Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, 4(17) (2022). ISSN-e: 2386-3730
https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8794

Conversaciones

Periodismo, Ciudadanía y Estado: responsabilidades y desafíos ante la Desinformación. Una conversación entre Alberto Quian** y Pascual Serrano***

Raquel Tarullo[1,a,*]
[1] Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - CONICET, Argentina

[a]raqueltarullo@gmail.com

** **Alberto Quian** es doctor en Investigación en Medios de Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid. Premio de Periodismo Científico Celia Brañas 2021 de la Real Academia Galega de Ciencias. Es autor del libro *'El impacto mediático y político de WikiLeaks'* (UOC, 2013) y del capítulo 'Wikipedia como campo de batalla ideológico e intelectual' del *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las 'fake news'* (UNED, 2021), entre otros.

*** **Pascual Serrano** es periodista y ensayista, licenciado por la Universidad Complutense de Madrid. Fundador y redactor de las revistas *Voces y Rebelión* y colaborador de *Le Monde Diplomatique*, entre otras publicaciones. Dirige la colección de libros *A Fondo* de la editorial Akal, donde ha publicado (2022) su último libro *Prohibido dudar*, sobre la visión occidental de los medios en la guerra de Ucrania. Premio de Periodismo de Derechos Humanos de la APDHE.

* Raquel Tarullo es investigadora en CONICET, Argentina. Doctora en Ciencias Sociales y Humanas por la Universidad de Quilmes y magister en Comunicación por Goldsmiths (University of London). Es miembro de la red de investigadores DigiWorld de comunicación política, entre otras. Sus líneas de investigación abarcan la interacción entre comunicación politica y activismo digital, así como las prácticas de participación de la ciudadanía.

Copyright © Universidade de Santiago de Compostela. Artículo en acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia Atribución-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). (BY-NC-ND 4.0)

Alberto Quian y Pascual Serrano durante la conversación

La circulación de desinformación se ha incrementado en los últimos años, a partir de un uso profuso de las redes sociales como fuentes de consumo de noticias, la necesidad de acceder a contenidos informativos de manera instantánea y permanente y una creciente confianza en los contactos cercanos como proveedores de verdades; todo esto acompañado de una desconfianza en aumento hacia las instituciones tradicionales, entre las que se encuentran los medios de información.

Asimismo, el infoentretenimiento de temas de agenda parece ser una opción por la que han optado las empresas mediáticas para sobrevivir en un capitalismo de mercado que busca retener a sus audiencias. Y si bien, la espectacularización de las noticias y la desinformación no son necesariamente la misma cosa, suelen usar recursos similares en la conformación de nichos de públicos descreídos y polarizados.

Ante una ciudadanía con escasas habilidades para distinguir qué es engaño y qué no, y con tecnologías que, gracias a su sofisticación, ponen un velo sobre su manera de operar; inquieta saber qué rol cumplen los Estados, el periodismo y también la ciudadanía. Sobre estos temas desde la Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD) entrevistamos[1] *a Pascual Serrrano, periodista y autor de varios libros sobre la materia, y Alberto Quian, también periodista y profesor universitario para discutir dónde estamos y qué podríamos hacer para recuperar el espacio de la conversación sobre temas de la agenda pública*.

Raquel Tarullo (RT): En los últimos años hemos escuchado y hemos hablado de desinformación mucho más que antes. Sin embargo, el tema no es nuevo: desinformación hubo siempre. De hecho, Pascual, el título de un libro tuyo, que publicaste hace más de diez años, lo titulabas *"Desinformación, cómo los medios ocultaban el mundo"*. Ese texto bien podría haber sido escrito hoy mismo. Entonces, ¿Por qué seguimos hablando de desinformación? ¿Qué cuestiones permanecen en el actual contexto? ¿Qué ha cambiado?

Pascual Serrano (PS): El libro tendrá diez o doce años y sí, son preguntas oportunas, porque la situación ha cambiado, en algunos casos para peor, en otros para mejor. Entonces, aquel libro se centraba en responsabilizar a los medios de comunicación. Es decir, mi tesis es: los medios de comunicación, por determinados intereses, no nos explican el mundo. Decía que hay unas razones estructurales, de funcionamiento y otras ya ideológicas para que eso ocurriera. Desde entonces, ¿Qué ha pasado? Que se ha desarrollado mucho Internet y las redes

[1] *En el proceso de edición de este encuentro ha colaborado Celina Craviolatti, de UNNOBA, Argentina. El enlace para acceder a la Conversación es: https://www.dropbox.com/s/n0sld9hcqrgcms9/video2041337869.mp4?dl=0*

sociales. Pero además yo creo que se ha avanzado en el concepto de *posverdad*, en el que incluso la relación entre el término de verdad, con respecto al de mentira, parece que está en entredicho, en debate.

Esto es muy preocupante. Hasta el punto de que en la administración de Donald Trump no solamente es que se mintiera, sino que se discutió el concepto de verdad, diciendo que la verdad depende un poco de elementos funcionales de cada uno, de cada coyuntura, lo cual para el periodismo es una gran tragedia. Al hablar de las redes sociales creo que lo que ha ocurrido, y para bien, es que se ha acabado con ese oligopolio de los grandes medios de comunicación, de las grandes empresas.

Sin embargo, esa democratización de la información no ha traído mejor información. Se ha democratizado la desinformación. A la desinformación que había en el oligopolio mediático, se ha unido la propia desinformación que la ciudadanía está creando en las redes sociales, con esos bulos que circulan por los *WhatsApp*, con esos *retuiteos* de cosas que hacemos sin contrastar, y con todas esas *fake news* que todos nosotros nos vamos contaminando, más allá incluso de la responsabilidad de los medios. Esa sería la novedad.

> Pascual Serrano: "Las RRSS acabaron con el oligopolio de los medios, pero se ha democratizado la desinformación".

Alberto Quian (AQ): Estoy de acuerdo y, es más, agregaría un pequeño matiz. Es cierto que desde el año 2016, 2017 se puso de moda este concepto de *posverdad*, a raíz del *Brexit* o de la campaña de Donald Trump en Estados Unidos, pero también es cierto que lo que denominamos ahora *posverdad* ya existía antes; en el nazismo, por ejemplo.

Porque la esencia de estos sistemas es la manipulación de la verdad, de retorcerla o de destruirla.

Pero claro, hoy en día, con las nuevas tecnologías, la conexión global, las redes sociales, todo esto ha convertido y transformado a estos fenómenos y los ha llevado a una escala global. Porque si antes, la difusión era más difícil porque dependía de los medios tradicionales, en el mundo actual sí que es cierto que la mentira tiene mayor capacidad de multiplicarse y contagiar a otros.

En ese sentido, me interesa mucho la perspectiva de observar la mentira como un virus y como éste se mueve en el contexto mediático en el que nos encontramos ahora. Me pregunto cómo se fabrica el virus de la mentira para que circule de persona a persona, a través de las redes sociales y que de este modo vaya contagiando hasta alcanzar una globalidad. Parece que funciona mejor la desinformación y la mentira, que la información y la verdad. A la verdad le cuesta más convencer a la gente, mientras que la mentira parece que es mucho más fácil de transmitir, de contagiarse. Y desde un punto de vista, vamos a llamarlo *"virológico de la información"*, buscar una vacuna contra la desinformación parece que nos está costando mucho. Hemos encontrado vacunas contra la COVID, tenemos vacunas contra otro tipo de enfermedades, sin embargo, no tenemos una vacuna contra la mentira, tan necesaria en una sociedad hiperconectada, que está permanentemente recibiendo ítems, por diferentes plataformas y diferentes medios, de diferentes fuentes, fuentes más fiables, otras menos fiables, fuentes anónimas, fuentes conocidas.

En este escenario, está resultando muy complicado combatir la desinformación. Además, no toda la desinformación es o busca lo mismo. Por ello tenemos que diferenciar entre lo que es desinformación, la cual es algo deliberado, a la información errónea, que desinforma,

también, pero sin buscarlo. Y ahí trabaja el periodismo que es una actividad humana y como en cualquier actividad humana, el error puede estar también presente. Los periodistas cometemos errores. Eso ocurre. Pero otra cosa son las campañas orquestadas, diseñadas, para expandir una mentira de manera deliberada o para ocultar información. A veces no se trata sólo de desinformar sino de ocultar información, que también puede ser una estrategia.

RT: Ambos hablaron del periodismo, de los medios de información, de las empresas. Ahora, en la búsqueda de esta vacuna ¿Qué rol estarían cumpliendo? Si al presente escenario, ya de por sí complejo, le sumamos la variable desinformación ¿Cuál sería la función de los medios y del periodismo en la búsqueda de esa vacuna, en trabajar en su diseño, en promocionar esa vacuna?

PS: El concepto de vacuna no termina de convencerme. Creo que uno de los problemas es que primero hay que diferenciar – tal como propone Alberto- entre una desinformación por una falta de contexto, por una falta de antecedentes, por una ausencia de noticias, que la mentira directamente o la *fake news* instalada. Son diferentes.

En el caso de la segunda, creo que lo grave de nuestro sistema es que es impune.

El arquitecto que hace un puente mal, pues existen mecanismos para tomar medidas contra él; el cirujano que me tiene que operar de la pierna derecha y me doy cuenta que me ha operado de la izquierda,… pues parece que existe algún sistema de calidad, de control o de disciplina hacia ese señor que lo ha hecho mal. El restaurante o el mercado donde me dan una comida en mal estado, …hay mecanismos públicos para tomar medidas con respecto a quien vende comida en mal estado. Pero en cambio, no se ha creado por parte de los poderes públicos un mecanismo de actuación, de sanción, de disciplina contra el periodismo que premeditadamente miente o engaña. Con lo cual, evidentemente estamos lejos de la presunta vacuna si encima sale gratis mentir. Si encima todos sabemos que el periodismo y la información son agentes políticos de primer orden. Tenemos entonces las condiciones perfectas: las mentiras salen gratis y además sirven a objetivos políticos y a objetivos económicos. Así tenemos el caldo de cultivo ideal para que la desinformación se desarrolle y se amplíe.

Hay una anécdota: en la campaña de Donald Trump contra Hillary Clinton se ha dicho que el porcentaje de mentiras que decía Trump era de un 70%, frente a Hillary Clinton que solo era de un 20. Claro, es evidente, si alguien dice un 20 y no pasa nada, pues es normal que el siguiente diga, pues yo voy a hacer un 70. Lo que no sé es cómo llego a un 30% de verdad, si le hubieran permitido el 100 ¿No?. Entonces, es como si yo voy al supermercado y me dejan llevarme 100 gramos de jamón gratis, bueno, entonces, voy a llevarme el jamón entero. Es decir, ese es el problema de la impunidad.

¿Cuál es el papel del periodista? En esto he sido siempre muy crítico: el periodista en una estructura empresarial de medios de comunicación es un operario. ¿Cuál es la capacidad de maniobra de la cajera del supermercado sobre el funcionamiento del supermercado? Muy poca. También el periodista tiene muy poca capacidad de maniobra en un sistema de economía de mercado, en el que el código deontológico del periodista es uno: que a tu jefe le guste lo que hagas, para que mañana puedas seguir trabajando. Ese es el problema en estas estructuras de mercado, es mentira lo del código deontológico y los códigos éticos: aquí tú vas a trabajar porque un jefe quiere. Entonces, ¿Qué más da decir sobre cuáles son mis criterios éticos? Solo hay uno y es que tengo que comer y que tengo que mantenerme. Evidentemente que van a estar los periodistas más dignos que asuman las consecuencias de todo eso y luego los más rastreros, que estén dispuestos a todo con tal de seguir trabajando. Pero, en cualquier caso, no existe un mecanismo de salubridad o de higiene para garantizar la lucha.

Alberto Quian: "La desinformación siempre es deliberada y hay que diferenciarla de ia información errónea".

AQ: Es interesante lo de la impunidad, sobre todo lo relacionado con los mecanismos de sanción. ¿Cuáles son los mecanismos de sanción? Estoy de acuerdo en que tienen que existir mecanismos de sanción, pero veo varias cuestiones en relación con ello. Por ejemplo, si dejamos en manos de un Estado que imponga o que establezca la regulación y esos mecanismos de sanción concretos a la hora de regular la actividad periodística podemos correr el riesgo, por ejemplo y dependiendo de la ideología imperante, que esos mecanismos de regulación de la actividad periodística vayan en contra de la libertad de información y de expresión. Entonces, si bien estoy de acuerdo de que tiene que haber ciertos mecanismos o regulaciones, también creo que en el debate tenemos que tener mucho cuidado con cómo, quién y de qué forma se aplican esos procedimientos. Porque corremos el riesgo de, sin quererlo, fortalecer determinadas posiciones totalitarias que suelen ir en contra de lo que es el periodismo en sí mismo, en contra de la libertad de información, la libertad de prensa, la libertad de expresión. También existe otro mecanismo de sanción que llamamos la sanción social. Traigo dos ejemplos: el trumpismo gana las elecciones en Estados Unidos y la campaña del *Brexit* logra sacar al Reino Unido de la Unión Europea. Ambos procesos se basaron en campañas orquestadas, muy orquestadas, de manipulación y de desinformación, ancladas en mentiras. Entonces, es cuando el contrapoder debe exponer: "oiga señor, oiga señora, aquí tiene, esto es mentira, lo hemos verificado, esto no es así." Por ejemplo, en Reino Unido cuando se hablaba de que Europa robaba X cientos de millones de libras a Reino Unido, la Universidad de Londres realizó un informe que publicó *The Guardian* y otros periódicos desmintiendo estas afirmaciones, difundiendo datos y estadísticas. Entonces, esto evidencia otro problema: es que la gente con su poder de sanción social, no ha sancionado a los mentirosos, ni a través del voto ni usando otros mecanismos. También debiéramos preguntarnos por qué ocurre esto. Los periodistas tenemos una labor, que es señalar al mentiroso y descubrir la verdad. Pero la sociedad también tiene una responsabilidad: cuando sabes o cuando tienes información contrastada conforme y te están mintiendo, tú también tienes el deber de sancionar al mentiroso. Y eso no sucedió en Estados Unidos, no ha sucedido en Reino Unido y estamos viendo que tampoco está sucediendo en Europa, donde fuerzas políticas -pero también incluso medios de comunicación-, forman parte de campañas orquestadas para difundir bulos. En España tenemos, por ejemplo, medios de comunicación afiliados a la extrema derecha que están permanentemente, día tras día, levantando bulos y desinformaciones y no hay una sanción social contra ellos. Deberíamos también preguntarnos los motivos, ¿No?

RT: Entonces, teniendo en cuenta estos últimos comentarios, ¿Cuál es el rol de las organizaciones de la sociedad civil en crear y promover sanciones sociales? Porque por un lado, dice Pascual, que parte del incremento en la circulación de la desinformación se debe a que el Estado no sanciona. Y Alberto, por su parte advierte sobre el peligro que estados totalitarios encargados de estas sanciones acaben por interpretar qué es un contenido engañoso en función de sus propios beneficios. Esto derivaría en campañas de desinformación constante, orquestadas por el mismo Estado. Cuentan hoy varios ejemplos de ello. Y, por otro lado, nos encontramos con una ciudadanía que no sanciona. Entonces, ¿Qué creen ustedes que la ciudadanía podría hacer? ¿Qué función cumple la educación informacional? ¿Cómo y dónde

deben crearse instancias de alfabetización digital en pos de una ciudadanía activa y responsable en el entorno digital?

> PS: "El caldo de cultivo de la desinformación es que la mentira sale gratis y sirve a objetivos políticos y económicos".

PS: En parte soy escéptico. La sanción social, …el propio Alberto que la nombraba como propuesta, a continuación aclara que no funciona en ningún sitio. Por ello, creo que es una ingenuidad la sanción social. Y vuelvo a los ejemplos de antes. No queremos la sanción social para el restaurante que pone mala comida. Entendemos que hay unos inspectores sanitarios que se ocupan de sancionar al establecimiento. No hay una sanción social de decir: en ese restaurante dan mala comida y todos salimos descompuestos, con lo cual vamos a dejar de ir todos ¿No? Pues no es ese el mecanismo en el que confiamos para los restaurantes. Para el médico que opera mal tampoco confiamos en la sanción social. Estamos un poquito más tranquilos si existen algunos mecanismos de control sobre la calidad ¿No?

Además, no hay más que ver algunas cifras de audiencias de algunos programas bastante patéticos, como para darnos cuenta de que la sanción social no es como para confiarse mucho. Luego, es un gran debate lo que se está diciendo: ¿Qué hacemos? ¿Delegamos en los Estados la legislación, eso que tú llamas regular la comunicación?

Primero creo que no es regular, primero delimitaría la mentira. Quiero recordar que es el Estado el que constantemente está diciendo qué es verdad y qué es mentira… en un juicio por asesinato, en un juicio por robo, o sea, en un montón de acontecimientos diarios, en los que se diluye que una persona vaya 30 años a prisión. Tenemos a las instituciones diciendo lo que es verdad y lo que es mentira, …si este violó, si este mató, si este robó, si no robó, es decir, el concepto verdad y mentira no debería de ser tan etéreo como para decir que no creemos en que el Estado pueda dar su palabra en el asunto. Aclaro que cuando digo Estado me refiero a jueces, a profesionales, y no me refiero a un ministro, evidentemente. Es decir, creo que las instituciones deben pensar y actuar sobre los conceptos de verdad y mentira. Viene un gobierno de ultraderecha, imagínate dejar en manos de ellos eso. Es que, si te paras a pensar, gracias a esa impunidad para mentir, es por lo que los gobiernos de ultraderecha están consiguiendo llegar por su mecanismo de aplicar bulos y de mentir. Creo que en este momento no queremos actuar contra la mentira porque pensamos que esas mismas actuaciones serían herramientas muy perjudiciales si estuvieran en manos de la ultraderecha. Y a lo mejor, lo que estamos haciendo por no actuar contra la mentira, es dejar que la ultraderecha se encarame al poder por sus mecanismos de bulos. Trump llegó con la mentira, el *Brexit* llegó con la mentira, las campañas de Vox son todo pura mentira y siempre, siempre está saliendo gratis ¿No? Es decir, desde el punto de vista de la izquierda, esto no está saliendo bien. ¿Qué podemos hacer?

Después de esta parte negativa, voy a decir algo que despierte un poco más de esperanza: creo que sí se puede hacer algo en términos de educación. Es curioso que a los chicos en los institutos se les enseña cómo hacer un periódico. Pero los chicos no se van a dedicar a hacer periódicos ¿No? Es decir, yo haría un curso de cómo defenderse de un periódico. Hay que educar a la gente en la defensa frente a la desinformación. Es preciso enseñar a los jóvenes, a los niños incluso, en todo momento de aprendizaje, de educación, cómo enfrentarse a los mecanismos desinformativos, a las mentiras, cómo contrastar una información, cómo buscar, si eso que te ha llegado por *WhatsApp* es verdad o mentira, cómo coger una imagen y llevarla a *Google* y ver si esa imagen era original o viene de otro sitio, cómo analizar el contexto de una

https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8794

noticia que te han puesto. Siempre contaba en los cursos un ejemplo muy breve: viene una campaña electoral municipal y hay un periódico que publica sobre el alcalde que se presenta a las elecciones. En el primer periódico, se titula "El alcalde ha inaugurado dos colegios". Pero el otro periódico dice, "El alcalde ha inaugurado dos colegios de los 10 que prometió". Un tercer periódico afirma: "El alcalde ha inaugurado dos colegios de los 10 que prometió, con un presupuesto 5 veces más de lo que estaba previsto". Y el otro periódico publica: "El alcalde inauguró dos colegios, de los 10 que prometió, con un presupuesto 10 veces más de lo previsto y el constructor fue su cuñado". Es decir, aquí tenemos cuatro noticias que son reales, nadie ha mentido. Y según el contexto en el que tú pongas, le estás insinuando al público lector, este es un alcalde que merece ser votado o este es un alcalde que merece ir a la cárcel. Y todas estas cosas, yo creo que hay que enseñárselas a la ciudadanía y no se hace.

Es cierto entonces que la ciudadanía se divide en dos: los que se lo creen todo, o los que ya surgen de la ultraderecha, y dicen los medios son todos unos mentirosos. Y al final no logramos ni desmentir la mentira, porque los propios trumpistas ya se han dedicado a sembrar el bulo de que todos los medios son manipuladores.

AQ: Con lo de la educación estoy absolutamente de acuerdo. Es decir, tenemos que darle los conocimientos, las técnicas y las habilidades a todos los sectores, también a la gente mayor, que también es muy vulnerable a la desinformación, gente mayor que está aprendiendo a utilizar el *WhatsApp* y le llegan *links* de desinformación, fotos que son manipuladas y que no saben o no comprenden de estos mecanismos digitales que permiten editar textos, fotos, audios…considero que es preciso abrir un poco esa educación a todos los tramos de edades.

Pero no se trata solo de entender, por ejemplo, el cómo identificar información buena o información mala, se trata también de entender la tecnología que estamos usando. Y creo que aquí tenemos un problema muy gordo. Porque nosotros no somos usuarios de tecnología, nosotros somos productos más dentro de un mercado en el que nos han puesto unos aparatos de alta tecnología, que apenas sabemos utilizar. Alguien puede decir, oiga, yo sé encender un teléfono, yo sé hacer una llamada, yo sé utilizar *WhatsApp* y yo sé utilizar *Tik-tok*, *Twitter*, o yo sé acceder a un periódico digital. Pero eso no es saber utilizar la tecnología. Eso es saber utilizar unas aplicaciones sencillas que nos dan, pero no sabemos ni cómo se diseña esa tecnología. Me pregunto: ¿Cuánta gente sabe que detrás de los teléfonos inteligentes tienen lo que se llama, *las puertas traseras*?, o ¿Cómo se diseñó el algoritmo que hace que, en una búsqueda de *Google*, tu obtengas unos resultados y yo obtenga otros diferentes? O qué hace que tú estés viendo una información en *Facebook* y tu amigo, que tienes en tu grupo de amistades, esté viendo otra diferente. Entonces, si la gente no sabe, por ejemplo, cómo funciona un algoritmo, es difícil que podamos combatir esto. Si la gente no sabe cómo funcionan sus teléfonos móviles o cómo se diseñó *WhatsApp*, es difícil poner un freno a la desinformación. Porque no estamos teniendo el conocimiento profundo de cómo funcionan las tecnologías. Por poner un paralelismo, cuando tú te sacas el carnet de conducir, te obligan a tener unos conocimientos básicos de cómo funciona el coche. No solo te enseñan a conducir, te enseñan las partes del coche, te enseñan cómo cambiar una rueda, te enseñan a cambiar el aceite, cómo funciona el motor, etc, etc. Esto no está sucediendo con la tecnología, la comunicación y la información. En realidad somos como primates con alta tecnología. Creemos, tenemos la sensación de que controlamos la tecnología, cuando la tecnología es tan avanzada y avanza más, cada vez más, precisamente por su propia inercia, a unos ritmos cada vez más acelerados, que está dejando cada vez más atrás nuestra capacidad humana de controlarla y de entenderla, Y claro, esto también supone un problema, desde mi punto de vista.

RT: En este contexto global donde la desinformación circula más rápidamente y con formatos más atractivos que la información, los medios verificadores han alcanzado un rol preponderante. Para ustedes, ¿De qué manera cumplen una función en esta batalla contra la desinformación?

AQ: Siempre suelo decir a mis estudiantes que el *fact-checking*, parece que es algo que se ha puesto de moda. Pero es que el *fact-checking*, como verificación de datos, debería -y lo era, por lo menos en la prensa anglosajona sí hubo tradición, en la hispana no tanto quizás- ser una función intrínseca, propia, natural del ejercicio periodístico. Es decir, tú estás trabajando para un periódico y tú mismo tienes que ser el *fact-checker* que verifique toda la información y datos que te llega. Y luego, a lo mejor, alguien dependiente dentro de tu propio periódico, que no eres tú, pues revisar esos datos, consultar. Creo que eso precisamente, por múltiples razones -podemos hablar desde intereses comerciales, económicos, hasta lo que es la rapidez con la que estamos trabajando en Internet-, los periodistas parece que nos hemos olvidado un poco y lo hemos dejado de lado.

Entonces, han surgido estas organizaciones supuestamente independientes, para controlar a los que hacemos periodismo. Pero esto tiene sus claros y sus oscuros. Es decir, creo que está muy bien, porque creo que supone un avance. Walter Lippmann, por ejemplo, pedía a los periodistas espíritu científico. ¿Qué es tener espíritu científico? Tener capacidad de compartir todo lo que tienes para que otros lo chequeen, a través de una metodología, y con esa metodología probar que las cosas son de una manera, o no lo son, refutarlas. Entonces, digamos que todas estas nuevas organizaciones de *fact-checking* creo que avanzan un poco en esa idea. Esos son los claros. Pero los oscuros pueden ser ¿Quién decide qué se verifica y a quién se verifica? Es decir, puede ocurrir que decidamos verificar más a unas fuentes que a otras, a unos medios que a otros, a unos periodistas que a otros, a unos partidos políticos, a unas ideologías que otros. También corremos esos riesgos ¿No? Entonces, creo que es un avance por un lado, pero al mismo tiempo el hecho que haya agencias de verificación también de alguna manera demuestra el fracaso de esa labor dentro de las propias redacciones.

> AQ: “Tenemos que ver cómo, quién y de qué forma se aplican las regulaciones contra la desinformación”.

PS: A lo que dice Alberto agrego que los medios de verificación no tienen ningún carácter vinculante. Entonces, el público escucha por ahí una cosa que se llama *Newtral* que dice que esto es mentira y otra que se llama *Telecinco* que dice que eso es verdad. Y con eso, estamos ahí viviendo en un bucle, todos los días de la semana. Y hay empresas de verificación de noticias que serán parciales y otras que, aunque no lo sean, van a terminar tildadas de parciales. Finalmente, el verificador de noticias también va a perder la credibilidad y no vamos a resolver nada con eso.

RT: Ambos han hablado sobre el papel que tienen las tecnologías al permitirnos acceder a ciertas cuestiones, pero, al mismo tiempo, nos ocultan otras. Este papel ambivalente de la tecnología también se observa en relación con la labor cotidiana del periodista. La pregunta es ¿Dónde encuentran las luces y las sombras en la rutina diaria del periodista? ¿Dónde la línea entre desinformación/información precisa de habilidades profesionales cada vez más especializadas, y de un tiempo para la labor con el que no siempre se cuenta?

PS: Insisto en que los condicionamientos del mercado son fundamentales. En un sistema en el que el mercado domina las relaciones económicas todo lo que no consigamos a través de

instituciones democráticas y participativas está condenado al fracaso. Por ejemplo, creo que un mecanismo debería ser el actuar contra la concentración de empresas; determinados accionistas deberían ser considerados perversos por el mero hecho de que estén presentes en los medios de comunicación. Pasó en la legislación de Ecuador. Considero que no debe de haber ni partidos políticos, ni hidroeléctricas, ni bancos, ni petroleras, como accionistas de un medio de comunicación porque ya supone directamente su perversión. Y eso solo lo puede impedir el Estado.

Existen otros mecanismos de mercado que también permiten los medios de comunicación, que es la rentabilidad, por hacerlo todo rápido, por hacerlo espectacular, por tener muchos *clicks*, por tener muchas audiencias. Todo esto también es perverso y eso supone que luego no hay dinero para enviados especiales, no hay dinero para enviar corresponsales, no hay dinero para investigar dos semanas una noticia. Es decir, en un marco de mercado es imposible una investigación de dos semanas para un reportaje. Es menos competitivo contrastar noticias. Es impensable mandar un enviado especial a una huelga en la selva de Chile.

Funcionará si existen unos medios públicos que creen que es un derecho ciudadano el estar informado, como lo es la salubridad y la educación, y entonces dedicaran recursos sin necesidad de rentabilidad. Unas legislaciones que garanticen que no se perviertan los medios por un accionariado dado, que en mi opinión es ilícito. A mí me sigue preocupando que veamos tan evidente la necesidad de un Estado presente en las universidades, en la educación, la sanidad, en las carreteras, en la justicia y luego queramos resolver sin Estado los problemas de comunicación. No digo que el Estado vaya a garantizar que funcionará todo bien. Lo que sí estoy convencido es que sin Estado no hay posibilidad de que funcione. Las empresas de configuración de noticias, lo que decía Alberto, es decir, igual si son privadas, pues mirarán a ver a quién, qué desmienten y qué no desmienten, con un determinado sesgo también. ¿Quién me dice entonces que ellas no hacen bulos también? Claro, es que ¿Quién controla? Es como si dijéramos que hacemos una policía, pero que la policía va a ser privada. Pues una policía privada a lo mejor lo que hace es que solo vigilará las casas de determinadas personas y actuará con determinados delincuentes y contra otros no. Esto es igual: si hacemos una policía de la veracidad, pero que es privada, no sé por qué va a actuar con justicia a la hora de examinar noticias.

> PS: “El código deontológico del periodista hoy es que a tu jefe le guste lo que hagas, para poder seguir trabajando”.

Por eso sigo reivindicando los poderes públicos, con todos los mecanismos de control. En el caso de los medios públicos, evidentemente, con participación democrática de los centros sociales, de los sindicatos, de la oposición de los partidos, es decir, todos mecanismos de control. Creo que todo lo que intentemos buscar en un marco privado, no dará buenos resultados porque ya sabemos la capacidad que tiene el dinero incluso de cooptar las instituciones públicas. Imagínate en el ámbito privado.

AQ: Creo que toda persona que haya trabajado en una redacción de algún medio de comunicación de prensa, ha visto algún ejemplo de cómo un poder económico se ha presentado en la redacción para controlar algún tipo de información. Esto lo he visto con mis ojos y creo que cualquier persona lo ha visto alguna vez ¿No? Llega el presidente de turno de una empresa para mantener una charla con el director o el editor del medio e intentar, por lo

menos, dirigir de alguna manera las líneas de la información que se está dando sobre determinado asunto. Para quitar un problema.

Los periódicos, por ejemplo, son medios de comunicación que pertenecen; al final son una pieza de un *puzzle* gigante, una pieza de *puzzles* macroeconómicos, mega-económicos, hiper-comerciales que forman parte de eso, de unos entramados que a veces incluso no tienen absolutamente nada que ver con el mundo de la información y el periodismo. Están en manos de gente que la información la ve como una mera mercancía más con la cual seguir ganando dinero.

Y esto es un problema, porque la información no es una mercancía, la información es un valor. Es un valor ético, social, político, y no una mercancía que se pueda vender y comprar como se está haciendo. Claro, aquí entonces tenemos un problema. Porque los ingleses le llaman *commodity* ¿No? Entonces, cuando tu conviertes la información en una especie de producto de supermercado, estás no solamente desprestigiando al periodismo, sino acabando con el propio periodismo en sí mismo.

Y, como bien dice Pascual, los periodistas no tienen autonomía, ninguna. Es decir, son operarios, meros trabajadores que siguen a una cadena de producción, porque los periódicos forman parte de una cadena de producción. Entonces, tu puedes discutir con tu redactor jefe, pero al final, se va a imponer la línea editorial, pero no la del director del medio…, se va a imponer la línea que impongan los accionistas que controlan esos medios. Estamos muy acostumbrados a ver en televisión a "las grandes estrellas" del periodismo, pero la realidad periodística, la masa de trabajadores periodistas viven en situación de precariedad, no solo económica, sino de precariedad a la hora de trabajar con libertad y bajo criterios éticos y deontológicos. Todo esto hace muy complicado el escenario actual, sumado a que hay que seguir haciendo caja, cada vez más rápido y cada vez más, pues hay que trabajar en unas condiciones también más difíciles a la hora de hacer una buena producción. También lo decía Pascual ¿No?

Siempre digo que el periodismo o es investigación o no es periodismo, porque la investigación es propia al periodismo. Pero claro, hacer periodismo de investigación es largo, es caro, es costoso y no estamos dispuestos en un mundo en el que hay que hacer permanentemente caja, de que cada *click* es un ingreso. Los grandes directores no parecen estar dispuestos a dar preeminencia a este tipo de periodismo, sino que estamos en un periodismo blando, que se producen noticias que incluso que no son noticias, que se publican supuestas informaciones que no son noticias. Acaban formando parte del ámbito de la curiosidad, la banalización, la trivialización de la realidad, desinformaciones, que son, eso sí, muy rentables. Porque se ha demostrado que la desinformación es muy rentable económicamente. Eso lo saben en *Facebook*. El señor Marck Zuckerberg lo sabe perfectamente.

PS: Pero, permíteme, creo que ya el buen periodismo o el periodismo a secas, ya deja de ser viable, es decir, ya no tiene salida. Estamos diciendo lo de las presiones de los accionistas o de los anunciantes. Es que probablemente si yo fuera el director de ese periódico, me estoy dando cuenta de que, si no hiciera lo que me dicen ellos, el medio directamente no sería viable, que es una cosa tremenda. Esto ejemplificado es que el director del periódico no puede publicar una noticia contra los transgénicos, si la empresa de transgénicos es una de las accionistas de la empresa. Pero no haría falta ni que le llamaran.

Es decir, fijaros hasta qué punto el sistema de mercado en los medios de comunicación es contranatura. Porque claro, es normal que en un buen periodismo tú estés haciendo cosas que son negativas a una empresa hidroeléctrica, ¿Por qué no?, para una empresa de telefonía, probablemente, para un supermercado, quizás, para el sindicato del supermercado, también podría ser. Para cualquiera podría ser, porque ya hemos dicho que lo importante era la verdad

en investigación. Pero si resulta que tú haces algo que es negativo para los accionistas de tu medio, sin necesidad de que venga el accionista a decirte, "te voy a despedir", el sistema, por sí, ya te da a entender.

De manera que no solamente se ha degenerado para decir que la información es una mercancía, es mucho peor, porque ya hace mucho, incluso cuando no era rentable, cumplía una función ideológica. En el libro que tú me ayudaste a hacer Alberto, se habla de que hay un momento en el que el grupo Prisa debe cinco veces más de su valor en bolsa. Imagínate una panadería que debiera cinco veces más el precio de la panadería. ¿Qué haría el panadero? Habría cerrado. Es absurdo una panadería que debe cinco veces más que el valor de la panadería. Cierra la persiana y sanseacabó. ¿Por qué aguantó el grupo Prisa en su momento? Pues evidentemente porque cumple otra función, esto lo sabemos. Cumple otra función que es la ideológica.

AQ: "La información no es una mercancía, es un valor ético, social y político".

RT: Pensando en el periodismo y su labor en un contexto, se ha dado a conocer hace poco un informe realizado en forma conjunta por el Reuters Institute y el Oxford University sobre el interés por las noticias que tiene la ciudadanía en distintas partes del mundo. Y en la mayoría de los países, los resultados indican que la ciudadanía evita las noticias: no les interesa estar al tanto de los temas de interés público. Entonces, ¿Cuál sería el rol del periodismo en todo esto y hacia dónde debería ir? ¿De qué manera se puede encontrar algo de luz en un escenario que luce bastante oscuro?

AQ: Es complicado. Estoy viendo, de hace unos años para aquí, unas tendencias en el periodismo que a mí particularmente no me gustan nada: la gente lo que quiere es entretenimiento, convirtamos la información en entretenimiento. Y esta espectacularización de la información nos lleva, finalmente, al mero sensacionalismo y también a la desinformación. En España, por ejemplo, tenemos los programas de media tarde, supuestamente programas periodísticos, programas de información, que se presentan con ese rigor, pero que son todo lo contrario. Son los mismos formatos de los programas de espectáculos del mundo del corazón, exactamente siguen los mismos cánones, pero lo hacen con información, con la información de actualidad. Y la están banalizando, trivializando y aparte hacen unas mezcolanzas muy extrañas de temas, de fuentes, de maneras de acceder a la información. Están convirtiendo en puro espectáculo trivial acontecimientos reales como pueden ser, por ejemplo, la guerra en Ucrania, la crisis económica, la crisis energética, cualquier asunto, o un asesinato, cualquier asunto social o de interés, cualquier asunto noticiable, lo estamos trivializando y convirtiendo en mero espectáculo. ¿Por qué? Porque saben que -y esto tiene que ver con lo que comentabas- que la gente consume mucho entretenimiento, y nos intentan distraer. Es decir, estamos rodeados de entretenimiento, demasiado entretenimiento y la única manera que están viendo esta gente de rentabilizar la información es entreteniendo con información ligera, información poco rigurosa. Incluso he escuchado hablar de la información *gamificada*. A mí esto me asusta un poco. Nos encontramos aquí en un momento en que hemos convertido el periodismo, o más que el periodismo la información noticiable, en mero espectáculo y es una manera más de seguir haciendo caja.

Raquel Tarullo durante la conversación.

PS: Muy de acuerdo con Alberto. Creo que habría que hacer un periodismo ameno, comprensible, sencillo, pero claro. De eso a este mantra "todo tiene que ser divertido" que ya nos domina, hay un abismo. Hay algunas cosas que tienen muy mal arreglo.

Creo que, fíjate si soy pesimista, que hasta la información audiovisual ya es pecado, porque ya lo audiovisual per se, es una cosa tremenda, porque es apelar a la emoción y al sentimiento. Creo que el lenguaje escrito aún permite el campo del razonamiento, de la argumentación, pero el audiovisual es tremendo. Es tremendo, porque tu te vas a una guerra, te coges al de un bando, entrevistas a la viuda y al huérfano de ese bando y ya has llegado a la conclusión de que los otros son los malos. Te vas al otro bando, entrevistas a la viuda y al huérfano de este bando y está claro que los otros son malos. Porque todo mediante el formato audiovisual apela a la emoción. Y con lo cual tendremos un problema. Hay que seguir reivindicando, lo escrito, porque es donde está el razonamiento y es donde está el argumento.

Siento decir esto porque yo he trabajado en televisión. ¿Tú quieres explicar en televisión unas negociaciones de paz? Eso es una cosa aburridísima que nadie la va a soportar. ¿Cómo vas a explicar? Diez personas en torno a una mesa, que hablan y discuten sobre si la frontera va aquí o va allá. Eso no hay nadie que lo soporte. En televisión te lo quitan. O te acuerdas de lo que dice Alberto: lo que vende es la mentira. Si mi noticia es que hay un burro que vuela, que se ha hecho novio de una tortuga, que se fueron de viaje a Saturno, y que ahí se encontró con un amante de la tortuga que había conocido en Júpiter, eso es divertidísimo, eso es estupendo ¿Cómo no voy a arrasar yo con una cosa así, si además le pongo elementos para que tenga credibilidad? Pues eso es mucho más divertido que contar que la tortuga se fue con un tortugo y tuvo diez tortuguitos. Eso es aburridísimo ¿No? Quiero decir, la fantasía tiene un margen de espectacularidad y de diversión tremenda. No puedes competir con el bulo, porque es mucho más divertido. Entonces, si no somos capaces de neutralizarlo, estamos en un campo en el que siempre perdemos. Y si, además, domina lo audiovisual, aún más complicado.

Creo que en periodismo todos lo hemos notado. Si alguna vez te vas a quemar o protestar por algo, asegúrate de que te graben, porque, de otra manera, no va a servir de nada. Es

fundamental que te graben cuando te quemes. Es decir, una noticia de cinco defensores de derechos humanos asesinados en un sitio remoto, siempre será la misma noticia, Tener imágenes o no tener imágenes, será fundamental para que sea noticia o no. Cuando no debería ser así. Eso es una perversión del periodismo, la noticia es la noticia. No debería de cambiar por tener o no tener imágenes. Es evidente, todos sabemos, el 80% de las noticias de televisión, las hemos visto, se han emitido porque había imágenes, no porque la noticia en sí tuviera la relevancia esa, sino porque había imágenes. Lo cual, creo que ese es otro problema al que nos enfrentamos, es decir, la espectacularidad, la diversión, y luego el coste. Cuando yo trabajaba en *Telesur*, emitir una rueda de prensa de la Casa Blanca costaba cero, porque te lo emitía por satélite la Casa Blanca. Emitir 20 segundos de un foro social en África valía 5000 dólares

AQ: “La desinformación se construye de manera transnacional, diferentes actores desde diferentes lugares”.

RT: Nombraban la guerra de Ucrania y cómo contarla. Y esto me lleva a pensar la desinformación con una mirada global, con contenidos que son transnacionales.

AQ: Podemos verlo desde múltiples perspectivas y ver múltiples ejemplos. Recuerdo por ejemplo, que se descubrió, cuando fue la campaña por las elecciones que ganó Donald Trump, que había unos chicos, si no recuerdo mal, que desde los Balcanes se estaban encargando de redactar y distribuir, informaciones falsas, *fake-news*, a favor de Donald Trump en plataformas como *Facebook*, blogs, etc, etc. Y se descubrió que estos chicos solo lo estaban haciendo por dinero, no era gente necesariamente afín a Trump en sus ideologías. Era rentable formar parte de la campaña de desinformación del trumpismo y con esa campaña, se sacaban dinero. Estamos hablando de unas elecciones en Estados Unidos, en las que contribuyeron unos chavales de Europa, y así múltiples casos.

Es decir, estamos viendo que la desinformación, sea por motivos económicos, sea por motivos ideológicos, sea por motivos de venganza, sea por motivos geoestratégicos, militares, lo que queráis, pero que la desinformación está fluyendo de una manera, no solo está fluyendo de manera global, sino que se está construyendo de manera transnacional, con diferentes actores situados en diferentes lugares.

Por otro lado, tenemos un problema de legislación. Porque ¿A quién juzgas y dónde se juzga? Porque tú puedes tener unos servidores en un país, distribuir la información en otro, el que te está dando el dinero por detrás en otro tercer país. Entonces, ahí tenemos un problema en cómo se controla todo esto legislativamente, porque como cada estado tiene su legislación y cómo Internet es algo global, pero que cada país tiene sus propias normas y su propia regulación, es bastante complicado ¿No?

En el caso, por ejemplo, de la guerra de Ucrania, fíjate que aquí no me atrevo -estando a miles de kilómetros del sitio de conflicto- a decir quiénes son los buenos y quiénes son los malos. Eso me lo tendrá que contar quién está allí trabajando sobre el terreno o quien me aporte información primaria de allí directamente.

A lo que voy es que no toda la información es suficiente ¿Por qué? Porque nos estamos cegando a ambos bandos, es decir, por un lado, tenemos -y esto tiene que ver con la transnacionalización- grandes empresas tecnológicas, *Twitter*, ahora *Meta*, la antigua *Facebook*, *Tik-Tok*, etc, etc, que han decidido poner unos vetos a la ciudadanía rusa. ¿Oiga, usted sabe que no puede utilizar nuestros servicios? Censura. Apagón, llamadlo como queráis.

Luego los Estados decidieron, junto a las grandes tecnológicas, tapar, bloquear, cerrar, poner en oscuro, a los medios de comunicación rusos. Vale, está la teoría de que son medios propagandísticos. Y seguramente lo sean o no, da igual. La cuestión es que son medios de comunicación que, si nosotros no tenemos acceso a ellos, a su versión, estamos miopes o incluso ciegos. Para tú formarte una opinión, independiente sobre los hechos, necesitas tener todas las versiones. Tú no puedes tener solo una versión. Y lo mismo sucede en Rusia y en China y en todos. Entonces, puedes decir, aquí hay una guerra, que no solo es de bombas y metralletas y de tanques, sino que es una guerra informativa. Y en esa guerra informativa, a unos les interesa que no se escuche a los otros y a los otros que no se les escuche a la otra parte.

Siempre diré que en Europa y en Occidente estamos ciegos ante lo que está sucediendo. Porque existen unos intereses que superan incluso los intereses geopolíticos, políticos estratégicos, sino que hay unos intereses de las grandes tecnológicas que han decidido que no sepamos lo que está sucediendo.

Suelo decir, a estos niveles transnacionales, que se están configurando dos bloques de opinión pública, el de occidente y el de oriente. Nosotros no sabemos realmente qué es lo que piensa la ciudadanía rusa o la china. Ellos se manejan en otras redes sociales. Pensamos que *Twitter* o *Facebook* o *Meta* o *Tik-Tok*, o *YouTube*, que son representativos de la opinión pública mundial y esto es un enfoque erróneo, totalmente erróneo, no solo de los Estados sino de los propios medios de comunicación. *Twitter* refleja la opinión de una parte, pero por ejemplo, la ciudadanía rusa se mueve con otras redes sociales, con *VK*, que es algo como la versión rusa de *Facebook*. O por ejemplo, en China tienen la red social *Weibo*, que le llaman el *Twitter* chino. Entonces, si no sabemos cómo se está expresando la ciudadanía en estas redes sociales diferentes a las nuestras ¿Qué idea tenemos de lo que está sucediendo? Absolutamente ninguna. Todo lo que digamos no tiene ningún valor. No sé si la ciudadanía rusa está a favor o en contra de esta guerra, no sé si la ciudadanía china está a favor o en contra de esta guerra. O de otras decisiones, las que sean.

Entonces, hay una transnacionalización, sí, pero también, parece que nos estamos empezando a dividir en bloques y tenemos también un punto muy euro-centrista, pensando que lo que pensemos nosotros es la única realidad y la única verdad. Y creo que es un problema bastante importante. Es necesario que entendamos que nos tenemos que abrir los unos a los otros, ellos a nosotros y nosotros a ellos, para saber realmente qué es lo que pensamos unos y otros, o cómo actúan unos y cómo actúan otros. Realmente estamos todos miopes.

PS: “El verificador de noticias también va a perder credibilidad y no vamos a resolver nada con eso”.

PS: Creo que la existencia de unos actores transnacionales, hubiera sido una oportunidad magnífica que tecnológicamente nos hubiera permitido, pues hacer un mundo más pequeño y poder acceder a otros ángulos de visión. Mira, sin ir más lejos, en este momento de manifestaciones en Irán, a mí me gustaría y me parece que sería una buena cosa escuchar la versión del gobierno iraní. Te puedes imaginar la simpatía que tengo yo hacia la teocracia iraní, ante una cuestión como es el pañuelo de las mujeres. Ninguna. Pero eso no quiere decir que a mí no me parece interesante escuchar lo que diga el Estado iraní a través de su televisión. Me parece interesantísimo. Bueno, como tú has dicho en el tema de Ucrania se ha

visto que todo nuestro concepto de libertad de expresión era mentira y era todo un engaño. No lo voy a negar.

Yo era uno de los colaboradores de *Sputnik*, tenía una firma global todas las semanas, donde evidentemente no hablaba de Rusia y de Ucrania, porque estoy en España y me parece que sería absurdo que me dedicara a hablar de Rusia y de Ucrania en un medio ruso, cuando yo ni estoy allí. Además, soy el que menos sabe, teniendo en cuenta que ellos son los de allí. Y en los estados europeos, la comisión europea nos prohibió. Nos prohibió y borró todos los contenidos que habíamos hecho. Unos medios que hasta hace dos días tenían acuerdos de cooperación.

Es decir, *Sputnik* tenía su sede en el edificio de la Agencia *EFE*. Eran socios, la agencia estatal *EFE* y la agencia estatal *Sputnik*. Y un buen día, dijo la Comisión Europea, que éramos un agente de propaganda de Putin. Y yo, que lo último que había publicado era una entrevista al delegado de la *Agencia EFE* en China, para hablar sobre China, desapareció de Internet, porque era propaganda de Putin. Y lo anterior, que fue un reportaje sobre la situación de la mujer en el Tercer Mundo, con motivo del 8 de marzo, desapareció de Internet, porque era propaganda de Putin. Y todas esas cosas que escribíamos, algunas cosas de lo que sucedía en España, pues era propaganda de Putin. Tú has dicho que las redes sociales estaban prohibidas en Rusia. No. Es que primero en las redes sociales nos prohibieron a nosotros, nos prohibieron la versión de los rusos, pero hasta *Facebook*, que tiene prohibidos los alegatos a apologías de la violencia, hizo una excepción con la violencia contra los rusos. A los rusos sí que se les podía hacer apología de la violencia.

Es decir, que ni los estados supuestamente democráticos nuestros lo son, puesto que han prohibido medios. Si usted dice "este sistema, este periódico, esta agencia miente siempre y la prohíbo", no, eso no es ninguna lucha a favor de la información. Eso es censura a un medio. Usted, péguele un hachazo, como yo mismo he defendido, a cada medio en el momento en que diga una mentira, y a ver qué es lo que queda de verdad en ese medio. Pero no cierren sistemáticamente como han hecho. Pero es que incluso esas cosas que se supone que eran asépticas y virginales, como las redes sociales, que eran pura tecnología, abierta, democrática, al final se ha demostrado que era otra vez lo mismo.

Es decir, la única agencia que sacó las imágenes de Julian Assange, saliendo de la embajada de Ecuador en Londres es una agencia rusa, justo de las que se han prohibido. Esa era su desinformación: las imágenes en bruto de Assange saliendo de la embajada.

Es decir, creo que la guerra en Ucrania ha servido para darnos cuenta de que si ya sabíamos que en nuestros países occidentales no teníamos derecho al trabajo, no teníamos derecho a la vivienda, pero creíamos que teníamos derecho a la libertad de expresión, pues también eso era mentira. Es decir, cuando les ha interesado, han prohibido medios. Incluso los que no eran estatales, y eran simplemente empresarios y tecnológicos, también se han censurado.

AQ: Muy brevemente: el caso de Julian Assange es paradigmático. ¿Por qué? Porque es la prueba palpable de que no existe libertad de expresión y libertad de información en occidente. Es decir, tenemos intervenido y a punto de ser extraditado a un país, como es Estados Unidos, a un señor que lo único que ha hecho ha sido ofrecernos la versión real de los hechos. Documentos que prueban, por ejemplo, crímenes de guerra en Irak o actos de corrupción en empresas y políticos. Es decir, los hechos. Y por eso, está encerrado.

Estoy convencido de que Rusia tiene un déficit democrático, pero nosotros también lo tenemos. Lo que no podemos es ir nosotros, digamos, que de educadores sobre democracia, libertad de expresión, periodismo libre, etc, etc, cuando tenemos al señor Julian Assange, que incluso podría enfrentar hasta una pena de muerte en Estados Unidos. Entonces, claro, que me

explique alguien a mí, dónde está la libertad de expresión y la libertad de información en occidente. En el momento que tú saques a relucir toda la basura del poder, te van a señalar, te van a perseguir, te van a acosar y te van a encerrar si pueden.

Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, 4(17) (2022). ISSN-e: 2386-3730
https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8794