como señala el estudio *Reuters Institute Digital News Report 2018* realizado por investigadores adscritos a la agencia Reuters.

En el citado estudio fueron analizados 37 países -México, entre ellos, donde la penetración de Internet fue estimada en 66%- . Uno de los temas centrales en el estudio fueron las noticias falsas y los nuevos medios -los cuales facilitan la difusión de “información errónea”-. Además fue destacada la creciente importancia de las aplicaciones de mensajería para las noticias. Estos son algunos de los principales hallazgos del referido estudio:

...el uso de las redes sociales para las noticias ha comenzado a caer en una serie de mercados clave después de años de crecimiento continuo. El uso ha bajado seis puntos porcentuales en Estados Unidos, y también ha disminuido en el Reino Unido y Francia. Casi todo esto se debe a una disminución específica en el descubrimiento, publicación y distribución de noticias en Facebook. Al mismo tiempo, seguimos viendo un aumento en el uso de aplicaciones de mensajería para las

noticias a medida que los consumidores buscan espacios más privados (y menos conflictivos) para comunicarse. WhatsApp ahora se usa para las noticias en casi la mitad de nuestra muestra de usuarios en línea en Malasia (54%) y Brasil (48%) y en alrededor de la tercera parte en España (36%) y Turquía (30%). En todos los países, el nivel promedio de confianza en las noticias en general se mantiene relativamente estable en 44% (...) El sondeo se realizó antes de que el efecto completo de los cambios en el algoritmo de Facebook de enero entrara en vigor, tal vez con la excepción de los Estados Unidos. Las noticias crecieron constantemente del 27% en 2013 a un pico del 51% antes de retroceder significativamente este año al 45% (-6). Hasta cierto punto, esto representa un reajuste después del frenesí de las redes sociales. (Reuters, 2018, p.11)

Las personas mayores continúan informándose a través de los medios de comunicación convencionales. Los jóvenes no. La creciente amigabilidad de la web y las redes sociales posibilitaron el advenimiento de los prosumidores, los actores comunicativos de la Economía del Conocimiento. En el libro *La Tercera Ola* (1980), Alvin Toffler, reconocido futurólogo, recurrió a los conceptos de prosumismo y prosumidores. En su último libro --*La revolución de la riqueza* (2006)--, explicó la génesis de tales términos y afirmó que los prosumidores representan el fundamento de una nueva Economía Política. En no pocas naciones, México, una de ellas, los prosumidores no recibieron ningún tipo de alfabetización digital. Sus habilidades y competencias digitales son el resultado de frecuentes operaciones de “prueba y error”. El entorno digital es un ambiente propicio para la conversión de no pocos prosumidores en involuntarios propagadores de noticias falsas. Para obtener notoriedad instantánea -suponen muchos-, basta ser el primero en replicar información atractiva, prescindiendo para ello de la indispensable verificación de los hechos y las fuentes -proceso estorboso-. Sin embargo, más allá de la ingenuidad de algunos replicadores, la mayoría de noticias falsas que circulan en las redes sociales fueron cuidadosamente preparadas. Para su propagación, las noticias falsas deben resultar verosímiles.

Las noticias falsas suelen proliferar en tiempos electorales, debido a que se ajustan a la perfección a las campañas de propaganda negra, como la desplegada contra Andrés Manuel López Obrador, candidato

a la presidencia de México por la coalición Juntos Haremos Historia (Escamilla, S.; López, M.J.; Larrea, I., 2018). En la furiosa ofensiva contra el tabasqueño se intentó de todo. El repertorio comprendió el recurso de *bots* y *trolls*; la publicación de sitios web espurios; la “colaboración” --por supuesto “desinteresada”-- de un extenso número de periodistas oficiales; videos difamatorios en YouTube, como *El cielo y el infierno de AMLO*, por ejemplo; miles de llamadas telefónicas amparadas en supuestas encuestas que en realidad respondían al propósito de difamar a López Obrador; páginas en Facebook que fueron contratadas para viralizar noticias falsas, como *Amor a México*; páginas web que afirmaron haber realizado investigaciones periodísticas “inéditas” para “presentar al verdadero Andrés Manuel López Obrador”, como *PejeLeaks* --el cual, tras el triunfo de López Obrador ha sido desactivado--; el sitio web *Retroceso*. (<http://www.retroceso.com>).

En el referido sitio web --concebido también para descalificar la credibilidad informativa del semanario *Proceso*--, todas las notas respondían al propósito de desacreditar a López Obrador, y “estaban firmadas por 'jorge damian castañeda martinez', escrito así, sin mayúsculas en las iniciales ni tildes, y estaban acompañadas de una foto del supuesto autor” (BBC, 2018). Sin embargo, la imagen del supuesto autor de las notas difamatorias en realidad correspondía a Saúl Magallanes Luna, presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en Monax, Zacatecas, quien afirmó no tener ningún vínculo con el mencionado sitio web. Además, en las calles y avenidas de las principales ciudades fueron distribuidos volantes apócrifos que respondían al propósito de difamar al Movimiento Regeneración Nacional (Morena), atribuyéndole la intención de afectar las creencias religiosas de la mayoría de los mexicanos.

Para haber realizado todo lo anterior, fue indispensable contar con un presupuesto considerable. Sin embargo, por lo menos en esta ocasión el costoso repertorio de operaciones en materia de propaganda negra no dio los resultados esperados. Ello en buena medida fue posible gracias a la participación de ciudadanos y periodistas independientes, quienes impulsaron imaginativas iniciativas, como #NoMásFakes¹¹ -de

¹¹ Véase https://www.facebook.com/hashtag/nom%C3%A1sfakes?source=feed_text.

Marco Levario, director de la revista *Etcétera*. Tal iniciativa antecedió a #Verificado2018,¹² proyecto que encabezó el portal informativo *Animal Político*, al cual se sumaron algunos medios de comunicación que comprendieron la importancia de contrarrestar la propagación de noticias falsas en tiempos electorales. Las noticias falsas no deben combatirse con iniciativas restrictivas que normalicen la censura. El efectivo combate a las noticias falsas parte de la educación -siempre la mejor respuesta a los grandes problemas sociales-. Indispensable impulsar la alfabetización digital.

Algunos especialistas en temas de tecnopolítica sostienen que las noticias falsas también podrían servir al propósito de mermar la credibilidad informativa de los nuevos medios digitales. Ello, sin embargo, resulta poco factible. El comportamiento de los grandes medios digitales no precisamente admite ser considerado como ejemplar. Simplemente recordemos el caso de Cambridge Analytica (CA), la firma británica que detonó el mayor escándalo en la historia de Facebook al afectar los datos personales de 87 millones de usuarios. La crisis de confianza en Facebook dio inicio el 17 de marzo de 2018, cuando el diario *The New York Times* dio a conocer que Christopher Wylie, canadiense, de 28 años, exdirector tecnológico de CA, afirmó que la compañía para la cual laboraba había comprado a Facebook los datos de millones de usuarios sin su consentimiento. Wylie además afirmó que CA había creado una sofisticada maquinaria para manipular las decisiones de los votantes, la cual observó un rol protagónico en la campaña de Donald Trump en pos de la presidencia de Estados Unidos. CA además participó en el Brexit, y directivos de la empresa llegaron al extremo de atribuirse el triunfo de la opción a favor de abandonar la Unión Europea en tan polémico plebiscito (La Vanguardia, 2018). En los primeros días de abril de 2018, Facebook reveló que 81.6% de los datos sustraídos por CA procedieron de usuarios estadounidenses (70 millones 632 mil personas). En el listado del mayor número de usuarios afectados por país, México fue ubicado en el quinto sitio, con 789,880 usuarios, los cuales representaron poco menos del uno por ciento del total de usuarios afectados. Si bien, CA finalmente quebró, la reputación de Facebook sufrió un profundo deterioro que incluso se reflejó en la sensible disminución en el valor

¹² Véase <https://www.facebook.com/Verificado2018/>

de sus acciones en la bolsa -en tan solo dos días Facebook perdió 10 por ciento de su valor-.

2018 ha resultado ser un año sumamente complicado para Facebook, la red social más popular en el mundo, que de acuerdo con lo asentado en el reporte *Digital in 2018. Global Overview*, cuenta con 2,167 millones de usuarios (febrero de 2018). En enero de 2018, en el marco del Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF), también conocido como Foro de Davos,¹³ en una conferencia que reunió a un selecto número de periodistas, George Soros, de 87 años de edad,¹⁴ influyente especulador financiero, sorprendió al auditorio al cuestionar abiertamente a Google y Facebook, señalando que esas compañías, que en principio parecían ser innovadoras, se han convertido en poderosos monopolios que obstaculizan la innovación, según Sputnik Mundo (2018): “Las redes sociales engañan a sus usuarios manipulando su atención y dirigiéndola hacia sus propios intereses económicos”. Según Soros, quien a través de la firma Quantum Fund tiene alguna participación accionaria en Facebook: “algo muy dañino y posiblemente irreversible le está sucediendo al pensamiento humano en nuestra era digital”. Las redes sociales -afirmó- son como los casinos y generan conscientemente dependencia en los jugadores. Facebook y Google han desarrollado un método para dirigir el pensamiento de la gente. Han manipulado a sus usuarios hasta convertirlos en adictos a la redes. Quienes viven en la era digital corren el peligro de perder su libertad espiritual y, por lo tanto, pueden ser fácilmente manipuladas, declaró. Las consecuencias -destacó- serán nefastas para la democracia, ya que estas empresas controlarán también el voto, como ya ocurrió con el “Brexit” o con Donald Trump: "Esto puede conducir a la creación de una red de control totalitario que ni siquiera Aldous Huxley o George Orwell podrían haberse imaginado". Las sociedades abiertas y democráticas -denunció Soros, quien es seguidor del pensamiento de

¹³ El Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF), también conocido como Foro de Davos, se lleva a cabo cada año, a finales de enero, desde 1991, en el Monte de Davos, en Suiza. El acto reúne a los principales líderes empresariales, líderes políticos, periodistas e intelectuales, quienes analizan los grandes problemas en el mundo.

¹⁴ George Soros -Schwartz György- nació en Budapest, Hungría, el 12 de agosto de 1930. Especulador financiero, presidente de Soros Fund Management y fundador de Quantum Fund, es señalado como responsable de la quiebra del Banco de Inglaterra, el 16 de septiembre de 1992, operación por la cual obtuvo ganancias estimadas en 1,000 millones de dólares. Hoy es uno de los hombres más ricos del mundo.

Karl Popper- están en peligro. Al final, serán potencias con pocos escrúpulos -mencionó a China, Rusia, Filipinas e incluso Estados Unidos con Donald Trump, las que dominen las redes-. Soros -quien además cuestionó el bitcoin al afirmar que no es una moneda y que sus frecuentes subidas y bajadas son expresión de las “burbujas típicas” que encajan perfectamente en regímenes autoritarios, pronosticó tiempos difíciles para Google y Facebook debido a la combinación de regulaciones, altos impuestos y acciones de la Unión Europea para asegurar un mercado competitivo. Es solo cuestión de tiempo que su dominio termine, opinó. "Davos es un buen lugar para proclamar que sus días están contados", declaró.

Los cuestionamientos expresados por Soros se sumaron a la ofensiva que han emprendido algunos ilustres “arrepentidos” de las redes sociales, como Roger McNamee, inversor en los primeros días de Facebook y de Google, quien publicó un interesante artículo señalando que ambas compañías “amenazan la salud pública y la democracia” (McNamee, 2017). Sean Parker, primer presidente de Facebook -quien cambió el nombre original “thefacebook” a Facebook-, afirmó que esa red social explota la “vulnerabilidad de la psicología humana” para crear adicción entre sus usuarios (La Nación, 2017). También Chamath Palihapitiya, quien se desempeñó como vicepresidente de Facebook, acusó a esa red social por “estar desgarrando el entramado actual del funcionamiento de la sociedad” (Laviana, 2018).

El martes 10 de abril, en medio de la crisis más grave que ha enfrentado Facebook en su historia, Mark Zuckerberg, presidente y creador de Facebook, se vio en la necesidad de responder a los cuestionamientos de algunos miembros de las comisiones de Judicatura y Comercio del Senado de Estados Unidos. Sin embargo, esa no fue la primera vez que Facebook ha sido cuestionada por el manejo de la información que le han confiado sus usuarios. Como atinadamente documentó Emilio Godoy (2018) en el semanario *Proceso*, en marzo de 2010 Facebook fue acusada debido a que su servicio Beacon rastreaba las compras de los usuarios y compartía esa información con los “amigos”. Para evitar el juicio, Facebook llegó a un acuerdo extrajudicial y pagó 9 millones 500 mil dólares. En 2012 procedió de forma similar con otra demanda colectiva por haber utilizado los nombres de algunos usuarios para promover determinados productos en la sección de historias

patrocinadas, sin contar con su permiso. Por ello debió pagar 20 millones de dólares en un acuerdo extrajudicial. En mayo de 2017, la autoridad francesa dedicada a la protección de datos penalizó a Facebook con 185 mil dólares, y el 11 de septiembre, la Agencia Española de Protección de Datos anunció que le impondría una multa por 1 millón 481 mil dólares por violaciones a la regulación en materia de protección de datos.

Sobre Facebook pesa un amplio historial de señalamientos y sanciones por vulnerar sistemáticamente la privacidad de los datos de sus usuarios. A Brian Acton, cofundador de WhatsApp, se atribuye la génesis de ese movimiento *#DeleteFacebook*. Elon Musk, fundador de SpaceX y Tesla no dudó en sumarse a la iniciativa, y dio de baja las páginas en Facebook de Tesla (que tenían más de 2,4 millones de “Me Gusta”), así como de Space X (más de 2.7 millones de seguidores). Musk además afirmó estar dispuesto a comprar Facebook para destruirlo (Alternative Science, 2018). El domingo 8 de abril, Steve Wozniak, cofundador de Apple, decidió sumarse a las protestas contra Facebook y también borró su cuenta, afirmando sentirse “indignado” por la forma como ha manejado la información personal de sus usuarios (El Universal, 2018). Para salir lo mejor librado posible de tan delicada crisis, Zuckerberg destacó su intención de explorar un servicio por pago “que protegiese de otras maneras la información de sus usuarios” (Castillo, 2018).

El domingo 3 de junio, el diario *The New York Times* (2018) publicó el reportaje “Facebook Gave Device Makers Deep Access to Data on Users and Friends”, en el cual denunció que esa red social había dado acceso a fabricantes de dispositivos chinos (Huawei, Lenovo, Oppo y TLC), a información de amigos de los usuarios de Facebook sin su consentimiento expreso (información relativa al historial laboral, situación personal y los “me gusta”). Ese mismo día, Facebook respondió a través de Ime Archibong, vicepresidente de la asociación de productos (Archibong, 2018). Dos días después, el martes 5 de junio, *The New York Times* (2018) señaló que las referidas firmas chinas han sido señaladas como amenaza a la seguridad nacional por funcionarios de la inteligencia estadounidense, debido a sus estrechos nexos con el Partido Comunista y el gobierno chino. Además, Facebook compartió con Amazon, Apple, BlackBerry y Samsung

información de los amigos de los usuarios de esa red social, sin su consentimiento expreso. Tal comportamiento se aparta de una orden de consentimiento que Facebook acordó con la Comisión Federal de Comercio en 2011. Facebook se comprometió a cancelar el acuerdo con Huawei. Sin embargo, las nuevas revelaciones dieron un segundo aire a la iniciativa #DeleteFacebook. En una editorial del diario *The New York Times* (2018), “Can Facebook Be Cut Down to Size”, publicada el martes 5 de junio, se afirma que Facebook se ha convertido en la empresa de comunicación más poderosa del mundo. Ello implica grandes riesgos. Por ende, convendría considerar la posibilidad de dividirla, tal como ocurrió con AT&T en 1984. La apertura de la industria de la telefonía favoreció la instauración de un efectivo sistema de competencia, con amplios beneficios para los usuarios de los servicios de telefonía en términos de opciones y mejores precios.

La cinta *The circle* (2017) --en castellano: *El círculo*--, dirigida por James Ponsoldt, basada en la novela homónima que en 2013 escribió Dave Eggers, anticipó la posibilidad de que una firma de Internet pudiera convertir la supresión de la privacidad en un gran negocio. Imposible no asociar esa película con Facebook. Cuando Julian Assange aseveró que Facebook es la "máquina de espionaje más espantosa jamás inventada. Los usuarios están creando la base de datos más completa del mundo para la inteligencia de los Estados Unidos” (CSO, 2011). Las afirmaciones del fundador de WikiLeaks fueron consideradas como de propias de la ciencia ficción por no pocas personas. Poco después Edward Snowden definió a Facebook como “una compañía de vigilancia rebautizada como red social” (Araujo, 2018). Facebook es el panóptico perfecto. forzado por las circunstancias tan adversas, Mark Zuckerberg reconoció que Facebook escanea el contenido de todos los mensajes privados en Messenger (Collins, 2018).

Para limpiar la negativa imagen de Facebook, Zuckerberg ha pretendido posicionarse como gran promotor de la conectividad mundial. Por tal motivo, el 20 de agosto de 2013 lanzó el proyecto Internet.org para acelerar la penetración de Internet en el mundo. Sin embargo, la iniciativa fue comprada por la prensa especializada con el Project Loon, de Google. El 26 de septiembre de 2015, Facebook anunció el nuevo nombre de la iniciativa de Zuckerberg destinada a

acelerar la penetración mundial de Internet: Free Basics. A pesar de tan nobles propósitos, la agresiva imagen empresarial de Zuckerberg prevaleció, confirmándose con la compra de WhatsApp, CrowdTangle, Instagram así como en los fallidos intentos por adquirir Snapchat.

Hoy Facebook es una de las marcas más valiosas en el mundo. Los principales reportes especializados en establecer cuáles son las marcas más valiosas del mundo, ubican a Facebook en el selecto *top ten*. El estudio *The Most Valuable Brands*, realizado por Forbes (2018) instaló a Facebook en la cuarta posición entre las marcas más valiosas. La firma Interbrand, en el estudio *Best Global Brands 2017* ubicó a Facebook en el décimo lugar. En el estudio *2018 BrandZ Top 100 Global Brands*, Kantar Millward Brown instaló a Facebook en el sexto sitio. Además, la fortuna de Mark Zuckerberg fue estimada por Forbes en \$73,200 M. Esa cifra convirtió a Zuckerberg en el quinto hombre más acaudalado. Sin embargo, además del desprestigio que Facebook ha venido acumulando a pulso, un considerable número de usuarios jóvenes han decidido abandonar esa red social por una sencilla razón: sus padres y hermanos mayores están en Facebook.

4. Periodismo y democracia

La organización Freedom House (2018) realizó un interesante estudio sobre el estado de la libertad de expresión en Internet: *Freedom on the Net 2017 Manipulating Social Media to Undermine Democracy*. Al momento de concluir este texto, la versión correspondiente a 2018 aún no estaba disponible en la red. El mencionado reporte comprendió 65 naciones. Por séptimo año consecutivo —el estudio es realizado desde 2009- se registró una sensible disminución en la libertad de expresión en Internet. Los gobiernos “han aumentado drásticamente sus esfuerzos para manipular la información en las redes sociales durante el año pasado”.

Freedom House estimó 3 mil 400 millones de usuarios de Internet en el mundo -vale la pena señalar que la Internet World Stats (2018) estimó 4,156,932,140 usuarios de Internet en diciembre de 2017. Del total de usuarios de Internet en el mundo estimado por Freedom House, 63 por ciento vive en países donde los usuarios de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) son arrestados por publicar contenidos sobre política, problemas sociales y religiosos; 62

por ciento vive en naciones donde las personas han sido atacadas o asesinadas por las actividades que realizan en línea desde junio de 2016; 52 por ciento vive en países donde las redes sociales, aplicaciones de mensajería o redes sociales fueron bloqueadas en 2016; 47 por ciento vive en naciones en las cuales las personas que participan en discusiones de temas lésbico-gay-bisexuales-transexuales-travestis-intersex (LGBTI) pueden ser castigadas; 43 por ciento vive en países en los cuales los gobiernos desconectaron Internet fijo o móvil, así como y accesos telefónicos, principalmente por razones políticas: 42 por ciento vive en naciones donde los gobiernos emplean ejércitos de *opinion shapers* –manipuladores de opinión– para propagar las opiniones del gobierno en las redes sociales, descalificando a posibles detractores. Y poco menos de una cuarta parte de los usuarios de Internet residen en países donde el acceso a Internet es gratuito.

El número de gobiernos que pretende controlar las discusiones en línea ha incrementado. Los gobiernos de Venezuela, Filipinas y Turquía destacan en el empleo de ejércitos organizados de *opinion shapers*. El empleo de noticias falsas, *hackers*, *bots*, *trolls* y otras formas de manipulación, como propaganda en línea, medios falsos, además del aprovechamiento de algoritmos de búsqueda para garantizar mejor visibilidad y “una integración perfecta con el contenido de confianza”, no solo fue una práctica recurrente en las elecciones presidenciales en Estados Unidos, Freedom House documentó similares prácticas en 17 naciones.

Vale la pena destacar que México de nueva cuenta fue ubicado en la relación de países “parcialmente libres”. El reporte de Freedom House dedica las siguientes líneas a México:

...en México, se estima la existencia de 75,000 cuentas automatizadas, conocidas coloquialmente como Peñabots, las cuales han sido empleados para abrumar a la oposición política en Twitter. Cuando aparece un nuevo *hashtag* que pudiera crear conciencia sobre un escándalo, protesta o corrupción, patrocinadores del gobierno emplean dos métodos para jugar a favor del presidente Enrique Peña Nieto. El primero, por medio de bots promueven *hashtags* alternativos para expulsa el *hashtag* original de la lista de los 10 primeros. El segundo, conocido como "intoxicación con *hashtag*", los bots inundan el *hashtag* antigubernamental con publicaciones irrelevantes para enterrar

cualquier información útil. El envenenamiento por *hashtag* puede tener consecuencias en el mundo real: no se puede acceder a los mapas de la actividad policial y las rutas seguras de salida, muchos pacíficos manifestantes en México no pudieron huir de las zonas peligrosas y en su lugar se enfrentó una fuerza excesiva por parte de la policía.

Freedom House también consignó la penosa transformación de “activistas” en “peñabots”: “En México, se estima que hay 75,000 cuentas automatizadas conocidas coloquialmente como Peñabots han sido empleados para abrumar a la oposición política en Twitter”. Debido al acoso a periodistas, ciudadanos, miembros de organizaciones no gubernamentales y defensores de derechos humanos por ejércitos de *bots* y *trolls*, la organización Reporteros sin Fronteras (2018) publicó el documento *Acoso en Línea a periodistas: Cuando los trolls arremeten contra la prensa*. Reporteros sin Fronteras que recurrió Alberto Escorcía, periodista de investigación mexicano, especialista en temas de propaganda automatizada, y en el referido texto se afirma:

... en México, las redes sociales se convirtieron en un nuevo campo de batalla durante las campañas electorales. Esto fue patente sobre todo en las elecciones presidenciales de julio de 2018, cuando bandas de trolls emprendieron luchas a golpe de hashtags masivos en las redes sociales a favor de un candidato, a fin de que se convirtiera en trending topic (palabras clave a seguir en Twitter). Se logró constatar que estos aplausos virtuales provenían de programas informáticos. Como consecuencia, la difusión de información falsa afectó el debate público, ahogando los contenidos periodísticos y creando una asimetría en la información. Para los ciudadanos mexicanos se ha vuelto cada vez más difícil distinguir el contenido periodístico de la propaganda o de los datos manipulados; 18% de los contenidos difundidos en Twitter es creado por bots y por *influencers* (líderes de opinión).

De acuerdo con lo asentado en el estudio *Freedom in the World 2018, Democracy in crisis*, de Freedom House, en los doce años recientes ha decaído la libertad global. La democracia enfrenta la crisis más severa en décadas. En 2017, los derechos políticos y las libertades civiles en el mundo se deterioraron hasta su nivel más bajo en la presente década. Disminuyeron los derechos políticos y las libertades civiles en 71 países. Únicamente en 35 naciones se registraron algunos adelantos en

la materia. Según lo asentado en el referido reporte, en 45 por ciento de las naciones hay libertad; 30 por ciento gozan de relativa libertad y en 25 por ciento no hay libertades. En cuanto a la población mundial, 39 por ciento goza de libertades; 24 por ciento parcialmente, y 37 por ciento no tiene libertades. En la gran mayoría de naciones en América Latina se goza de libertad. México, sin embargo, fue ubicado en el reducido número de naciones que presentan una relativa libertad. Ello resulta muy lamentable y debería preocuparnos. En el citado reporte se dedican las siguientes líneas a México: “La asediada administración de México se resistió a las reformas que ayudarían a abordar la corrupción desenfrenada, el crimen organizado y un sistema de justicia en ruinas”. Además, México fue ubicado en la relación de países a observar en 2018.

Conclusiones

Las nuevas tecnologías no solo han extendido las funciones y capacidades del ser humano sino el mismo poder de los medios de comunicación convencionales, como la prensa escrita, el cine, la radio y la televisión. El *smartphone* se ha convertido en una extensión del propio teléfono celular “convencional”; la *laptop* ha derivado de la computadora personal de escritorio; las tabletas o lectores digitales son hoy una evolución del libro o del periódico impreso; en general todas las nuevas herramientas digitales funcionan como una extensión o amplificación de versiones convencionales que les antecedieron. El periodismo se ha reconfigurado como consecuencia de la introducción de nuevas tecnologías. Esto demanda una mayor preparación para el periodista que, como ya hemos señalado, no siempre ha realizado bien su trabajo. El periodismo es hoy más complejo que nunca.

En un entorno tan confuso y saturado de datos, el rol del periodista consiste no solo en presentar los diferentes ángulos de la noticia, sino en fungir como *gatekeeper* de la información, que realiza verificaciones de hechos y fuentes para contribuir al conocimiento de las audiencias y evitar así la propagación de noticias falsas y los efectos negativos de éstas. Los gobiernos han elevado drásticamente sus esfuerzos para controlar y manipular la información en las redes sociales en los últimos años, y los periodistas deben combatir constantemente contra las restricciones, las presiones y las amenazas que intentan limitar su trabajo en este nuevo ambiente digital.

Hoy las percepciones y acciones de las nuevas generaciones que forman parte de esta nueva cultura digital distan mucho de las que tienen o tenían las generaciones anteriores (generaciones X y Baby Boomers). Aparecen nuevos referentes, nuevos significados, y nuevas inspiraciones, aspiraciones y motivaciones detonadas en gran medida por el desarrollo tecnológico. Lo que antes era importante para una generación probablemente hoy no tiene tanto valor para otra. Los medios de información, y entretenimiento han cambiado nuevamente para las nuevas generaciones. La radio y la televisión, tal y como los conocíamos, han pasado a un segundo plano porque hay una notable preferencia por los medios digitales. Las redes sociales ocupan el lugar que tenían algunos medios convencionales de comunicación, y son consideradas hoy como una eficaz herramienta de influencia. Se han producido cambios en la gestión de los procesos, contextos y estructuras de los medios de comunicación convencionales por la aparición de los nuevos medios.

La nueva ecología digital revela una serie de retos y oportunidades para el periodismo. Toda tecnología, aunque también abre un sinfín de posibilidades, impone ciertas limitaciones. Sin embargo, cuanto más la usen las personas, más se amoldarán a su forma, estructura y función.

Fuentes de consulta

- Alternative Science (2018). Elon Musk Offers To Buy And Then Delete Facebook. Recuperado de <https://alternative-science.com/technology/elon-musk-facebook>
- Araujo, S. (2018). Facebook es una compañía de vigilancia rebautizada como red social. *Genbeta*. Recuperado de <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/facebook-es-una-compania-de-vigilancia-rebautizada-como-red-social-afirma-edward-snowden>
- Archibong, I. (2018). Why we disagree with The New York Times. *Newsroom*. Recuperado de <https://newsroom.fb.com/news/2018/06/why-we-disagree-with-the-nyt/>
- Assange, J. (2013). *Cypherpunks. La libertad y el futuro de Internet*. México: Planeta.

- Baudrillard, J. (28 de septiembre de 1999). Internet crea un mundo invivible para el hombre. *El Mundo*, 28 de septiembre. Madrid. Recuperado de <http://www.elmundo.es/navegante/99/septiembre/28/francia.html>
- Bauman, Z. (2017). *Reflexiones sobre un mundo líquido*. Bogotá, Colombia: Paidós.
- BBC (2018). México: Retroceso, la controvertida página web que difunde noticias falsas sobre Andrés Manuel López Obrador - AMLO- y se volvió viral en 5 días. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44316384>
- Bolter, J. D. y Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
- Castillo, T. (2018). Mark Zuckerberg ha abierto la puerta a un Facebook de pago; ese puede ser el precio de la privacidad. *Genbeta*. Recuperado de <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/mark-zuckerberg-ha-abierto-la-puerta-a-un-facebook-de-pago-ese-puede-ser-el-precio-de-la-privacidad>
- Collins, T. (2018). Mark Zuckerberg admits Facebook scans some of the contents of your private Messenger conversations in the latest blow to the scandal hit firm. *MailOnline*. Recuperado de <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-5578619/Facebook-scans-contents-private-Messenger-texts.html>
- CSO (2011). Julian Assange: Facebook is a spy machine for US intelligence. *Csoonline*. Recuperado de <https://www.csoonline.com/article/2229148/microsoft-subnet/microsoft-subnet-julian-assange-facebook-is-a-spy-machine-for-us-intelligence.html>
- El Universal (9 de abril de 2018). Steve Wozniak se une a Musk y abandona Facebook. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/techbit/steve-wozniak-se-une-musk-y-abandona-facebook>
- Escamilla, S.; López, M.J.; Larrea, I. (31 de mayo de 2018). Verificado 2018. Nace Retroceso.com, sitio dedicado a difundir notas falsas. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/verificado-2018-nace-retrocesocom-sitio-dedicado-difundir-notas-falsas>
- Forbes (2018). The World's Most Valuable Brands. Recuperado de <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>
- Freedom House (2018). Manipulating Social Media to Undermine Democracy. Recuperado de

- <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017>
- Freedom House (2018). Freedom in the World 2018. Democracy in crisis. Recuperado de <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2018>
- Godoy, E. (10 de abril de 2018). Facebook, en la mira de la justicia. *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/529277/facebook-en-la-mira-de-la-justicia>
- Interbrand (2017). Best Global Brands 2017. Recuperado de <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/>
- Internet World Stats (2018). World Internet Users and 2018 Population Stats. Recuperado de <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- La Nación (13 de diciembre de 2017). “Los primeros empleados de Facebook ponen en duda la utilidad de la red social”. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2091148-los-primeros-empleados-de-facebook-ponen-en-duda-la-utilidad-de-la-red-social>
- La Vanguardia (17 de abril de 2018). Cambridge Analytica elaboró una estrategia para sumar votos al Brexit en el referéndum británico. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180417/442649333025/cambridge-analytica-brexit-referendum.html>
- Laviana, J. (1 de febrero de 2018). Internet o la pérdida de voluntad. *La Opinión de Murcia*. Recuperado de <http://www.laopiniondemurcia.es/opinion/2018/02/01/internet-o-perdida-voluntad/894530.html>
- Martínez, O.R. (2003). *Esencia del periodismo. Ideas, reflexiones y aforismos*. México: Fundación Manuel Buendía-Gobierno del Estado de Puebla.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- McNamee, R. (11 de noviembre de 2017). How Facebook and Google threaten public health and democracy. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/nov/11/facebook-google-public-health-democracy>

- Millward Brown (2018). 2018 BrandZ Top 100 Global Brands. Recuperado de <http://brandz.com/charting/54>
- Postman, N. (1998). Five Things We Need to Know About Technological Change. Charla en Denver. Recuperado de <http://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf>
- Punín, M. (mayo-junio 2012). “Los estudios de comunicación social / periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia”. *Razón y Palabra*, número 79. Recuperado de http://oldversion.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf
- Reporteros sin Fronteras (2018). Acoso en línea a periodistas: Cuando los trolls arremeten contra la prensa. Recuperado de https://rsf.org/sites/default/files/rapport_cyber_violence_es_0.pdf
- Reuters (2018). *Digital News Report 2018*. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>
- Sputnik Mundo* (26 de enero de 2018). Soros elige a un nuevo y poderoso enemigo y pronostica su cercano fin. Recuperado de <https://mundo.sputniknews.com/sociedad/20180126107577544-7-george-soros-davos-discurso-facebook-google/>
- The New York Times (5 de junio de 2018). Can Facebook Be Cut Down To Size?. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2018/06/05/opinion/facebook-china-privacy-data-security.html>
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. México: Edivisión.
- Salgado, C. (julio-septiembre de 2017). Información falsa: la opinion de los periodistas. *El Correo de la Unesco*. Recuperado de <https://es.unesco.org/courier/2017-julio-septiembre/informacion-falsa-opinion-periodistas>