

La “censura” de Facebook a Australia: análisis de experto Tec



En días recientes **Facebook bloqueó** a los **usuarios australianos de sitios noticiosos**, debido a la iniciativa del país de obligar a la compañía a pagar por el acceso a esta información.

Los medios informativos como cadenas de **noticias, periódicos y prensa**, planteaban una **afección económica** debido a la poca retribución que obtienen al compartir su trabajo en estos medios.

Por este motivo, el **Congreso Bajo de Australia** planteó una iniciativa que obligaría a empresas como *Facebook* a **pagar por estos accesos noticiosos**.

A lo que la empresa estadounidense respondió con un **bloqueo de 8 días**, que inició el pasado 18 de febrero y concluyó con **acuerdos entre la compañía y el gobierno** australiano.

En medio de estos acontecimientos **Juan Carlos Villalobos***, director de la carrera de [Comunicación](#) (LC) del [Tec Guadalajara](#), compartió para CONECTA sobre este bloqueo.



width="900" loading="lazy">

¿Facebook violento?

De acuerdo al experto, en los últimos años la ciudadanía mundial se ha acostumbrado a **mantenerse al día a través del acceso a redes sociales.**

Villalobos mencionó que este tipo de empresas, al ser particulares, tienen el poder de **decidir qué poner** o no en su plataforma.

Sin embargo, contrastó que la dinámica convirtió el bloqueo en Australia en un **atentado contra la libertad de expresión** y el acceso a la información.

“Se cancelaron las noticias en el principal medio de difusión de una sociedad -aunque sea particular- en medio de una pandemia”, apuntó Villalobos.

“La gente no se suscribe a los medios, sino a la publicidad de Facebook que es pagada gracias a estos”.

Crisis de los medios de noticias

*“Para generar contenido, los **medios informativos asumen una inversión** muy grande al pagar periodistas, servicios de agencias informativas, fotógrafos, programadores y administradores ‘web’”*

, expuso.

El contenido que generan **llega de manera gratuita a Facebook** que, al monetizar todo su contenido, cobra a los sistemas de noticias para tener páginas oficiales que la gente lea.

Esto resulta en la **apropiación de contenido ajeno y sin costo**, que mantiene a los usuarios de la red social dentro de la plataforma.

*“Los medios -informativos- están perdiendo publicidad y **deben reducir su planta laboral para mantener a su personal.***

*“La gente **no se suscribe a los medios**, sino a la publicidad de Facebook que es pagada gracias a estos”,* añadió el directivo.



width="900" loading="lazy">

Ideología del dinero Vs. la dictadura de la información

Si un usuario comparte noticias de un medio informativo, se deja un **rastro digital** de los gustos, preferencias y hábitos de consumo, información que posteriormente *Facebook* vende a sus anunciantes.

*“¿Quién eres?, ¿qué te gusta?, ¿qué compras?, ¿desde qué dispositivo te conectas? Esto lo utilizan los anunciantes para **dirigir contenido personalizado** con mayores posibilidades de venta”,* explicó Villalobos.

Entre más venda un anunciante gracias a *Facebook*, más caro puede cobrar sus **servicios de publicidad**.

Y agregó: “es peligroso que una **empresa con su propio gobierno y reglas**, decida quién puede hablar, especialmente si monetiza el discurso público”.

Además del bloqueo en Australia, cabe recordar que durante el desarrollo de las últimas elecciones presidenciales en EE. UU, se bloqueó la cuenta del expresidente Donald Trump.

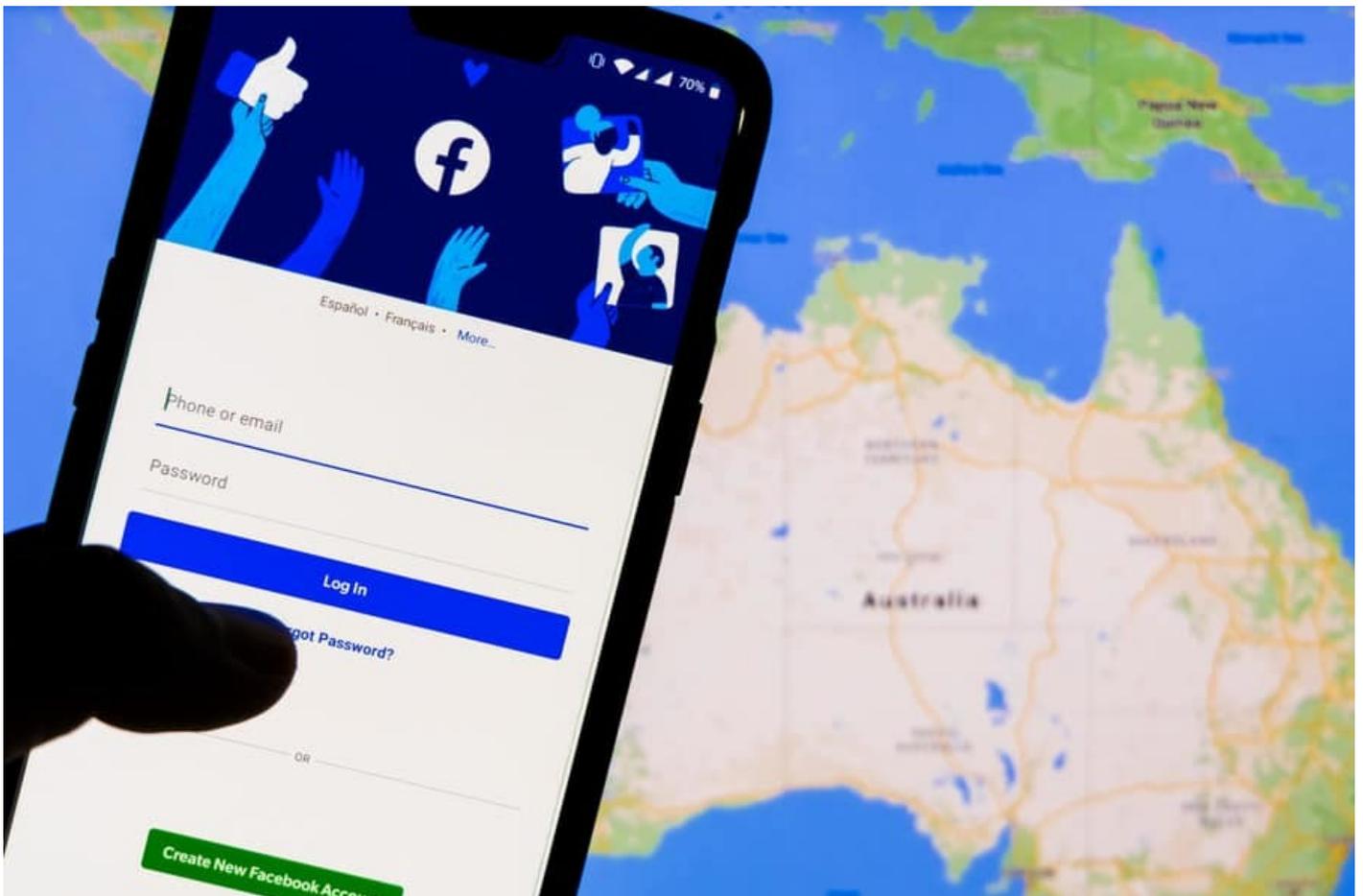
“Puede ser una dictadura si se les deja, Facebook no fue elegida democráticamente, no debería moderar el discurso público.

“Es importante **que el discurso exista** y se vea claramente, para identificar a quiénes expresan odio; quienes nos pueden hacer daño”, expresó Villalobos.

Añadió que la red social no es el único ente a vigilar en esta ecuación, pues hay que considerar la figura de Rupert Murdoch, presidente de la cadena *Fox News*.

“Es el principal impulsor del pago de noticias y está pidiendo que se pague el contenido de los medios, para que estos vuelvan a generar dinero.

“Como todas las empresas, Facebook tiene **accionistas que buscan crecimiento** en ventas, pero si se empieza a pagar por el contenido, los inversionistas no verán crecimiento”, aseguró.



width="900" loading="lazy">

¿El principio del fin?

A diferencia de *Facebook*, *Google* ya aceptó **pagar a los medios en Australia**, situación a través de la cual, Juan trazó una posible resolución.

Aunque actualmente se encuentran en negociaciones, el experto indicó que “*para Facebook resultó contraproducente cancelar los servicios*”.

“*Y al momento en que se enfrenten a un **bloque de gobiernos mundiales**, van a tener que doblar las manos*”, destacó.

Villalobos considera que *Facebook* deberá **replantear su modelo de negocios**, que resultaría favorable para todas las partes, pues se pagará en favor de un periodismo de trayectoria, alta calidad y rigor editorial.

Por último, aclaró que tanto los medios como *Facebook*, entienden la **relación entre contenidos y plataformas**, solo que ninguno quiere perder dinero; especialmente los periódicos y organizaciones de noticias.

“*Ahora entienden que Facebook incurre en un **abuso al apropiarse de los contenidos***”, concluyó.

***Juan Carlos Villalobos**

Especialista en Comunicación y Medios, sociedad y repercusiones de la comunicación y el uso de medios en la población.

Recibió el grado de Maestro en Comunicación y Medios Digitales por la Universidad de Washington en Seattle, Estados Unidos.

Colaboró para el servicio público en Jalisco. Se desempeña actualmente como académico en el Tec Guadalajara, en las áreas de Comunicación y Desarrollo Humano.

Especialista en estrategia de contenido para medios digitales, Media Literacy, reputación en redes, repercusiones de la comunicación y uso de medios en la población.

LEE TAMBIÉN:

