



PABLO CRIADO

LO QUE INTERNET QUITÓ
A LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN SE LO PODRÍA
DEVOLVER, MEJORADO, EL
INTERNET DE LA CONFIANZA

El fin de los medios

Una aproximación crítica y posibilista a lo que las tecnologías *blockchain* pueden aportar a los medios de comunicación: beneficios directos, experimentos realizados y posibles aprendizajes.



Palabras clave:
blockchain, DApps, medios de comunicación, prensa, sociedad, innovación, Hegel.

Internet rompió el modelo de negocio del periodismo industrial. Durante décadas este había disfrutado de un estado de grato equilibrio en el que gozaba tanto de la fidelidad de sus lectores, como de un papel dominante sobre los anunciantes en el tablero de la publicidad.

Pero Internet cambió eso. Puede que el sobreestímulo informativo fuese el disparador de todo. Sea como sea, lo que siguió fue un proceso de avalancha que condujo a un sistema de causas que se realimentan mutuamente, es decir, a un nuevo estado de equilibrio, si bien, ahora muy ingrato para los medios.

Por un lado, la superabundancia de contenidos requería de buscadores de uso sencillo y funcionamiento eficiente. Google cubrió con brillantez esa necesidad y pronto se convirtió en el testigo y controlador, único y universal, del tráfico en Internet. Por otro lado, la superabundancia de información —o de algo parecido a ella—, sumada a la falsa percepción de gratuidad del servicio de Google, nos sumió, masivamente, en el disparate de pensar que la información se había convertido, de un año para otro, en un servicio que, como el oxígeno, podía ser gratuito.

Y así, mientras esto último generó el desapego creciente de los lectores hacia los medios, lo primero convirtió a Google en la gran agencia de medios planetaria. En definitiva, el resultado conjunto fue que los medios vieron menguar sus ingresos, tanto por suscripciones o ventas, como por publicidad. La llegada de los agregadores de noticias y de la retahíla de redes sociales de moda no haría más que agravar todo esto.

La situación se perpetuó y sigue perpetuándose a sí misma. Los medios, para maximizar las impresiones publicitarias, priman contenidos más abundantes, más superficiales, de consumo más rápido y amarillistas frente a contenidos de mayor calidad. Y esto no hace más que reforzar el desapego de sus lectores más valiosos.

Como resumen sincrónico y sinóptico: uno, los medios ya no están en medio, sino que han sido intermediados; dos, ha sucedido la inversión de contenido y envase, los contenidos informativos son ahora el envase de la publicidad y no al revés, y tres, ha desaparecido la fidelidad del lector al medio, antes no pocas veces de naturaleza identitaria.

Un monumental despropósito. Tan grande, que cabe hacernos una pregunta: ¿acaso ha llegado el fin de los medios?

Los medios cumplen una función social de primer orden. Funcionan como contrapeso del poder, alimentan el debate y agenda públicos y fomentan ciudadanos con criterio y librepensadores. Dicho de forma que lo

What the Internet took from the media could be returned, enhanced, by the Internet of Trust
THE END OF THE MEDIA

A critical and feasible approach to what blockchain technologies can bring to the media: direct benefits, experiments and possible learnings.

Keywords: *blockchain, DApps, media, press, society, innovation, Hegel.*

entienda un infante (y puede resultar importante que así sea): los medios (los servicios de información) son, junto con la educación (los servicios de formación), los que cuidan la salud del organismo social que todos formamos, de igual manera a como los servicios de sanidad cuidan la salud de nuestro propio organismo individual.

Así pues, si fuese cierto que los medios han llegado a su fin, entonces sería cierto que ya no nos son útiles. O sea, que habríamos decidido, libremente, dejar de ser una sociedad de individuos libres. Y esta reducción a la distopía hace, si no lógica, sí éticamente necesario suponer que los medios no han llegado a su fin (final) porque siguen cumpliendo un fin (finalidad) imprescindible.

En otras palabras, los medios siguen ofreciendo utilidad, correspondientemente, siguen teniendo un mercado y, por tanto, siguen poseyendo un modelo de negocio rentable. Nuevo, pero rentable. Solamente hay que encontrarlo. ¿Pueden ayudar a ello las tecnologías *blockchain*?

Nacidas en 2008 vía el documento fundacional de la Red Bitcoin (el conocido como *Bitcoin Whitepaper*), las tecnologías *blockchain* son, desde el punto de vista de su construcción, un cóctel tecnológico. Un novedoso y elegante cóctel elaborado con, esencialmente, tres tecnologías de las que dos son, de hecho, llamativamente vetustas.

Funciones “*hash*” (o funciones resumen), criptografía de doble clave (también llamada de clave pública y privada o asimétrica) y protocolos P2P (*peer to peer*). Las dos primeras nacidas en la década de 1970 y las últimas a finales de los años 90 (¿recuerda usted Napster?). La práctica de la innovación agradece la experiencia de las cosas modernas en igual grado a la lectura de las antiguas.

Las funciones “*hash*” actúan como pegamento de la información y como base de un mecanismo de gobernanza fundamentado en un sistema de incentivos; la criptografía de doble clave como garante del control y propiedad privados, y el protocolo P2P como mecanismo de distribución o custodia *inter pares*.

Y engranados juntos, dan forma a un registro público de la historia de un activo (por ejemplo, los *bitcoins*) sometido a propiedad privada y custodiado por un conjunto de actores equipotentes (los pares), de manera que: toda escritura en dicho registro requiere consenso entre ellos, el borrado de apuntes está prohibido y cualquier falsificación, además de virtualmente imposible, sería siempre advertida. Dicho registro toma la forma de una secuencia de bloques de datos (*blocks*) encadenados (*chained*), y de ahí el nombre genérico, *blockchain*, que posteriormente se dio a la familia de tecnologías que surgieron a partir de la idea constructiva de la Red Bitcoin.

En definitiva, tenemos un registro que nos garantiza la persistencia e incorruptibilidad de lo que escribamos en él,

y esto, sin necesidad de que confiemos en nadie. En efecto, los custodios equipotentes, supuestos en número y diversidad tal que queda imposibilitada la colusión, se vigilan unos a otros con la precisión de un reloj de cuco hegeliano.

Y he aquí que tenemos un registro idóneo para la publicación de reivindicaciones de propiedad intelectual o industrial, para trazar la historia de contenidos e, incluso, para publicar noticias de forma que nadie pueda borrarlas o hacerlas inaccesibles al público. Tres funciones útiles para los medios de comunicación de cara a, respectivamente: gestionar los derechos de propiedad intelectual de los contenidos, detectar la cadena de transmisión y origen de *fake news* y, por último, garantizar la libertad de prensa ante situaciones de riesgo de censura.

Los criptoecosistemas de prensa

En 2015 emergió Ethereum, el arquetipo de tecnología *blockchain* de segunda generación que, con su hincapié en reforzar la funcionalidad de ejecución de código dentro de la cadena de bloques —ya presente de forma inherente en la Red Bitcoin, hay que recordar—, significó un impulso al uso de las tecnologías *blockchain*. Y también a su abuso.

Nos referimos a los conocidos *smart contracts* o contratos inteligentes. El equívoco nombre que, con mucho gancho comercial, se dio a lo que realmente son: contratos financieros automáticos, esto es, algoritmos informáticos que, una vez cargados en la cadena de bloques, son ejecutados de forma confiable cuando y como dicta su programación. En otras palabras: uno entre los varios medios pensables para conseguir complementar la virtud de confiabilidad en el almacenamiento del registro *blockchain*, con la virtud de confiabilidad en su procesamiento. Consiguiéndose ambas *confiabilidades* con idéntica táctica: mediante computación distribuida y redundante. Tanto el procesamiento como el almacenamiento son confiables porque lo realizan muchos y de forma redundante.

Lo que emergió fue, en definitiva, una plataforma *blockchain* programable que permitía crear criptoactivos *ad hoc* cuyo historial de transferencia de valor y su procesamiento eran, ambos, realizados de forma confiable, sobre la base de unas pautas predefinidas y públicas.

Y esto disparó la moda de la criptoeconomía. Una pléyade de programadores, ingenieros y emprendedores se lanzaron a remodelizar diferentes fragmentos del universo social aplicando una nueva fórmula (en sentido estricto, un nuevo patrón de modelado): los modelos cripto-económicos o criptoecosistemas.

Los medios (los servicios de información) son, junto con la educación (los servicios de formación), los que cuidan la salud del organismo social que todos formamos

Se trata de las conocidas como “aplicaciones distribuidas” (o *DApps*, en la jerga *blockchain*). Aplicaciones que, por medio de criptoactivos cocinados a medida (*tokens*), buscan emular en cada uno de sus dominios específicos el comportamiento virtuoso que, en el dominio del depósito y transferencia de valor económico netamente digitales, es generado por el sistema de incentivos económico de la Red Bitcoin —su motor inmóvil—. Nos referimos a la llamada minería: la resolución de un acertijo matemático sin solución o atajo analítico conocido y, por tanto, solo resoluble por fuerza bruta, a través de prueba-error masiva a costa de un severo consumo energético. En fin, ni más ni menos que la versión criptográfica de buscar una aguja en un pajar.

Y es en este contexto en el que surgieron las diferentes propuestas de ecosistemas de prensa autosuficientes tales como DNN (Decentralized News Network), Popula, Civil (The Civil Media Company), PubliQ o Publicism, entre otras. Todas ellas, medios de comunicación o plataformas de anidamiento de medios modeladas como criptoecosistemas en los que interactúan directamente todos o algunos de los tipos de actores protagonistas (medios, redactores, anunciantes y lectores).

Varios de ellos ya no existen. Por ejemplo, Civil fracasó en su doble intento de financiación vía ICO (*Initial Coin Offering*) de octubre de 2018. Pero es pronto para concluir que su planteamiento estaba completamente errado. Quizás, aunque apuntaban en la dirección adecuada, no dieron en la diana. Quizás, y vinculado a ello, no fueron capaces de reunir el apoyo social necesario (suscriptores de la ICO). Y quizás, tener a ConsenSys, el gigante neoyorquino de las *DApps*, como socio de referencia no resultase lo más conveniente para preservar y potenciar la esencia social del proyecto.

El paradigma que regía en Civil es denominador común de estas iniciativas: la reinención de la actividad periodis-

tica poniendo a las salas de redacción o redactores individuales en directo contacto con los lectores y los anunciantes para que se puedan ganar la vida con su trabajo sin necesidad de pertenecer a un medio de comunicación tradicional y sin estar sometidos a Google como omnipresente agencia de medios. Los medios de producción para el trabajador.

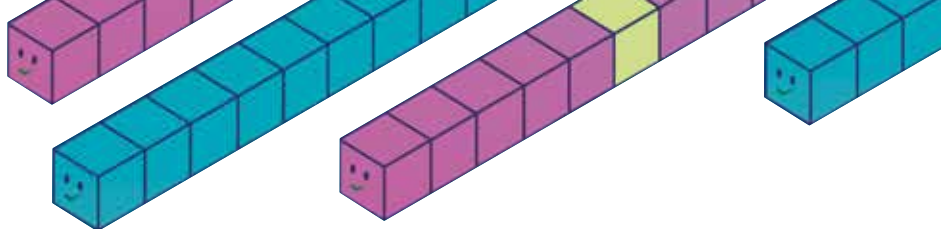
Por cierto, lo que con esto se está implementando es aquella idea del *grid journalism*. Normal, “*grid*” y “distribuido” son, en este contexto, términos sinónimos salvo matices.

¿Pero qué es realmente *blockchain*?

Las tecnologías *blockchain* son, ahora desde el punto de vista de su esencia, una nueva forma de construir confianza. Permiten que personas que no se conocen puedan confiar entre sí sin necesidad de utilizar el único mecanismo que a tal fin existió durante milenios: recurrir a otro actor en el que ambos confiaran, ya fuese un amigo común, el jefe de la tribu, un notario, el registro mercantil o un banco central. Confiabilidad por aval distribuido *versus* confiabilidad por delegación en monopolizadores del servicio de confianza.

Y, dado que la confianza es el ladrillo fundamental de todo constructo social, las tecnologías *blockchain* significan una nueva forma de crear construcciones sociales que además, de forma nativa, son distribuidas, digitales y a distancia.

Como muestra, las criptomonedas. Al fin y al cabo, el dinero es una construcción social. Una en la que la confianza es patentemente esencial. Requiere confianza como condición de posibilidad —¿recuerda aquella leyenda en los antiguos billetes de pesetas; “El Banco de España pagará” ➤➤➤



Las tecnologías *blockchain* significan una nueva forma de crear construcciones sociales que, además, son distribuidas, digitales y a distancia

al portador...”?— y genera confianza con su uso (“*Si vis pacem*”... “*¿para bellum?*”, no: ¡haz comercio!).

Y en lo tocante a la construcción de un nuevo modelo de negocio para el periodismo, ¿no deberíamos empezar por restaurar su base social? ¿No nos enseñan eso los exitosos ejemplos de *The New York Times* y *The Guardian*?

Apostar por la calidad periodística y por los valores de la gran prensa, con la transparencia y la pluralidad por encima de todo, como camino para restaurar, por un lado, la confianza de los lectores —palanca de su fidelidad— y, por otro, la reputación del medio —palanca de su capacidad de influencia—, determinando estas últimas el poder del medio para fijar lo que, en cada momento, es necesario incluir en la agenda pública. Uno de los elementos clave de la función social de un medio de comunicación y, al mismo tiempo, ¡un factor decisivo de su valor desde el punto de vista de los anunciantes!

¿Y puede *blockchain* ayudar a restablecer esa confianza, ahora extraviada? Seguramente sí. Ahora bien, probablemente no mediante modelos criptoeconómicos tales como los comentados antes, que son los que se han venido intentando hasta ahora.

Tales modelos criptoeconómicos pueden resultar fértiles cuando se abordan interacciones humanas verdaderamente reducibles a incentivo económico sin pérdida de matices esenciales. Tal es el caso, entre otros muchos, del depósito y transferencia de valor (Bitcoin, Monero o Ripple, por ejemplo), de la gestión y mercadeo de la producción de energía eléctrica en red (antes o después la veremos en su forma *blockchain*) o de la gestión distribuida de la microrremuneración por uso de nuestros datos personales con fines publicitarios.

Pero no parece que ese sea el caso del periodismo. La prensa es un servicio social que, como hemos visto, conlleva, además del necesario beneficio económico, un conjunto de intangibles como elementos esenciales. Y dado que no todo lo humano se puede reducir a dinero, esas modelizaciones incurren, de partida, en un reduccionismo mecanicista y estéril. Están perdiendo parte de las dimensiones

que posee el fragmento del universo que pretenden modelar. Lo mismo que si intentamos describir y entender un complejo cuerpo tridimensional por medio de su sombra, su proyección en dos dimensiones.

Por otra parte, no asumamos el *ex novo* como dogma. ¿Por qué no apoyarnos en el tejido de medios ya existente? *Blockchain* requiere colaboración, pero no es incompatible con la competencia. Algo nada exótico. Al fin y al cabo, las asociaciones profesionales y empresariales existen en virtud de ese mismo principio. Apoyémonos pues en ellas e involucremos, además, consorcios como, por ejemplo, *The Trust Project*. Estos son claramente relevantes cuando el fin es restaurar y potenciar la calidad y la base social de los medios. Y, desde luego, enfoquémonos en los lectores. Si bien es probable que estos ya no vuelvan a ser meros lectores.

Hay mucho por hacer. Social, económica e intelectualmente necesario, bueno y bello. Y podemos llegar a tiempo, antes de que el sueño de los medios de comunicación produzca el monstruo de una sociedad que no necesite información profunda, libre y plural. ¿No vale la pena dedicar un poco de esfuerzo a pensar, colaborar y ponerlo en marcha?

Bibliografía

Buterin, V. (2013). “Ethereum Whitepaper”. Disponible en: <https://ethereum.org/en/whitepaper/>

Colle, R. (2017). *Blockchain para periodistas y medios de comunicación*. INCOM-Chile (Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación). Disponible en: <http://incomchile.cl/wp-content/uploads/2012/03/Blockchain-periodismo.pdf>

Fondevila-Gascón, F. F. (2010). *El cloud journalism: un nuevo concepto de producción del periodismo del siglo XXI*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/236022103_El_cloud_journalism_un_nuevo_concepto_de_produccion_para_el_periodismo_del_siglo_XXI

Marqués-Pascual, J.; Sintés-Olivella, M.; María Piqué i Fernández, A.; Sáez Casas, A.; Yeste Piquer, E.; Xicoy i Cornas, E. (2020). *Blockchain y periodismo. Cómo la cadena de bloques cambiará a los media*. Barcelona, Editorial UOC.

Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. Disponible en: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>