La tecnología *blockchain* es muy valiosa para los medios de comunicación: permite mantener archivos que no pueden ser censurados ni alterados. Podemos enmendar la información, pero no borrarla. Un importante beneficio en época de informaciones falsas y que ha expuesto a muchos medios a la manipulación en la era de internet.

Resuena mucho en mis oídos la vez que escuché a Jonah Peretti, CEO y cofundador del medio digital *BuzzFeed*, cuando predicaba que se preocupaba más por compartir el contenido de su publicación que por la cantidad de gente que lo estaba viendo. Explicaba su visión en el principal escenario del festival de tecnología *SXSW* en Austin (Texas), ante un salón repleto de asistentes.

Han pasado tres años de aquel acontecimiento y las redes sociales ya no son la exclusiva esperanza para el periodismo. Su credibilidad se ha desplomado por la manipulación cargadas con noticias falsas. Un desprestigio que también ha golpeado a la labor periodística, sumando un nuevo dolor de cabeza para los editores que a base de ensayo y error buscan un nuevo modelo de negocio que se pueda adaptar a la nueva era digital.

Y es que es una realidad. Hacer buen periodismo es caro. Lanzarse a indagar en una perspicaz historia requiere tiempo, recursos financieros y una gran habilidad reporteril. Durante años muchos medios han sostenido un periodismo serio y veraz. Una ecuación que se mantuvo gracias al equilibrio entre anunciantes y lectores, hasta la aparición de internet en los años noventa, que puso una cantidad infinita de información en línea hasta mermar el valor de su contenido. Así también cambió el comportamiento de los lectores y anunciantes que saltaron en masas a las animadas redes sociales. De esta forma, no hay duda de que los medios se están consumiendo más que nunca, pero no todo lo que brilla es oro: además de las noticias falsas también hay reparo en las fuentes de la información y en los derechos de autor.

Con todo, hay opciones para el periodismo. En este mundo de constante innovación, nos encontramos con *blockchain*, que estrenó en octubre de 2008 un visionario o un grupo de iluminados con el nombre de Satoshi Nakamoto, quien combinó las técnicas existentes como firmas digitales, redes de personas a personas y criptografía de clave pública para crear bitcóin, la primera moneda virtual del mundo. Sin embargo, mucho más importante que la criptomoneda es el nuevo tipo de mantenimiento de registros conocido como *blockhain* o cadena de bloques.

Esta innovación se puede utilizar para garantizar automáticamente un registro de propiedad, envío de dinero, de productos e, incluso, para seguir el rastro de una información mediante la distribución de un registro público compartido y verificado por tantas personas como estén interesadas en ver esa información. Cualquier ciudadano interesado puede unirse a una red informática y descargar el fichero. Cada nuevo conjunto de entradas en el archivo, cada bloque, es agregado por ordenadores en la red, para luego quedar verificado con marca de tiempo. Debido a que se agrega nueva información bloque por bloque, nadie puede retroceder ni alterar lo que ya sucedió. El registro es incorruptible.

Ciertamente este tipo de registro es valioso para los medios de comunicación: nos permite mantener archivos que no pueden ser censurados ni alterados. Podemos enmendar la información, pero no borrarla. Este es el primer valor de la tecnología *blockchain* para el periodismo. Un importante beneficio en época de informaciones falsas y que ha expuesto a muchos medios a la manipulación en la era de internet.

El algoritmo impulsado por Facebook es acusado de empujar la desinformación por varios gobiernos y partidos políticos e incluso por Naciones Unidas

Un tsunami de noticias amañadas que hacen tambalear valores democráticos. *Google* y *Facebook* lo saben, o al menos, lo han aprendido estos últimos meses. Ellos tienen el poder; un férreo control sobre los ingresos publicitarios digitales gracias a su hábil manejo de audiencias segmentadas. Mientras los editores tratan de hacer cambios en sus modelos comerciales (suscripciones, por ejemplo), pero no pueden hacer la transición lo suficientemente rápido. Estas compañías, junto a Amazon, controlan internet. Pero lo más sangrante de Google y Facebook es que se alimentan del dinero de la publicidad para mostrar, compartir y aupar noticias que no pagaron por producir. No son periodistas y han fallado a la hora de comprender la importancia de los medios imparciales en una sociedad libre.

Más ampliamente, el algoritmo impulsado por Facebook es acusado de empujar la desinformación. Ha manipulado la información el pasado octubre en Cataluña, en las elecciones presidenciales de EEUU., de Alemania y Kenia, e incluso ha sembrado cizaña en la crisis de la minoría musulmana Rohingya en Myanmar, según ha denunciado la ONU. En menos de un año, Mark Zuckerberg ha pasado de ser visto como un genio de la tecnología con ambiciones presidenciales a ser un CEO de una compañía que está siendo investigada por gobiernos de todo el mundo.

El reto de un nuevo periodismo es arriesgar. Atreverse a experimentar con nuevos modelos que aparecen en el camino para no depender –en exclusiva– de las redes sociales y para encontrar un mejor engranaje dentro del denostado modelo de negocio. Hay que reconocer que la prensa tradicional sí se ha lanzado a experimentar, pero para adaptar sus plataformas digitales con podcast y vídeos, jugar un poco con realidad virtual, e incluso más de alguno comienza a entender cómo incluir la inteligencia artificial a sus medios, pero poco más.

Probando un nuevo modelo

Muchos han optado por financiar sus operaciones a través de un muro de pago (suscripciones), factible si se tiene un público masivo y leal como el *New York Times*, *New Yorker* o *The Guardian*. En España, medios como *elespañol.com* o *eldiario.es* se balancean entre las suscripciones, donaciones y la propia publicidad para sostenerse económicamente. Pero no es fácil, las publicaciones más pequeñas y desconocidas, de menos alcance internacional, no pueden crecer sostenida y exclusivamente por el modelo de abono ni menos por la publicidad digital.

Es por ello que han surgido nuevas plataformas que nacen con la tecnología *blockchain*. La empresa emergente o *start-up* neoyorquina *Civil*, que estará operativa a partir de abril, anhela crear una economía de publicación libre de anuncios a través de ethereum (al igual que bitcóin, este sistema se basa en una cadena de bloques en la que cada transacción se registra públicamente). El software realiza transacciones programables conocidos como contratos inteligentes. Una acción descentralizada que permite prevenir el robo de identidad, mejorar los proyectos de microfinanciación o *crowdfunding*, pagar a músicos y creadores de

manera más justa por su trabajo e incluso seguir la pista de una información.

Serán, precisamente, estos contratos inteligentes los que desbloquearán nuevos modelos de financiación para el periodismo y darán vida a una redacción a través de la plataforma de *Civil*. No hay anunciantes y su financiación opera de manera descentralizada donde se aceptan euros y otras monedas tradicionales a través de pagos convencionales con tarjeta de crédito, así como bitcóin o ether y, por supuesto, CVL (un *token* de valor digital que desarrolla *Civil*). Los *tokens* de CVL desempeñarán un papel vital en el autogobierno de las salas de redacción y de la plataforma en general. Esta es la llave que permite al usuario participar en la redacción.

> El reto de un nuevo periodismo es arriesgar. Atreverse a experimentar con nuevos modelos que aparecen en el camino para no depender en exclusiva de las redes sociales

Al igual que *Civil*, acaba de nacer *Po.et* en *blockchain* para apoyar a los creadores de contenido, no solo periodistas o medios de comunicación, sino que a cualquier persona que cree contenido escrito o en imágenes, música y video, incluidos publicistas y marcas. El sitio es un embrión de BTC Media y cuenta con Jarrod Dicker como CEO, quien fuera hasta hace muy poco vicepresidente de innovación en el *Washington Post* (empresa de Jeff Bezos, dueño de Amazon). Con el cargo que ostentó en el *Post*, muchas personas se preguntan qué está pasando en los medios estadounidenses: ¿por qué Dicker ha puesto el foco en *blockchain*? De momento *Po.et* está tratando de construir un sistema de licencia abierto basado en la tecnología de bloques para el contenido en general.

Alguno de los fundadores de *Civil* también vienen de grandes corporaciones tecnológicas. Matthew Iles, CEO y cofundador, cuenta con una vasta experiencia en márketing digital, mientras que Daniel Sieberg, director del ecosistema de la empresa, fue el fundador de Google for Media y director de Google News Lab, además es el autor del libro *Dieta Digital*. En una reciente visita a Madrid, Iles exlplicó que “cualquier persona en el mundo puede apoyar a acceder a un buen periodismo a través de *Civil*. Nuestra comunidad central, aquellos que tengan fichas de CVL, podrán participar con sus comentarios, validar la información e, incluso, ser recompensados por su activa participación”. Cada transacción de CVL individual puede modificar el estado de un contrato inteligente almacenado en el libro mayor distribuido por Ethereum.

Así, los *tokens* CVL son necesarios para que este modelo funcione. Ya que permitirá incentivar económicamente las acciones que dan como resultado un periodismo de calidad y veraz para hacer que resulte prohibitivamente difícil la dañina labor de un algoritmo financiado por una granja de trol rusos, por ejemplo, donde algunos comentarios no son de personas reales, sino que propaganda comprada y generada por un bot poliglota, proveniente de cualquier lugar del mundo.