



La misma revolución tecnológica que destruyó los modelos tradicionales de funcionamiento de los medios de comunicación podría aportar la vía para su supervivencia. Elementos de la vanguardia digital como blockchain pueden aportar un soplo de aire fresco al sector, impulsando su sostenibilidad e independencia.

La digitalización ha trastocado el funcionamiento tradicional de los medios de comunicación. Los nuevos soportes tecnológicos de la noticia y el protagonismo definitivo del teléfono inteligente como terminal de acceso a la información, plantean nuevos paradigmas para el ejercicio del periodismo.

Las redes sociales, que emergen con fuerza a principios de esta década, constituyen otro factor disruptivo para el sector. Por una parte, han facilitado la creación de contenidos, convirtiendo al usuario en emisor y distribuidor de información. Por otro lado, permiten disociar el contenido de un continente o medio específico, e incorporarlo a otros, como es el caso de la republicación en medios sociales, por ejemplo, un vídeo de YouTube que se comparte en Twitter, Facebook o en un blog.

Adicionalmente, la inversión publicitaria, una de las principales fuentes de financiación de los medios, que descendió notablemente durante la crisis, se ha recuperado de manera sesgada, encaminándose en gran

medida a los medios sociales.

Esta “democratización” de la práctica informativa, que otorga al público una potestad que antes no tenía de manipular y difundir la noticia, ha tenido dos consecuencias bastante negativas para los medios de comunicación.

La primera es la degradación de la calidad de la información y la pérdida de credibilidad de los medios, puesto que el sensacionalismo se ha impuesto en gran medida, como una forma de atraer audiencias y, en consecuencia, ingresos publicitarios. La segunda, la destrucción de los sistemas de obtención de ingresos del pasado y la ausencia de un nuevo modelo de negocio claro sustitutivo, que garantice la sostenibilidad financiera del periodismo de calidad.

Una de las bazas con las que cuenta el sector para salir de este abismo de incertidumbre, en el que ha sido sumergido por culpa de la innovación disruptiva, es precisamente reinventarse utilizando la tecnología más vanguardista. De esta forma, ya aparecen iniciativas relacionadas con la realidad aumentada y extendida, con el uso de inteligencia artificial para la redacción de noticias o con la hiperpersonalización de la oferta informativa, en función de los gustos y preferencias del usuario, por poner unos pocos ejemplos.

Una de estas tendencias muy de moda en los últimos años es blockchain, la cadena de bloques, que para muchos constituye el eje de la próxima revolución tecnológica. Este “libro de cuentas” distribuido está siendo objeto de iniciativas en el campo del periodismo, especialmente relacionadas con el control de la fiabilidad y la calidad de la información, y con la propiedad intelectual y la retribución del redactor o del medio.

Una base de datos sin un centro

La primera blockchain fue creada por un tal Satoshi Nakamoto (nadie sabe si detrás de este nombre nipón se esconde una persona o un colectivo) en el año 2009. Originalmente, se trataba de una tecnología para dar soporte a la criptomoneda bitc oin, pero con el tiempo ha superado la exclusividad financiera y se pregona como una solución apta para cualquier sector de actividad económica, incluida la industria de los medios de comunicación.

A grandes rasgos, una blockchain o cadena de bloques es una base de datos digital distribuida, aparentemente inmutable, que puede registrar transacciones en tiempo real. Cada nueva transacción en el sistema se encadena cronológicamente a las precedentes –de ahí el nombre– y requiere ser aprobada por consenso por todos los miembros de la red.

Esto implica que no existe una autoridad central que apruebe y regule las transacciones, y que existe un control férreo que impide la manipulación de los registros, garantizando la calidad de los datos all  incluidos. De hecho, los bloques de información de la cadena son criptográficamente sellados y no pueden ser editados borrados o copiados.

Entre otras aplicaciones, esta tecnología puede impulsar los llamados *contratos inteligentes*, que no son otra cosa que programas informáticos que ejecutan automáticamente la gestión de derechos digitales, para, por ejemplo, realizar pagos a los creadores o los titulares de los derechos de autor de una determinada obra.

Numerosos sectores de actividad, incluyendo la industria de la información, est n actualmente analizando las posibilidades que ofrece esta tecnología.

A la búsqueda de modelos de negocio para los medios

La ca da de los ingresos publicitarios y la dificultad para monetizar una oferta online de información han

obligado a los medios de comunicación a buscar desesperadamente nuevas fuentes de financiación. Después de dos décadas de ensayos todavía no se perfila en el horizonte un único modelo de negocio universal, como los que existieron antaño.

Surgen nuevos formatos, nuevos canales de comunicación y nuevas formas de ofrecer el contenido, pero no parecen proponer un sistema de ingresos sólido. Y los medios que todavía se aferran a soportes tradicionales, como el papel, aún tienen una tarea de reinversión importante por delante.

Una de las primeras opciones consideradas es la de la suscripción y los micropagos. La aplicación *Discors* cobra a los suscriptores por una selección de artículos de cabeceras como *The Economist*, *The Washington Post*, *Foreign Policy*, *The Guardian* o *Bloomberg*. En cambio, la holandesa *Blendle* cobra por cada pieza unitaria. Otros modelos de agregación de noticias, como *Flipboard*, son gratuitos y generan sus ingresos mediante publicidad.

Hay opciones que parten de las relaciones entre empresas (B2B), como el *brand licensing* o el comercio electrónico, entre otros. También aparecen planteamientos más colaborativos, como el *crowdfunding*, que parte de captar fondos directamente de los usuarios para apoyar y sustentar proyectos online, e incluso el *crowdsourcing*, en donde los usuarios participan en el desarrollo de los productos y contenidos.

La innovación tecnológica -que paradójicamente es la responsable de la destrucción de los modelos de funcionamiento tradicionales- abre nuevas posibilidades para el sector. Aspectos como la inteligencia artificial, el reconocimiento de voz o el internet de las cosas, están siendo objeto de experiencias en determinados medios, como, por ejemplo, la cadena *ABC* y *The Huffington Post*, que, unidas para el lanzamiento de la tercera temporada de *American Crime*, han difundido contenidos a través de los asistentes inteligentes Alexa de Amazon y Google Home (Cerezo, 2018).

Y blockchain también está despertando interés en este campo.

Blockchain y periodismo

La tecnología de la cadena de bloques puede tener sus aplicaciones dentro del periodismo digital. A grandes rasgos, se pueden plantear los siguientes casos posibles.

Micropagos para apoyar pequeñas publicaciones

La gran cantidad de medios de todo tipo que compiten ofreciendo información y contenidos en internet hacen que la inversión publicitaria este muy dispersa y fragmentada. Para un medio modesto, financiarse y sobrevivir a base de anuncios resulta muy difícil.

Una alternativa de ingresos sería establecer micropagos por la lectura de artículos y a través de blockchain se podrían gestionar de forma eficaz y en tiempo real el flujo de estas pequeñas cantidades de dinero.

Criptomonedas para financiar proyectos periodísticos y el trabajo de los periodistas

Alrededor del mundo existen miles de personas que estarían dispuestas a pagar por leer periodismo libre e independiente de calidad. Ya existen proyectos de *crowdfunding* basados en criptomonedas para financiar iniciativas específicas de periodistas que trabajan por contar una buena historia, sin tener que depender de patrocinios o ingresos publicitarios.

Plataformas de noticias sobre blockchain

Su misión es distribuir noticias utilizando la cadena de bloques, garantizando la veracidad, la transparencia y la libertad de expresión de los redactores que en ella participan. Un ejemplo de esto es *DNN (Decentralized News Network)*.

Una hemeroteca perdurable

El cierre a veces repentino y abrupto de medios online puede llevar a que los contenidos se pierdan para siempre, tanto para el público como para los propios autores de los mismos. Dado que blockchain es un registro descentralizado y permanente, los periodistas pueden encontrar en esta tecnología una forma de conservar su trabajo –y en consecuencia su carrera profesional– sin riesgo de pérdida o desaparición.

En general, blockchain puede establecer una relación más estrecha entre el lector y el periodista, permitiendo transacciones directas que puedan financiar la actividad del último, e incluso dándole voz al consumidor de noticias en la sala de redacción, para que exprese sus preferencias sobre la línea informativa.

Cadenas de bloques en acción

Ya podemos encontrar experiencias en marcha de plataformas de blockchain periodísticas. En algunos casos, como es el de *Civil*, construidas sobre una filosofía abiertamente reivindicativa, mientras que, en otros, lo que prima es la búsqueda de nuevos modelos de negocio. Veamos algunos ejemplos.

Civil, lanzado por The Civil Media Company, se autodefine como un protocolo descentralizado de comunicaciones para periodistas y ciudadanos. La idea es dar apoyo a la redacción independiente para producir periodismo de investigación de calidad, tanto local como internacional. La visión de los responsables es conseguir crear un vasto ecosistema de periodistas, ciudadanos y desarrolladores para ofrecer productos y servicios que cimenten una actividad periodística sostenible.

La actividad de la plataforma reposa sobre la blockchain *Ethereum*, donde una comunidad de lectores, creadores de contenidos, verificadores de datos y editores, deciden la línea editorial y el tipo de contenido a publicar.

El trabajo de los periodistas implicados es financiado a través de las aportaciones de los lectores, para que puedan escribir libremente y de forma independiente. De hecho, *Civil* ha creado su propia criptomoneda para realizar transacciones, CVL Token, aunque también se aceptan divisas convencionales.

Actualmente *Civil* cuenta con 18 salas de redacción y más de 150 periodistas.

La iniciativa ha llamado la atención de los medios y, en octubre del pasado año, *Forbes* anunciaba una alianza con *Civil* para “*experimentar y entender mejor cómo publicando contenido en blockchain puede incrementar la confianza de las audiencias*”¹. En virtud del acuerdo, *Forbes* ha comenzado a introducir en el blockchain metadatos de sus artículos, información que no podrá ser alterada allí de ninguna manera, de forma que la identidad y credibilidad de los autores será avalada por *Civil*, garantizando que cumplen con los valores de la plataforma.

Por otra parte, *Publiq* es otra plataforma de publicación de contenidos que persigue conectar a los productores con los editores para encontrar nuevos modelos de medios de comunicación, tanto en relación a la propiedad de los mismos, su gobernanza y su gestión.

Comenzó a funcionar en su versión real a finales de 2018 y está basada en blockchain, inteligencia artificial y analítica. La idea es luchar contra el mal periodismo y potenciar el de calidad, y para ello establece un sistema mediante el cual los lectores califican a los autores, impulsando su reputación y la remuneración que reciben.

Un ejemplo más de la aplicación de blockchain al periodismo es el portal holandés *Publicism*. Empezó como un proyecto de investigación en 2016 para determinar las posibilidades que ofrece la cadena de bloques para impulsar un periodismo remunerado independiente que eluda la censura, y en 2017 comenzó la puesta en marcha de la plataforma real.

¿Es el futuro o una tendencia efímera?

A pesar de las expectativas depositadas sobre el uso de blockchain en los medios de comunicación, también se alzan voces que limitan el optimismo. Una crítica que emerge es que las cadenas de bloques tienen una capacidad muy limitada a la hora de almacenar contenido. ¿Cómo van a poder almacenar miles de artículos de longitud variable?

Otro tema que alegan los escépticos es que plataformas como Civil airean como una de sus ventajas que permite conocer la identidad real de los autores. Pero la falta de credibilidad de los medios tiene raíces mucho más complejas que la posible confusión sobre la autoría de los artículos.

La cuestión de los pagos a través de *tokens* también despierta recelo. El público compra criptomonedas -tipo bitcoin- como inversión, pero puede no estar tan dispuesto a adquirirlas para apoyar un periodismo libre de calidad. Esta tesis parece avalada por el hecho de que *Civil* sacó al mercado su criptomoneda en septiembre de 2018, pero se quedó corta en la cantidad que pensaba colocar en la nada desdeñable cantidad de seis millones de tokens.

Como cualquier nueva tecnología que da sus primeros pasos, blockchain todavía genera dudas e incertidumbre que sin duda el tiempo se encargará de aclarar.

Imagen de [Pixabay](#)