

## La proliferación de las “fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática

### *The proliferation of the “fake news” and its algorithms damages the democratic culture*

Magaly Parreira do Prado, Universidad de S. Paulo,  
Avenida Prof. Almeida Prado, 1280, Butantã - São Paulo (Brazil)  
[magalyprado@usp.br](mailto:magalyprado@usp.br) | Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2792-0264>

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.06>

#### Resumen

El objetivo es conjeturar sobre "fake news" (FN) priorizando los tiempos en la trayectoria de Internet con la eclosión de las redes sociales, de la atroz recentida de que pone en riesgo la credibilidad del periodismo, justificando así la pérdida de audiencia para el espacio numérico. Al emparejar la noticiabilidad, las FN se estiman rápidamente con el crecimiento de la republicación por el público, que acata a las FN como verdad. De esta forma, impulsa los algoritmos, intensificando la visibilidad del desorden de la información. Las computadoras son máquinas algorítmicas, diseñadas para almacenar y leer datos, aplicar procedimientos matemáticos de forma controlada. Y un programa de computadora es un algoritmo que indica los pasos específicos y en qué orden se deben ejecutar para llegar a la nueva información. Con el análisis de comportamiento – ejemplo de input y output, cuando el usuario entra con informaciones y la máquina devuelve resultados a partir de los datos obtenidos, como un proceso de cognición computacional, con interpretación de los signos de los

Forma de citar:

Parreira do Prado, M. (2019). La proliferación de las “fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 89-106. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i45.06

usuarios. El software cruza informaciones y muestra cómo navegar por la emoción de los perfilados – con acceso a lo que rodea comunidades reconociendo signos similares, re combinados, estimulando vieses. La Inteligencia Artificial contribuye al automatizar los procesos, permitiendo la creación de manipulaciones persuasivas y posibilitando desinformaciones personalizadas con eficiencia. Después de la revisión literaria, sin conclusiones, el resultado es la impresión de que los algoritmos son cajas negras sin supervisión o regulación y es imprescindible que cuestionemos las implicaciones del giro algorítmico.

### **Abstract**

*The objective is to conjecture about "fake news" (FN) prioritizing the times in the trajectory of the Internet with the emergence of social networks, the atrocious recentity that puts the credibility of journalism at risk, justifying the loss of audience for the numerical space. When the newsworthiness is matched, the FNs are estimated quickly with the growth of the republication by the public, which accepts the FN as true. In this way, it drives the algorithms, intensifying the visibility of information clutter. Computers are algorithmic machines, designed to store and read data, apply mathematical procedures in a controlled manner. In addition, a computer program is an algorithm that indicates the specific steps and in what order they should be executed to arrive at the new information. With the analysis of behavior - example of input and output, when the user enters with information and the machine returns results from the data obtained, as a process of computational cognition, with interpretation of user signs. The software crosses information and shows how to navigate the excitement of profiling - with access to surrounding communities recognizing similar signs, recombining, stimulating vieses. Artificial Intelligence contributes to automate processes, allowing the creation of persuasive manipulations and enabling personalized disinformation with efficiency. After the literary review, without conclusions, the result is the impression that the algorithms are black boxes without supervision or regulation and it is imperative that we question the implications of the algorithmic turn.*

**Palabras claves:** Algoritmo, fake news, redes sociales, inteligencia artificial, periodismo.

**Keywords:** Algorithm, fake news, social networks, artificial intelligence, journalism.

## **1. INTRODUCCIÓN**

“Las fake news, la construcción de una falsedad es algo que la gente pensaba que era normal, ya existía. Pero, profesionalmente es algo nuevo. Fueron una parte del debate político, como si fueran algo normal. Estamos impactados y traumatizados por el universo de la comunicación estar colonizado por las falsas noticias”  
(Ramonet, 2018, en línea).

El objetivo de este ensayo es hablar de “fake news” (FN) y la idea es priorizar el éxito de los tiempos en la trayectoria de Internet con la eclosión de las redes sociales y mensajeros instantáneos. De la atroz recentidad que pone en riesgo la credibilidad del periodismo – ya padeciendo de la pérdida de audiencia para el espacio numérico – por tanto, la metodología ha consistido en una revisión de la literatura concerniente al ámbito.

A través de una aproximación teórica-descriptiva combinada a la revisión y crítica de la literatura sobre el tema y de las observaciones y consecuentes constataciones de experiencias podemos elucubrar lo que diremos en este estudio. En el intento de barajar la noticia, las FN alcanzan un esparcimiento rápido con la fuerza del crecimiento de la republicación por el público, que acata a las FN como verdad, impulsando así los algoritmos de las redes. Así pasan a intensificar la visibilidad del desorden de la información de manera progresiva y, por consiguiente, a venir, confluyendo en el fortalecimiento de los “filtro-burbujas” de información.

Es posible percibir que no se puede más hacer periodismo sólo para el público convencional. Los lectores de hoy son internautas (muchas veces interagentes), están hiperconectados en las redes sociales e incluso, o vienen (audios y vídeos). Mientras navegan, mientras que andan, por lo tanto, no debemos nunca dissociarnos de ellos. Podemos poner en paralelo el encadenamiento de argumentos traídos por Santaella (2010) al decir que “las discusiones se intensificaron *pari passu* a la intensificación del carácter fluido y fugaz de las comunidades virtuales generadas y mantenidas a partir de las comunicaciones a través de dispositivos móviles”. Así, como ya señaló la pensadora:

Las conclusiones más saludables son aquellas que enfatizan que la importancia de las comunidades virtuales está en el espacio creado por la comunicación, un espacio en el que las relaciones interpersonales de confianza, afinidad y reciprocidad se mantienen voluntariamente y no sencillamente porque se encuentra en un mismo lugar físico. (Santaella, 2010, p. 3)

En línea, obviamente, la audiencia es diferente porque es, sin siquiera percibir, interactiva y puede ser con buena predisposición: participativa. Conforme a Bradshaw, “estamos migrando de un modelo de distribución en el que la audiencia está activamente comprometida para otro en que, según Danah Boyd”:

Es periféricamente consciente de la información en la medida en que ésta fluye, agarrándola en el preciso momento en que es relevante, valiosa, divertida o

perspicaz. Para estar viviendo con, y alrededor de la información. La mayor parte de esta información es información social, pero algo de esto es información de entretenimiento o noticias o información pro-diana. (Boyd, 2010 como se cita en Bradshaw, 2014, p. 113)

### 1.1. Aproximación teórica-descriptiva al concepto

La expresión *fake news* no puede ser traducida al “pie de la letra”, porque si son falsos no son noticias, pues en el periodismo, en principio, no existe noticia falsa, tanto que una de las reglas es la verificación de los hechos antes de la publicación. Sin embargo, la expresión abarca varias categorías – noticias fraudulentas o frágiles; información falsa (en general con fuentes forjadas), manipulada, adulterada o fabricada o “plantada” (con la intención de engañar); (que no se puede ver ni mal, sino que, a veces, fuera de contexto, para causar daños [mal informados]; noticias antiguas viejas; sensacionalismo (propio de los tabloides) mentiras, maquillajes, rumores, hechos alternativos etc. – todas amenazan la calidad del periodismo.

Desinformación, término de los más usados, es “una información falsa que es deliberadamente creada o diseminada con el propósito expreso de causar daño. Los productores de desinformación normalmente tienen motivaciones políticas, financieras, psicológicas o sociales” (Wardle, Derakshan, 2017).

En otra definición:

Cuando las informaciones inventadas para producir lucros o comprometer la reputación de las personas pasan a influir en el debate público en las redes y fuera de ellas. Una característica central de ese contenido es que son producidos de forma organizada e intencional para engañar. (CGI, 2018, p. 38)

#### 1.1.1. Redes sociales digitales y cultura algorítmica. Revisión teórica

La Teoría del Actor-Red, de Bruno Latour, se acerca mucho a la propia idea de red social. Por eso, conforme a Santaella y Lemos (2010, p. 32), la teoría de Latour es apropiada para estudiar las redes sociales, especialmente las digitales (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749). Tanto el objetivo de este breve estudio.

Latour sustituye la idea de causa por la idea de actante (aquel que hace hacer), un tipo de mediador que opera acciones de modo autómatas. Algo que lleva a, que actúa, que irrumpe. La idea de actante tiene la ventaja etimológica de diferenciarse de aquella de actor por no ser centrada en un sujeto específico, sino directo en el producto de un grupo de elementos puestos en funcionamiento conjuntamente (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749). “Este funcionalismo extremado, capaz de anunciar indistinción funcional entre sujeto / objeto, en la medida en que ambos son productores de resultados, hace

de la Teoría del Actor-Red una osada Teoría de las Redes", afirman los autores ante una percepción y claridad considerables, propia de quien domina un campo intelectual. "En ella, todo lo que queda desde el punto de vista funcional para comprender una red es mapear la topología del agregado y aclarar las propiedades de las asociaciones cuando están en actividad conjunta". Lo que no parece fácil de ejecutar, si no tenemos acceso a los datos y los códigos necesarios.

#### 1.1.1.1. Registro y modificación

En el sentido de los autores, a partir de Latour, "los elementos que forman esa red, los actantes, ejercen una doble función: de inscripción y traducción, en que las primeras son una especie de registro en la red y las segundas una especie de alteración en la red". Así, el propio concepto de red, sugieren los autores: puede ser revisado y entendido como aquello que emerge de las relaciones de traducción.

Si la red es el resultado de la asociación, de lo que se realiza junto a partir de lo que deja rastro, las dimensiones tecnológicas y sociales de Internet, como un universo de superposiciones de redes, pueden ser entendidas no sólo en su esencia interior, pero en el sentido de que, en su manifestación resultante, en lo que es realizado sistémicamente (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749).

Es bueno recordar que desde la década de 1960, con la vertiente transdisciplinaria de la cibernética, los primeros algoritmos de inteligencia artificial (IA) procuraron no sólo definir reglas para sistemas humano-máquina, sino gobernar-los por medio de mecanismos conductuales de realimentación de largo alcance, conjurando mundos sublimes de regulación automática (Dupuy, 2009).

#### 1.1.1.1.1. Algunos aspectos del estado de la cuestión

Para O'Neill (como se cita en Wardle, 2018) nuestros valores y deseos, expresos en los datos que seleccionamos, influyen nuestras elecciones, o sea, los modelos son opiniones incorporadas en Matemáticas. "La cuestión, sin embargo, es si eliminamos el sesgo humano o simplemente camuflarlo con tecnologías" (en línea). Sin embargo, las plataformas de medios sociales utilizan algoritmos para filtrar y priorizar el contenido de cada usuario basado en indicadores, como el comportamiento de visualización y las preferencias de contenido. La desinformación proyectada para provocar una reacción emocional puede florecer en esos espacios cuando los algoritmos detectan que es más probable que un usuario se involucre o reaccione a un contenido similar (Wardle, 2018).

Sabemos que la IA describe programas informáticos que son entrenados para resolver problemas que normalmente serían difíciles para un equipo resolver. Estos programas

“aprenden” con los datos analizados, adaptando métodos y respuestas para maximizar la precisión. A medida que la desinformación crece en su alcance y sofisticación, algunos buscan la IA como una forma de detectar y moderar efectivamente el contenido.

Pero, ¿cómo funcionan los algoritmos separando quién es quién para dirigir contenido personalizado? Una de ellas, es con el análisis de comportamiento – un ejemplo de *input* y *output*, cuando el usuario entra con informaciones personales y la máquina devuelve resultados a partir de los datos obtenidos, como un proceso de cognición computacional, en que la máquina interpreta los signos de los internautas. Así, el *software* cruza informaciones y ofrece caminos para navegar por la emoción de los perfilados – tenemos usuarios con acceso a lo que rodea a sus amigos ya las comunidades.

La IA contribuye al problema, automatizando los procesos que permitan la creación de manipulaciones persuasivas de imágenes y posibilitando desinformaciones que pueden ser dirigidas y personalizadas con más eficiencia (Ghosh como se cita en Wardle, 2018).

## 2. EN LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS Y APLICACIONES BRASILEÑAS

Además de Google y Facebook, la proliferación de plataformas que facilitan la conformación de redes socio técnicas en el entorno numérico, como Twitter, Instagram y WhatsApp (las dúas últimas de Facebook Inc.), tiende a formar *clusters*, o “burbujas” de actores, fenómeno notado por Dahlberg (2007), entre otros. Conforme los autores, aunque el ciberespacio ofrezca infinitas posibilidades, la tendencia de los internautas es concordar, buscando refuerzo a sus ideas y rechazar las contrarias, buscando la semejanza y no la diferencia. Con la demostración de lo que están “favoreciendo”, replicando o a eliminar, los actores cuentan con mecanismos de filtros, cuyos algoritmos remiten a resultados según quien busca, o inducen a relaciones digitales con semejantes (Barcellos et al., 2017, p. 8). Lo que se constata como una de las primeras funciones de los algoritmos en redes sociales, la de la filtración. Otra función del inicio fue la recomendación, tanto de amigos (y amigos de los amigos) como de productos (se consumió X, le gustará Y) o acciones que van en contra de los intereses ya demostrados por los rastros de la navegación en red.

### 2.1. Planteamiento del problema

En 2019, y en los últimos años, Facebook es lo que más evidencia la práctica de los algoritmos obstaculizando e incluso atravesando la comunicación de lo que realmente importa, en la medida en que disipa el contenido en el momento de su publicación.

Pero, lo peor estaba por venir: “Al mismo tiempo que un algoritmo decimos de quién va a ver qué, Facebook también censura información de los comentarios que no están de acuerdo con su política editorial, no importa cuánto este el diario es confiable y responsable de lo que publica” (Costa, 2013, en línea).

El algoritmo pasa a seleccionar lo que es favorito, compartido, comenzado y, principalmente, lo que se comparte con comentario. Nos acercamos a personas parecidas a nosotros y así fortalecemos nuestro espíritu con el espíritu de quien no nos amenaza (Thelwall, 2010 como se cita en Wainberg, 2018).

Se deriva la rumia (pensamientos negativos automáticos y los repetimos) (Smith, 2009). Se expresa cierto grado de preocupación (Borkovec et al, 1983) y ansiedad, así como la atención de las personas a las causas de su aflicción. Tal efecto acaba generando lo que los autores llaman la avalancha de emociones (Wainberg, 2018, en línea).

Los algoritmos se programan y se modifican a partir de datos en sistemas complejos. Los datos nos cuentan que la producción desenfrenada de contenido nos lleva a creer que es imprescindible hacer un filtro. La velocidad de la acción algorítmica nos trae ilusiones, es un hecho. Pero, de qué manera las FN se propagan estruendosamente es la incógnita detrás de los algoritmos indecibles que las inflaman.

### 3. ANÁLISIS

Podemos pensar que las computadoras son fundamentalmente máquinas algorítmicas, diseñadas para almacenar y leer datos, aplicar procedimientos matemáticos de forma controlada. Y un programa de computadora es esencialmente un algoritmo, que indica los pasos específicos y en qué orden ellos deben ser ejecutados para llegar y ofrecer nueva información como resultado (Light, 1999 como se cita en Gillespie, 2014).

Un algoritmo predictivo, a su vez, incluye funciones matemáticas que, aplicadas a una masa de datos – datos personales –, son capaces de identificar patrones, hábitos y preferencias de los usuarios, creando perfiles de comportamientos que permitirán interferir en nuestras decisiones (Gillespie, 2014). Estos algoritmos, de relevancia pública, están – por medio de los mismos procedimientos matemáticos – produciendo y certificando el conocimiento. La evaluación algorítmica de la información representa una lógica de conocimiento particular basada en suposiciones específicas sobre lo que es el conocimiento y cómo alguien debería identificar sus componentes más relevantes (Gillespie, 2014).

A continuación nos centramos a los algoritmos de búsqueda. Por ejemplo, antes se basaban sólo en decir la frecuencia con que determinados términos investigados

aparecieron en las páginas indexadas de la web. Era importante estar entre las primeras listadas de la primera página, ya que era comúnmente dicho que los investigadores no pasaban de la primera página de resultados. De aquí para allá, estos algoritmos incorporan información contextual sobre los sitios y sobre dónde se hospedan; se considera la frecuencia y cómo el sitio se relaciona con otros. Por lo tanto, se trata de una técnica de procesamiento de lenguaje natural para entender mejor la consulta, y los recursos que el algoritmo puede ofrecer como respuesta. De acuerdo con Google, su algoritmo de investigación examina más de 200 indicadores para cada consulta hecha en el sitio (Gillespie, 2014).

En oposición al esquema de personalización de búsqueda sólo de lo que interesa, Wolton (2016, en línea) notifica que la demanda se ha convertido en el criterio. Cuando en las redacciones no se trata de determinado asunto porque no interesa a las personas, se está cambiando la responsabilidad de la oferta, que es la grandeza del periodismo, por la tiranía de la demanda. Pero lo más grave es que no exista un discurso crítico sobre esto “y añade: éstas son cuestiones verdaderas, que plantean problemas graves a nivel de la deontología y hasta de la democracia, pero sólo porque las levantamos somos vistos como reacios” (en línea). Un aspecto que deja a Wolton “tristísimo” es ver a los periodistas “a pasar horas en internet, a dar la vuelta al ordenador en lugar de dar la vuelta al mundo, cuando harían mucho mejor en salir e invertir” (en línea).

Sin embargo, las redes sociales y los medios nativos digitales nos muestran que hay formas de presentar y distribuir la información que permiten multiplicar la influencia, el acceso y la importancia de esas noticias. Nos parece que el gran desafío, para los medios tradicionales, es tratar de mantener su prestigio informativo y sus características de fuente principal de información y, al mismo tiempo, adaptarse a modelos más apropiados a las formas de consumir la información por parte de los internautas.

Pero la realidad es que el que comanda hoy los altos puestos en las emisoras digitales siguen siendo los periodistas provenientes de la era analógica o, como máximo, lo que llaman analógicos digitales (Prado, 2014). En cuanto a eso, Costa (2013, p.15) cuestiona: “¿Cómo hacer éxito en el digital con editores sin experiencia digital? Esa es otra de las cuestiones que deviene ser enfrentadas por las empresas que pretenden sobrevivir en un mundo de cambios permanentes y vocación digital”. Concluye: “Tratar con profesionales de origen digital se ha convertido en un componente clave, en la nueva realidad, que es disruptiva”.

Barón, en una entrevista con *Folha de S. Paulo*, corrobora ese razonamiento. Y sobre las redes sociales, creo que no hay que tener ilusiones. “Las personas en los días de hoy ya no van a buscar la noticia en la página de un periódico, ellas per que las

noticias vengan a ellas, y preferentemente a través de las redes sociales” (*Folha de S. Paulo*, 2016, en línea). Es lo que hacen, en la medida de los rastros legibles, los algoritmos.

Una de las tácticas contundentes, en el sentido de que rompe la verdad, los hechos, la verdad factual, y culmina en la más insólita de la información fraudulenta es el *deepfake* o *deep fake news* – término que describe los medios fabricados usando IA. Al sintetizar elementos de archivos de vídeo o audio existentes, la IA posibilita métodos fáciles de crear contenido “nuevo”, en los que las personas parecen hablar y ejecutar acciones, que no se basan en la realidad.

Por lo tanto, es aceptado con Ames (2018) cuando dice que el resultado es una impresión generalizada de que muchos algoritmos son “cajas negras” sin esperanza de supervisión o regulación – y que (a pesar de evidencia en contrario) la academia tiene ha sido terriblemente negarse a dejar de cuestionar las implicaciones de este giro algorítmico.

Independientemente del medio por el que enviamos nuestros mensajes – se si más o menos privado –, es importante recordar que somos responsables de la información que compartimos y que sus consecuencias no siempre se restringen al mundo digital. Una noticia falsa o un mensaje de odio puede silenciar a personas o grupos enteros, perjudicar las relaciones sociales – incluso de trabajo – y hasta llevar a la muerte. Además, podemos ser responsabilizados judicialmente (CGI, 2018, p. 47-48).

### 3.1. En el plano político

Bucci (2015, en línea), es enfático al afirmar que las democracias amparan la actividad “profesional de reporteros, articulistas y editores en un régimen de libertad y de garantías especiales (como la del secreto de la fuente) para proporcionar a la prensa los medios institucionales indispensables para que ella pueda ser independiente del poder”–(en línea). “Si la prensa, para existir, depende de la buena voluntad de quien gobierna, no podrá atender a contento al derecho a la información de que todo ciudadano es titular” (en línea). Bucci complementa: “sus informaciones estarán contaminadas o incluso capturadas por la óptica del propio poder” y completa: “la prensa no debe depender de gobiernos en términos legales o institucionales, pero tampoco debe depender de ellos en términos económicos” (Bucci, 2015, en línea).

Bucci se refiere a los gobernantes cuando interfieren en la libertad de prensa. En el ambiente de las redes numéricas, la libertad de prensa se ve afectada por la distribución (o no) de lo que es publicado por la prensa. Aunque los internautas repliquen hechos, la decisión algorítmica es que va a determinar quién recibirá tales y tales informaciones. Se configura una especie de censura velada, cuando no se recibe la cantidad de lo que se publica para que el público escoja lo que quiere leer. “Además

de los algoritmos, es evidente que las informaciones que circulan por la red también son filtradas por el control de la mediación humana”, dicen (p. 749) Santaella y Cardozo.

Así, tanto el *inflow* como el *outflow* alteran la dinámica de las redes, funcionando como un actante capaz no sólo de crear, registrar, inscribir, sino también traducir, seleccionar, reproducir. Los flujos de información mediados por humanos en las redes son por sí solos sistemas complejos con sus patrones y sus leyes, que pueden ser estudiados para revelar tendencias no sólo comerciales, sino también políticas, artísticas y educativas (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749).

En la producción de noticias, tenemos un panorama mediático en el que más técnicas serán adoptadas en la producción de las mismas: “análisis algorítmicos de base de datos, visualización de datos, solicitudes de contenido por parte de aficionados, producción automatizada de narrativas, creación de narrativas basadas en datos entre otros”, como afirman Anderson, Bell & Shirky (2013, en línea). “En 2020, los mejores exploradores de datos, creadores de visualizaciones de información o diseñador de experiencia interactiva tendrán en sus manos un conjunto mucho más refinado de herramientas que cualquiera en la actualidad” (Anderson, Bell & Shirky, 2013, en línea).

### 3.2. Basado en hechos

“Si queremos vivir en una democracia no podemos descuidar el debate político basado en hechos”, dijo Bucci (2015, en línea). Para Bucci, es en ese último tipo de verdad que la política debe basarse, porque puede ser atestado por cualquier ciudadano y por tratarse de una “verdad accesible”. Esta accesibilidad no puede ser desencadenada en la era de la cultura algorítmica.

Al pasar por Maquiavelo, Bucci defiende que el filósofo siempre ha hecho una “llamada a los hechos”. Sobre Weber, el periodista destacó lo que el filósofo consideraba un buen estadista: aquel que tiene “la capacidad de llevar en la vida, cuenta los hechos para tomar decisiones difíciles” (en línea). Es decir, jamás ignorarlos o negarlos. Si actuamos en consecuencia de los hechos que sólo nos son mostrados por el sesgo algorítmico, nuestras decisiones pueden ser falaces (en el sentido del aristotelismo).

“El pensamiento político siempre reivindicó los hechos”, destaca Bucci. “Pero también siempre hubo espacio para opinión. Hannah Arendt, por ejemplo, habla de ello: “Los hechos y las opiniones no se oponen. Pertenecen al mismo dominio. Lo que no puede haber es negación de los hechos. Sin hechos, sin registros de ellos, sin observación de ellos, nosotros hemos dado la política”.

Chomsky (2018, en línea) sintetiza negativamente: "La desilusión con las estructuras institucionales ha llevado a un punto en que las personas ya no creen en los hechos". Y remite al señalar que "Si usted no confía en nadie, ¿por qué tiene que confiar en los hechos? Si nadie hace nada por mí, ¿por qué tengo que creer en alguien?" (en línea).

#### 4. CREENCIAS Y EMOCIONES

Estudios recientes han identificado que los electores (y las personas en general) tienden a creer y reproducir noticias que confirmen sus convivencias y visiones de mundo, reafirmando su pensamiento como verdadero y fortaleciendo sus argumentos en favor de su partido y suyos candidatos. Así, hechos objetivos serían menos influyentes en la formación de la opinión pública que emociones y creencias personales (CGI, 2018, 39).

Usualmente, las emociones colectivas y las emociones sociales se confunden. Esto ocurre porque los "disparadores" que disparan las emociones colectivas se valen de los sentimientos sociales que se depositan en posición *stand by* en el imaginario colectivo. Tal "gatillo" puede ser un acontecimiento aleatoriamente cualquiera capaz de estimular la reacción de las personas. Este tipo de fenómeno es referido en la prosa cotidiana como "factor gota de agua" (ese tipo de fenómeno es estudiado en matemáticas en la Teoría de la Bifurcación).

Las emociones sociales se consolidan lentamente en las mentes humanas por medio de la educación formal e informal y de la sociabilidad. Las emociones sociales perduran, modificándose con dificultad (Wainberg, 2018, en línea).

Por su parte, João Canavilhas trae, en la dimensión de ese espacio abierto, las consecuencias, y atenta para una de las más significativas, el vínculo: las redes sociales facilitan un cambio en la forma como los usuarios se relacionan con los medios de comunicación, fortaleciendo los vínculos. Este enfoque consiste en la transformación de las audiencias en las comunidades" y dice más: el carácter de ser leal engrandece cuando la situación que tiende a generar lealtad de los consumidores por el desarrollo de sentimientos de pertenencia a una comunidad (Canavilhas, 2011, en línea)

Esto hace que los ciudadanos se sientan comprometidos, con opción consciente, a restaurar bienes comunes. "Es un hecho que las tecnologías y los usos, aplicaciones y apropiaciones que se hacen de ellas" (en línea) siempre influenciaron las diferentes formas de producir y consumir medios", afirma Becker (2014, en línea), antes de cuestionar a Deuze en una entrevista. "Pero usted [Deuze] destacó la 'importancia de la emoción en los actuales estudios de los procesos de comunicación por considerar que nuestra vida se constituye hoy por medio de conexiones con dispositivos de

medios, palabras e imágenes mediadas también por nuestros afectos”. Deuze reafirma: “Sí, completamente, es de lo que usted debe mirar a los medios porque si usted va a las calles y mira a su alrededor, si habla con sus amigos y familiares sobre el uso de los medios, todas las expresiones sobre los medios son emocionales”. Pero él refuerza: “raramente tomamos en serio esa emoción o la consideramos como un punto de partida para la teorización de los medios de comunicación; y sería bastante valioso tomar esas emociones en serio”.

Nuestros medios se han vuelto físicamente y emocionalmente muy cerca, muy íntima. Esta es una tendencia a largo plazo y ese autismo de la intimidad no sucede sin problemas y sin frustraciones. Hay intentos de controlarnos aún más y con éxito a través de las emociones. Al mismo tiempo, esas dinámicas demandan nuestra actividad, y muchas veces no ocurren sin nuestra participación y diversión también. Así, es ese nuevo proceso del que somos parte que yo procuro reconocer en mi trabajo (Deuze, 2014, en línea).

Los datos sobre las personas afectan sus vidas, es lo que concluye Stray (2016, p. 95) para hacer un paralelo con lo que trae Latour. “Planificadores urbanos, empresarios, críticos sociales, policías – casi todos los tipos de personas usan representaciones basadas en datos de la sociedad en su trabajo. Es por eso que la cuestión de representación es tan importante”.

The “goodness” of a representation depends on what you want to do with it — the story you are telling — but in many cases it seems most fair to count each person equally. There is a nice alignment here between democracy and statistics, because the simplest way to generate data is to count each item in exactly the same way. Random samples are also very popular, but they are just a practical method to approximate this ideal. This moral mathematical argument on the representativeness of data is almost never spelled out, but it’s so deep in the way we think about data that we usually just say data is “representative” of some group of people when it approximates a simple count (Stray, 2016, p. 95).

De forma análoga, en la visión sensata de Anderson, Bell y Shirky sobre periodismo, se refuerza la cuestión de la entrada de los colaboradores en el estado del arte de la profesión. Sólo para corroborar hasta aquí: “Si quisiera resumir en una sentencia la última década en el ecosistema periodístico, la fracción podría ser la siguiente: de una hora para otra, todo el mundo pasó a tener mucha más libertad” (2013, en línea).

Los productores de noticias, anunciantes, nuevos actores y, sobre todo, la clase anteriormente conocida como audiencia gozan hoy de libertad inédita para comunicarse, de forma restringida o amplia, sin las viejas limitaciones de modelos de radiodifusión y de la prensa escrita. En los últimos 15 años ha

habido una explosión de técnicas y herramientas. Y, más aún, de premisas y expectativas. Todo esto lanzó por tierra el viejo orden (Anderson, Bell & Shirky, 2013, en línea).

La propia noticiabilidad está en ebullición en los días actuales. Para el internauta común, que no distingue credibilidad y cree en todo lo que lee, es difícil explicar. Quien no conoce las reglas del periodismo, principalmente las éticas, no logra separar lo que puede o no ser tomado en serio y considerado a la rasca. Salaverría responde, para el *IHU On Line*, a esta cuestión: “Aunque el resultado para compartir es alto, por otro lado hay todavía muchas respuestas negativas de usuarios que simplemente no reconocen lo que se está publicando como noticia”, reclamaciones. “¿Si el lector no reconoce como tal, todavía es noticia?” Esta es su respuesta: “Pienso que algo que está siendo revisado y revisitado es el concepto mismo de noticia” (en línea).

Machado (2003, p. 11) analiza los cambios en el sistema de producción en el ciberespacio, especialmente sobre las fuentes, al decir que “el entrenamiento de los periodistas y de los usuarios emerge como una condición previa para el acceso con provecho de las fuentes en el ciberespacio debido a las particularidades de las técnicas de escrutinio y de las funciones desempeñadas por los diversos actores sociales en las redes telemáticas”. Ello complementa que para desarrollar el trabajo periodístico “en un entorno cada vez más amplio y complejo como el mundo digital, tanto el profesional como el usuario de las redes telemáticas deben dominar técnicas adecuadas para evaluar datos muy diversos, con valor desigual y propósitos distintos que cada ciudadano puede publicar sin ningún tipo de restricción previa”.

Es bueno subrayar que hay que contrastar fuentes que viene de no profesionales, porque no tienen preocupaciones éticas. Como alerta Wolton (2016, en línea): separar expresión de información - al referirse a las redes sociales - es función del periodista. “Él debe mirar a Internet como un nuevo medio de expresión y tener conciencia de que, mientras canal de información, exige un trabajo de verificación” y acentúa que el último aspecto que los periodistas no pueden olvidar “la formación es algo valioso y difícil, que debe ser hecho por profesionales” (en línea).

Machado (2003) deduce que la consolidación en el periodismo digital ha presumido la comprensión de que “la tecnología representa la posibilidad de crear un formato distinto de periodismo en el que todas las etapas del sistema de producción de contenidos – desde el escrutado la circulación – se circunscriben a los límites del ciberespacio” y concluye:

La multiplicación de los difusores altera las relaciones entre los periodistas y las fuentes porque transforma a los usuarios del sistema en fuentes. En cuanto al periodismo convencional en que muchas veces declaraciones se transcriben

como noticias predomina el uso de las fuentes oficiales, en el periodismo digital la participación de los usuarios contribuye a la utilización de fuentes independientes, desvinculadas de forma directa del caos publicados. Con la descentralización de la redacción ocurre una inversión en el flujo de noticias, antes muy dependiente de las fuentes organizadas. El propio periodista necesita rastrear en las redes los datos antes de redactar la materia solicitada o incluso cuando apura la veracidad de los contenidos de las materias enviadas por los colaboradores.

“El factor diferencial del periodismo digital consiste en la redistribución de los poderes de control entre todos los miembros del sistema, considerando que los usuarios son a la vez fuentes y productores de contenidos”.

La justificación es plausible y recae en la importancia de desarrollar competencias al profesional o estudiante de ejercer el periodismo en internet, aun sabiendo que algunas experiencias no vengan y eso forma parte del uso (o no) de ellas; por lo demás, algunas quedan mejores a partir de las necesidades que el hacer periodístico exige de ellas a cada experiencia.

Es posible enumerar no sólo la competencia continua con el contenido generado por el usuario como, sobre todo, la actualización fundamental que el periodista necesita adquirir, verificando siempre el desarrollo del web periodismo, considerando la exigencia y las reglas del mercado.

#### **4.1. Cooperación y conflictos**

Pero la interacción que nace en las redes de computadoras trae cooperación y conflictos, como ya señalado en otras reflexiones (Prado, 2012). Discusiones de propiedad intelectual de un lado, liberación de contenido por autores en licencias específicas, de otro. Crece la disputa entre el *copyleft* versus el *copyright* y surgen las licencias de autorías alternativas a las existentes. En el ciberespacio también aparecen el ciborgue-hombre-máquina- y el ciberarte, que propone, entre otras banderas, la obra abierta y la autoría colectiva. Todo esto influye positivamente en los periodistas más sensibles desde el siglo pasado. Los impasses que la cibercultura trae a la superficie son muchos, como el de la dominación y el control, de la explotación y vigilancia, de las informaciones dudosas, del aislamiento y de la sobrecarga de informaciones (que no siempre generan conocimiento), entre muchos otros.

En estos tiempos veloces, Bradshaw (2014) considera que, en la medida en que estas “tecnologías de velocidad se han vuelto disponibles para todos los publicistas (editores) – y para los consumidores – algunos están explorando otros nuevos límites: ser el primero en comprobar, a organizar o a agregar” (en línea). Por lo tanto, complementa que “en la medida en que estos cambios ocurren, la instantaneidad del

llamado *web publishing* (publicación en la Web) trae consigo nuevas oportunidades para los editores (emisoras y editoriales) en contextos completamente nuevos”. Y concluye: “Se trata de una instantaneidad en publicar, pero también en consumir, y, sobre todo, en distribuir” (Bradshaw, 2014, p 112).

Wolton (2016) sobre el “impacto de las redes sociales en la comunicación”, dice que es necesario frenar la fascinación acrítica por las tecnologías de la información – y defiende que Internet necesita reglas, pues “actualmente es un oeste que sólo sirve la tiranía económica y financiera”.

## 5. “PERO, LA EXPRESIÓN NO ES INFORMACIÓN”

En contraposición, Wolton (2016, en línea), en una entrevista con *Publico.pt* enfatiza que la velocidad de Internet y de las redes sociales “está devorando la libertad de información y que el periodismo no debería sumergirse en esa vorágine. Internet es óptimo para expresarnos, pero la expresión no es información, es algo mucho más fácil”.

El pensador hace la velocidad problemática en la medida en que no se tiene tiempo para chequeos fundamentales, lo que, obviamente, concordamos, sobre todo cuando tratamos de principiantes. Pero que no nos impide de intentar encontrar vías de soluciones. “Pertenezco a una tradición democrática favorable al aumento de la información”, no niega Wolton “y todos nosotros, investigadores, periodistas, políticos, creíamos que más información era más verdad: toda la lucha por la libertad de información, desde el siglo XVII, fue concebida a partir de esa premisa”. Sin embargo, “nadie ha anticipado que el aumento de la velocidad y la presión de la competencia implicaría riesgos, y que la información en vivo, que creíamos más cerca de la verdad, podía finalmente errar mucho, porque no hay tiempo para verificar”, pondera Wolton.

De nuevo hay que subrayar que el escrutado y el chequeo son demandas originarias de los periodistas desde que existen, ya que el pensamiento creativo sólo se adquiere con conocimiento de causa sumado a la experiencia en la profesión – y de vida – y la alerta de la velocidad es acentuada por todos que estudian el actual periodismo. Se percibe que la circunstancia del tiempo de atención se mostró tener tamaño vulgar que es posible concluir que esa rapidez provoca un nuevo *sensorium*, una manera no sólo veloz y sí, rastrillo de consumo de las personas en red y este comportamiento tiende a infestar la todo el mundo. Se trata del punto neurálgico de toda la precaución y expectativa de conseguir establecer un periodismo que llame a sí la audiencia para que pueda alcanzar su objetivo mayor: el de suministrar con la ética inherente que le es propia, informaciones de interés pública.

Josephi, por su parte, cree que “el profesionalismo periodístico se ha sumido como una herramienta para el establecimiento de límites que permitan diferenciar a los

periodistas de otros participantes del proceso de producción de la información digital" (Josephi, 2016, p. 9). No nos parece que la gran audiencia sepa diferenciar lo que es periodista, colaborador (muchas veces bien intencionado) y falsificador, o mejor, un mentiroso. Concordamos que es necesario redoblar esfuerzos para hacer circular lo que es la verdad para sofocar la oportunidad de las discrepancias que asolan las redes. Las herramientas para detectar las llamadas "fake news" se sienten probadas.

### 5.1. Riesgos

"Como ya dije en otra ocasión", alerta Santaella (2010, p. 321), "las redes son también lugares de riesgo. A pesar de eso, lo que ha dominado en ellas son procesos de confianza, asegurados por medio de negociación mutua, recíproca y múltiple de las incertidumbres interpersonales y organizativas". La pensadora continúa: "Que la confianza, el compartir, la reciprocidad, la solidaridad, la participación dominen sobre el riesgo y la maldad debe ser una señal de que la ética situada, autopoietica, emergente y adaptativa funciona" y finaliza:

Que esa conquista humana no perezca es lo que tenemos de fervorosamente reivindicar. No podemos dejar de creer y confiar en la *autopoiesis* de las redes. Más que eso: hay que ser agente participar en esta gran aventura de continua autocriación en las redes (Santaella, 2013, p. 110).

Se concluye esta reflexión, con apenas algunos puntos levantados de la cuestión de los algoritmos de redes sociales afectando la cultura democrática y sin conclusiones definitivas hasta el momento.

Además de la cuestión del nuevo modo de trabajar el periodismo, la pretensión es colaborar también para una discusión de las cuestiones que involucran al periodismo como un todo en tiempos de algoritmos que cercen la visibilidad de lo que se quiere ofrecer cuando muestran informaciones bajo el punto de vista de intereses de las redes y de sus anunciantes.

### Referencias

- Ames, Morgan G. (2018). *Deconstructing the algorithmic sublime*. Recuperado de <http://bit.ly/2JH5xtQ>.
- Anderson, C.W.; Bell, E.; Shirky, Clay. (2013). Jornalismo pós-industrial - Adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, São Paulo, nº 5, p. 32-89.
- Barcellos et al. (2017). *Jornalismo das Coisas*. In Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba – PR. Brasil. Recuperado de <http://bit.ly/2WLvSuk>.

- Becker, Beatriz. (2016). Vida na Mídia: além do jornalismo. Entrevista com Mark Deuze, nº 19. vol. 1. In *Revista Eco Pós*. Recuperado de <http://bit.ly/2WT5D5a>.
- Bradshaw, Paul. (2014). Cap. 5. *Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição*. In *WebJornalismo - 7 Características que marcam a diferença*. CANAVILHAS, João (Org). <http://bit.ly/30IzntD>.
- Bucci, Eugênio. (2015). In *epoca.globo.com*. Recuperado de <https://glo.bo/2LN8OKO>.
- Canavilhas, João. (2011). *Del gatekeeping al gatwatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático*. In *Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles*. Fernando Irigaray, Dardo Ceballos e Matía Manna (Orgs.). p. 119-133. <http://bit.ly/2HjSP2x>.
- CGI. (2018). *Internet, democracia e eleições: guia prático para gestores públicos e usuários / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. Recuperado de <http://bit.ly/2JoeMzR>.
- Chomsky, Noam. (2018). In *El País*. Recuperado de <http://bit.ly/2WGoKzC>.
- Costa, Caio Túlio. (2013). *Imprensa em questão. Novos tempos*. In *Observatório da Imprensa*. Recuperado de <http://bit.ly/2WJAdyr>.
- Deuze, Mark. (2014). *Journalism, Media Life, and the Entrepreneurial Society*. *Australian Journalism Review* 36(2), p. 119-130. <http://bit.ly/2JojCwL>.
- Dupuy, JP. (2009). *Sobre as Origens da Ciência Cognitiva: A Mecanização da Mente*, Cambridge, MA: The MIT Press. Google Scholar.
- Gillespie, Tarleton. (2014). *The relevance of algorithms*. In: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo (Orgs.). *Media technologies: essays on communication, materiality, and society*. Cambridge: MIT Press.
- Google. (2013). *Facts about Google and competition*. In: Google. Recuperado de <http://bit.ly/2vWTi4n>.
- Joseph, Beate. Profissionalismo jornalístico na era digital. In *Brazilian Journalism Research – vol. 12 - nº 3 - 2016*. SBPjor / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 2016. Recuperado de <http://bit.ly/2VFzXnA>.
- Latour, Bruno. (2012). *Reagregando o social: uma introdução à teoria ator-rede*. EdUfba.
- Machado, Elias. (2000). *Os novos conceitos de edição no jornalismo digital*. In *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, série Comunicação*. vol. 14 (1-2), 357-373.
- Machado, Elias. (2003). *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. In *BOOC UNISINOS*. Recuperado de <http://bit.ly/2VqpVBR>.

- Prado, Magaly. (2011). *Webjornalismo*. Rio de Janeiro: LTC/GEN.
- Prado, Magaly. (2012). *Por uma nova experiência de rádio em tempos de redes sociais e hipermobilidade*. Doutorado. Programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).
- Prado, Magaly. (2014). *Tendências da posição e atuação dos dirigentes da área editorial de empresas jornalísticas*. Pesquisa realizada no Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da faculdade Cásper Líbero.
- Ramonet, Ignácio. (2018). *A opinião pública não quer a verdade, quer confirmar crenças*. In Jornal GGN. Recuperado de <http://bit.ly/30nHTs8>.
- Salaverría, Ramón. (2014). *Jornalismo, compartilhamento e credibilidade no contexto pós-industrial*. In Instituto Humanitas Unisinos (IHU). Recuperado de <http://bit.ly/2EbJwzP>.
- Santaella, Lucia. (2013). *Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, Lucia; Lemos, Renata. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do twitter*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, Lucia e Cardoso, Tarcísio. (2014). Para entender a complexidade das redes. In *Revista FAMECOS* Porto Alegre, v. 21, nº 2, p. 742-765, maio-ago. Recuperado de <http://bit.ly/2YAaOaX>.
- Stray, Jonathan. (2016). *The Curious Journalist's Guide to Data*. In Tow Center for Digital Journalism at Columbia Journalism School. Recuperado de <http://bit.ly/2JokscT>.
- Wainberg, Jacques Alkalai. (2018). Mensagens fakes, as emoções coletivas e as teorias conspiratórias. In *Galáxia* (São Paulo, online), ISSN: 1982-2553, n. 39, set-dez., p. 150-164. Recuperado de <http://bit.ly/2Vw4W0w> Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-255434446>.
- Wardle, C. & H. Derakshan. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*, Council of Europe. In RM. Recuperado de <http://bit.ly/2VX7clJ>.
- Wolton, Dominique. (2016). *O jornalismo trocou a grandeza da oferta pela tirania da procura*, por Luís Miguel Queirós. In Publico.pt. Recuperado de <http://bit.ly/2LUMjyy>.