

REGULAR INTERNET PER GARANTIR LA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ?

Les darreres eleccions alemanyes donen una sèrie de lliçons sobre la influència política de la discussió a les xarxes socials

TEXT MIQUEL URMENETA



El paper tant d'Internet com de les xarxes socials en la comunicació cada cop és més clau. Foto: Pexels.

Alemanya ha aprovat una llei que preveu sancions a les xarxes socials per mala gestió de les denúncies contra el discurs de l'odi. Alguns critiquen que pot donar peu a abusos contra la llibertat d'expressió. Alhora, la dimensió creixent de Facebook en les nostres societats mostra que aquest tipus de mesures –tot i ser necessàries– són insuficients. En aquest sentit, molts experts argumenten que si la xarxa social vol contribuir a la construcció d'un món més just i lliure, està obligada a ser més transparent.

eleccions, va suscitar un cert debat durant la campanya.

PROS I CONTRES

D'una banda, els crítics amb aquesta norma esmentaven –entre altres punts– el risc massa elevat que les xarxes socials acabessin eliminant, directament i sense més estudi, qualsevol contingut denunciat. Argumentaven que és un text massa ambigu i que fa responsables les plataformes de jutjar fins a quin punt un comentari és ofensiu.

Així la llei perjudicaria la llibertat d'expressió més que protegir-la. Un episodi que confirmava aquests temors hauria estat, segons Jochen Bittner, periodista polític de *Die Zeit*, el fet que Twitter ja hagués eliminat un perfil contrari a qualificar com “casos aïllats” les agressions comeses per ciutadans àrabs.

D'altra banda, els defensors de la nova llei afirmaven que calia fer alguna cosa. A més, tot i reconèixer que el text no es perfecte, consideraven que tindria l'efecte positiu de forçar les empreses de Silicon Valley a prendre un rol més actiu. En aquest sentit, Facebook ja va anunciar que contractaria unes 500 persones a Alemanya per a reforçar el seu equip de moderació de

comentaris i gestió de denúncies sobre continguts. Després de les eleccions, el debat ha decaïgut, però segurament es revifarà, amb una

certa avaluació de la seva efectivitat, de cara a cap d'any, quan la norma ja serà de plena aplicació.

Acabem d'esmentar Facebook, un actor que és rellevant més enllà d'aquestes eleccions. La magnitud de la seva base d'usuaris i de la capacitat de prescripció de continguts li donen una preeminència indubtable en el sector. Per això és interessant veure com darrerament ha anat prenent iniciatives en aquest terreny. Fa mesos, per exemple, va habilitar meca-

Amb les eleccions alemanyes del passat 24 de setembre es tancava un cicle electoral clau a nivell global i europeu. En tots aquests comicis la lluita política a les plataformes digitals ha estat crucial. Com va ser en el cas alemany? Quines lliçons en podem extreure? A les nord-americanes vam tenir notícia per primer cop del fenomen de les *fake news*. Les presidencials franceses, per la seva banda, es van revelar com el camp de batalla d'una veritable guerra global d'informació on estava en joc la pervivència del projecte europeu. Què hem d'aprendre, d'aquestes últimes? Les federals alemanyes van tenir com a element diferencial una llei pionera que preveu sancionar les xarxes socials en cas de mala gestió de continguts que constitueixin delictes.

La gestació d'aquesta norma va anar acompanyada de la preocupació que les eleccions alemanyes podien ser un escenari molt atractiu per als creadors de notícies falses. Era una amenaça versemblant atès el rebuig d'Alemanya a la invasió de Crimea i la propensió russa a fer servir aquest tipus d'eines per a desprestigiar els seus enemics polítics. A mesura que avançaven les setmanes, aquesta interferència cada cop semblava menys probable i

finalment –fora d'episodis puntuals– no es va produir. No obstant això, segons alguns estudis, una part dels alemanys sí que creu que les notícies falses van tenir un paper important en les eleccions. Possiblement, l'explicació es trobi en l'àmplia cobertura mediàtica del fenomen.

Més enllà de les notícies falses, la prehistòria d'aquesta llei es pot trobar en les peticions del Ministeri de l'Interior alemany a Facebook, Google i Twitter perquè fossin

UNA LLEI PIONERA A ALEMANYA PREVEU SANCIONAR LES XARXES SOCIALS EN CAS DE MALA GESTIÓ DE CONTINGUTS QUE CONSTITUTEIXIN DELICTE

més àgils a l'hora d'eliminar missatges que propaguessin el discurs de l'odi o a favor del terrorisme. Donat els magres resultats d'aquestes converses és comprensible que optés per legislar-ho. La nova norma –que també esmenta les *fake news*– preveu sancions de fins a 50.000 euros a les xarxes socials que triguin més de 24 hores a partir de la denúncia a retirar missatges molt ofensius (pels que no siguin tan greus, el límit és una setmana). Aquesta llei, tot i que no entrava en vigor fins després de les



El públic fa fotos durant la visita del llavors president dels Estats Units, Barack Obama, a la seu de Facebook. Foto: Lawrence Jackson

nismes per a denunciar possibles notícies falses i alertar els usuaris abans que les compartissin. A més, a les presidencials franceses, va participar en una aliança de mitjans per a verificar notícies i va tancar

ELS CRÍTIKS AMB LA NORMA CREUEN QUE POT PERJUDICAR LA LLIBERTAT D'EXPRESSIONI MÉS QUE PROTEGIR-LA

30.000 perfils amb identitats falses. El seu algoritme ja ha incorporat el criteri de veracitat a l'hora de proposar continguts als usuaris i també va anunciar que els

webs que publiquin notícies falses reiteradament quedaran exclosos de la seva plataforma de publicitat. A les eleccions a Kenya d'aquest estiu passat (finalment anul·lades per irregularitats), va publicar guies a la mateixa plataforma i als diaris per facilitar als ciutadans la detecció d'informacions falses.

Són actuacions lloables si bé també ens podem preguntar si estan a l'alçada del lideratge creixent de Facebook dins les xarxes socials. Tot i que ha estat un any força conflictiu per a

la companyia, no ha parat de créixer tant pel que fa a les finances com en el nombre d'usuaris, on ha traspasat el llindar dels dos mil milions d'usuaris actius mensuals (dos tercers parts es connecten cada dia). Amb aquestes dades, sembla clar que està en una posició immillorable per a continuar essent un actor molt influent.

L'OBJECTIU DE FACEBOOK

No obstant això, el fet més definitiu és que Facebook té la voluntat de desenvolupar un paper determinant en el nostre futur col·lectiu. El febrer passat va actualitzar-ne la missió: "unir la humanitat"

(fins ara, havia estat senzillament connectar famílies i amics). Facebook vol crear la “infraestructura social” de tota una generació en un món que es percep cada cop més dividit. El passat mes de maig, Mark Zuckerberg (amb 95 milions de seguidors a la plataforma) s’expressava com un autèntic líder mundial en el discurs que va pronunciar a Harvard. Allà encoratjava l’audiència a canviar el món per a superar les injustícies, reivindicava el salari mínim universal i expressava preocupació per les amenaces que pateix el planeta.

Amb tot el que hem dit fins ara veiem que, d’una banda, la llei alemanya ha servit per a mostrar els punts forts i febles d’aquest tipus de normes i, de l’altra, que les ambicions de Facebook han mostrat la dimensió inabastable del fenomen que es pretén regular. Així, eliminar les faltes

EL DEBAT SEGURAMENT ES REVIFARÀ DE CARA A CAP D’ANY, QUAN LA NORMA JA SERÀ DE PLENA APLICACIÓ

de respecte, la incitació a la violència o l’expressió de l’odi és condició necessària, encara que no suficient per a tenir un discurs públic realment democràtic. Les nostres societats no només necessiten llibertat d’expressió sinó també una ciuta-

dania madura i ben informada que pugui exercir plenament aquest dret.

En una esfera pública marcada per la fragmentació i una estructura de mitjans i plataformes cada cop més complexa, és crucial que els ciutadans sàpiguen com funciona a l’hora de contextualitzar correctament les informacions que reben. En aquest

sentit, és del tot imprescindible que coneguim els mecanismes de la xarxa social per excel·lència. Per això molts exigeixen

de les nostres societats. I això, com dèiem, passa per ser més transparent. Els responsables del projecte de recerca sobre propaganda informàtica de la Universitat d’Oxford articulen aquesta petició així: en primer lloc, publicar les dades que poden comprar els partits polítics per tal de microsegmentar la seva audiència; després, oferir més col·laboració als governs a l’hora de detectar ingerències polítiques externes i, finalment, mitigar les cambres d’eco polaritzades políticament. A més, igual que altres investigadors, també ells volen una actitud més oberta de cara a la recerca acadèmica, ja que consideren que Facebook és molt opac.

MOLTS EXIGEIXEN A FACEBOOK, QUE AMBICIONA "UNIR LA HUMANITAT", QUE DONI UN SALT QUALITATIU EN TRANSPARÈNCIA

que Facebook doni un salt qualitatiu en transparència. Es tracta d’un exercici que hauria d’anar més enllà de les explicacions genèriques que algun cop ha donat sobre com s’enfoca la moderació de comentaris i els problemes que això planteja amb una audiència tan gran i diversa.

MÉS TRANSPARÈNCIA

Si realment ha de ser la base sobre la qual es bastirà la comunitat humana els propers anys, és lògic que es reclami a Facebook més integració en el sistema democràtic

Encara queda un llarg camí fins a assolir aquest objectiu. Però, com s’aconseguirà? Segons Timothy Garton

Ash, acadèmic britànic especialitzat en llibertat d’expressió, el fet que s’arribi a aquest grau de transparència dependrà dels ciutadans. “Facebook no té por del govern nord-americà. Allò que el fa patir és perdre els seus usuaris. Així que qui de debò té el poder som nosaltres”, ha assegurat. No podem esperar que altres ens facin la feina: ni els polítics ni ningú. De fet, com apuntaven alguns rumors aquest estiu passat, podria ser que en un futur el CEO de Facebook i l’inquilí de la Casa Blanca fossin la mateixa persona. Tot i això, aquesta ja és una altra història... Ç



EL MILLOR DEL TRIMESTRE

Aquest article de Miquel Urmeneta, periodista i professor universitari, ha estat considerat el millor dels publicats al *Report.cat* –setmanari d’anàlisi de periodisme i comunicació del Col·legi de Periodistes– durant el trimestre juliol-setembre de 2017. Cada tres mesos, un jurat atorga les beques Ferrer i Eguizábal que premien els millors treballs d’aquest portal. El millor es publica a CAPÇALERA.