

EDITORIAL

WhatsApp: tecnología y desinformación

El servicio de mensajería WhatsApp, que por su extensión, prestaciones tecnológicas y capacidad de manejar contenidos ha ido evolucionando en una suerte de red social, anunció que ha reducido el límite de destinatarios de cada mensaje de 20 a cinco, a fin de combatir la desinformación, los rumores y el *spam* o publicidad no deseada. Al anunciar la medida, Victoria Grand, vicepresidenta de Política y Comunicaciones de la subsidiaria de Facebook, señaló que con esa medida, WhatsApp espera que la mensajería se enfoque a contactos cercanos de los usuarios.

Si se considera que un grupo de WhatsApp puede tener hasta 256 integrantes y cada uno tenía la posibilidad de mandar un mensaje a 20 destinatarios, el contenido podía llegar a más de 5 mil personas en un solo envío. Con la nueva medida, los destinatarios quedarán reducidos a mil 280.

En la década reciente la expansión acelerada de los servicios de mensajería digital y la eclosión de las redes sociales han empoderado a la gente en general en el ámbito mediático y han hecho posibles nuevas formas de activismo en todos los terrenos, pero también han creado un enorme territorio para la desinformación, las campañas de intoxicación de la opinión pública, el acoso y el desprestigio de inocentes, la difusión de virus, así como los fraudes cibernéticos.

Un caso de particular gravedad es el de la

propagación de rumores y falsas noticias (*fake news*), un fenómeno que en India ha desembocado en varios linchamientos.

Sin duda, las maneras de distribuir información, que fueron predominantes durante el siglo pasado, han cambiado para siempre. Lo anterior se ha traducido en el surgimiento de nuevos sujetos informativos y ha generado un retroceso en audiencias en los medios tradicionales, como los impresos, la radio y la televisión, los cuales han debido, con éxito variable, adaptarse a las nuevas plataformas.

Paradójicamente, los profesionales, tanto los mencionados como los que nacieron en Internet, son en la actualidad más importantes que nunca para validar las noticias y confirmar o desmentir lo que se difunde en las redes. En el nuevo escenario, las corporaciones propietarias de éstas, como Facebook, Twitter, Google, Instagram y YouTube, así como los servicios de mensajería que manejan crecientes cantidades de contenido, como el referido WhatsApp, están obligados a comprender y a aplicar criterios editoriales para garantizar la libertad de expresión, pero también para evitar que sus plataformas sean utilizadas en actividades indebidas o claramente delictivas.

Cabe esperar que las direcciones de esos corporativos, que proceden generalmente del mundo de los negocios y de la informática, pero no de ámbitos periodísticos, sean capaces de superar semejante desafío.

