VIRTUalis

Citizen Security and Social Media in Mexico's Public Sphere
Kristen Blandford / Rosemary D'Amour / Kathleen Leasor / Allison Terry / Isadora Vigier de Latour

Nuevo periodismo en el siglo XXI: hacia un modelo de análisis de tendencias emergentes
Maricarmen Fernández Chapou

Anonymous Screech: Protecting anonymous expression and reputation in a digital age
Brian Carroll

Los rumores como un proceso de comunicación: una evaluación del episodio en el oriente del valle de México en septiembre de 2012
Uriel Caballero González / Carlos Priego Vargas

La participación política ciudadana en la era digital
Ariel Vercelli

Old Economy v. New Economy: Intellectual Property, Global Wrongs and Private Remedies
Giovanni Maria Riccio

El ineludible consenso sobre Internet
María Elena Meneses Rocha

El poder mediático y la república de telenovela
Javier Esteinou Madrid

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

CEIS Centro de Estudios sobre Internet y Sociedad

Declaración de Acceso Abierto

Internet ha transformado las formas en que se produce y se difunde el conocimiento. **El Centro de Estudios sobre Internet y Sociedad (CEIS)** y el Comité Editorial de la Revista **Virtualis**, bajo la convicción de que la producción científica debe ser accesible a la sociedad, suscriben la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest (BOAI) (http://www.budapestopenaccessinitiative.org/read), BOAI10 (http://www.budapestopenaccessinitiative.org/boai-10-translations/spanish) y las declaraciones de Bethesta (2003) (http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/bethesda.htm#summary), Berlín (2003) (http://www.aprendelo.com/rec/berlin-declaration-open-access-knowledge-sciences-and-humanities.html) y Salvador (2005) (http://www.icml9.org/channel.php?lang=es&channel=87&content=437) con el propósito de ampliar el alcance social de la producción científica, fomentar la producción de conocimiento y la difusión de tradición cultural.

De acuerdo con la definición de BOAI (2002) por acceso abierto entendemos que la literatura científica presentada en nuestra revista implica "disponibilidad gratuita en la Internet pública, permite a cualquier usuario leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o añadir un enlace al texto completo de esos artículos, rastrearlos para su indización, incorporarlos como datos en un software, o utilizarlos para cualquier otro propósito que sea legal, sin barreras financieras, legales o técnicas, aparte de las que son inseparables del acceso mismo a la Internet. La única limitación en cuanto a reproducción y distribución, y el único papel del copyright (los derechos patrimoniales) en este ámbito, debería ser la de dar a los autores el control sobre la integridad de sus trabajos y el derecho a ser adecuadamente reconocidos y citados."

Virtualis se encuentra en el directorio de DOAJ Directorry of Open Access Journals
http://www.doaj.org/doaj?func=openurl&genre=journal&issn=20072678

Atentamente,
Centro de Estudios sobre Internet y Sociedad
Comité Editorial Revista Virtualis

ARTÍCULOS

13 **Citizen Security and Social Media in Mexico's Public Sphere**
Kristen Blandford / Rosemary D'Amour / Kathleen Leasor / Allison Terry / Isadora Vigier de Latour

41 **Nuevo periodismo en el siglo XXI: hacia un modelo de análisis de tendencias emergentes**
Maricarmen Fernández Chapou

63 **Anonymous Screech: Protecting anonymous expression and reputation in a digital age**
Brian Carroll

99 **Los rumores como un proceso de comunicación: una evaluación del episodio en el oriente del valle de México en septiembre de 2012**
Uriel Caballero González / Carlos Priego Vargas

115 **La participación política ciudadana en la era digital**
Ariel Vercelli

131 **Old Economy v. New Economy: Intellectual Property, Global Wrongs and Private Remedies**
Giovanni Maria Riccio

Reseñas

143 **El ineludible consenso sobre Internet**
María Elena Meneses Rocha

147 **El poder mediático y la república de telenovela**
Javier Esteinou Madrid

CONSEJO EDITORIAL

Jacob Bañuelos Capistrán
Claudia I. García Rubio
Octavio Islas Carmona
María Elena Meneses Rocha
Paola Ricaurte Quijano
Osmar Sánchez Aguilar

COORDINADORA DEL CONSEJO EDITORIAL

María Elena Meneses Rocha

COORDINADORES #7

Jacob Bañuelos Capistrán
Javier Esteinou Madrid

COMITÉ CIENTÍFICO

Joaquín María Aguirre
Universidad Complutense de Madrid

Richard Cole
University of North Carolina at Chapel Hill

Mary Lynn Young
University of British Columbia

Francisco García García
Universidad Complutense de Madrid

María de la Luz Casas Pérez
Tecnológico de Monterrey

Carles Feixa
Universidad de Lleida

Guillermo Orozco Gómez
Universidad de Guadalajara

Shalini Venturelli
School of International Service
American University

DISEÑO, FORMACIÓN Y WEB

Samuel Soriano Arteaga

"**Virtualis**, Año 4, número 7, enero-junio 2013, publicación semestral, editada por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México, a través de la Dirección de Investigación y de la Escuela de Humanidades y Ciencias Sociales, bajo la dirección y recopilación del **Centro de Estudios sobre Internet y Sociedad**, domicilio Calle del Puente #222, Colonia Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpan, México, D.F., C.P. 14380, http://www1.ccm.itesm.mx/ehcs/dec/virtualis.html. Editor responsable Dra. María Elena Meneses Rocha, datos de contacto: marmenes@itesm.mx, teléfono (55) 54832297. Número de Reserva de Derechos 04-2010-100613063500-213, **ISSN**: **2007-2678**, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número Lic. Samuel Soriano Arteaga, responsable web del Campus Ciudad de México. Fecha de última actualización el 30 de julio de 2013. El editor, no necesariamente comparte el contenido de los artículos y sus fotografías, ya que son responsabilidad exclusiva de los autores. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este número sin la previa autorización que por escrito emita el editor."

PRESENTACIÓN VIRTUALIS 7

Libertad de Expresión en Internet

Coordinación: Jacob Bañuelos Capistrán y Javier Esteinou Madrid

La edición número 7 de la revista Virtualis tiene por objeto emprender una reflexión teórica, crítica y metodológica sobre la ***libertad de expresión en Internet*****,** como un derecho fundamental que enfrenta notables dilemas en el campo ético y legislativo, en la correlación de fuerzas entre sociedad civil, administraciones gubernamentales, plataformas y proveedores de servicios en Internet. Se exploran igualmente los factores que amenazan el libre flujo de la información en el marco del emergente paradigma digital.

El número propone abordar los siguientes tópicos para el análisis y la discusión:

- Libertad de expresión y participación política ciudadana en redes y entornos digitales
- Procesos de cambio político y libertad de expresión
- Acciones gubernamentales, legislación, normatividad, censura y libertad de expresión en Internet
- Proveedores de Servicios de Internet (ISP) y motores de búsqueda como actores en la defensa o control de la libertad de expresión
- Esfera pública digital, democracia y libertad de expresión
- Libertad de expresión, ejercicio informativo y convergencia digital

El artículo de Kristen Blandford, Rosemary D'Amour, Kathleen Leasor, Allison Terry, Isadora Vigier de Latour, ***Citizen Security and Social Media in Mexico's Public Sphere***, analiza el fenómeno de la construcción de una nueva esfera pública ciudadana en relación con el tema de la seguridad y la violencia producida por el narcotráfico, utilizando Twitter, Facebook y el Blog del Narco como plataformas de debate sobre la seguridad ciudadana y como medios que significan una reconfiguración de la esfera pública en México. Este informe explora cómo se utilizan estas redes sociales y cómo se adaptan

a las necesidades cambiantes en materia de seguridad ciudadana.

La doctora Maricarmen Fernández Chapou, en su artículo ***Nuevo periodismo en el siglo XXI: hacia un modelo de análisis de tendencias emergentes,*** propone un modelo de análisis de las tendencias que presenta el periodismo en el siglo XXI. La autora enfatiza la importancia del periodismo 3.0, el periodismo sin ánimo de lucro y el papel del periodismo ciudadano en el restablecimiento de las funciones de mediación, credibilidad, objetividad, autoridad y distribución informativa, en medio de un escenario caracterizado por notables cambios tecnológicos y nuevas prácticas de producción, circulación y consumo de información.

El doctor Brian Carroll ofrece en su artículo ***Anonymous Screech: Protecting Anonymous Expression and Reputation in a Digital Age*** una revisión del problema entre la libertad de expresión, el anonimato, la difamación y la protección de la reputación. Carroll elabora una propuesta que tiene como objeto ayudar a los tribunales y jueces magistrados de los Estados Unidos a conformar una norma nacional equilibrada que permita valorar la defensa de la Primera Enmienda y las faltas a la reputación en medios digitales.

En el artículo ***Los rumores como un proceso de comunicación: una evaluación del episodio en el oriente del Valle de México en septiembre de 2012,*** el doctor Uriel Caballero ofrece un análisis detallado sobre el comportamiento de un rumor difundido a raíz de una reyerta entre transportistas urbanos en el Valle de México en septiembre de 2012. El estudio aporta el resultado de una encuesta realizada a 200 habitantes con el fin de conocer la experiencia mediática de estos frente al rumor, el consumo de medios tradicionales y las redes sociales Twitter y Facebook, para dar lugar al análisis del papel que desempeñan los medios de comunicación a lo largo del proceso de origen, desarrollo y contención del rumor.

En su artículo ***La participación política ciudadana en la era digital***, el doctor Ariel Vercelli analiza el impacto de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de los derechos ciudadanos y revisa el concepto de gobierno abierto en relación con la construcción de ciudadanías y la gestión de estos derechos. El artículo reflexiona sobre las formas de participación ciudadana mediante plataformas digitales y su relación con la puesta al día los gobiernos abiertos (open government) en la era digital.

Por su parte, el doctor Giovanni Maria Riccio revisa en ***Old Economy vs. New Economy: Intellectual Property, Global Wrongs and Private Remedies*** las implicaciones de la Digital Millennium Copyright Act y de la Directiva sobre Comercio Electrónico de la Unión Europea sobre los Provee-

dores de Servicios de Internet en la regulación de los derechos de autor y el comercio electrónico, ya que ambos reglamentos niegan la aplicación de la responsabilidad objetiva a los ISP. El artículo analiza algunos ejemplos de normas privadas, específicamente el canal de videos YouTube y eBay VeRO, probablemente algunas de las muestras más relevantes de la cooperación entre los ISP y los titulares de propiedad intelectual.

Reseñas

La doctora María Elena Meneses reseña el libro de Rebecca Mackinnon, académica de la New American Foundation, cofundadora de la Organización Global Voices y ex corresponsal de la cadena CNN en China, ***Consent of the Networked*** (No sin nuestro consentimiento), publicado en 2012. La obra reflexiona sobre el papel que desempeña el ciudadano frente a la arquitectura y la regulación gubernamental sobre Internet, dando así al consenso de ciudadanos internautas un rol fundamental en la construcción de Internet como un campo de libertades y desarrollo democráticos.

El doctor Javier Estainou presenta la reseña de ***República de Telenovela. Medios, Campañas y Elección 2012.*** El libro coordinado por la doctora Carola García Calderón y que cuenta con la colaboración de diversos académicos analiza las estrategias que llevaron a cabo diversas industrias mediáticas para definir los resultados de las elecciones del 2012 en México. La obra examina el fenómeno electoral, la cultura política, la vinculación de la televisión, las reformas electorales y el concepto de Telecracia, así como el rol del movimiento #YoSoy132.

Damos la bienvenida a nuestros colaboradores internacionales, que con sus contribuciones permiten ampliar los horizontes sobre una reflexión académica de importancia crucial, al momento de comprender los límites y alcances de las problemáticas que plantea la simbiosis Internet y sociedad.

Libertad de expresión e Internet es un tema transversal que se vincula con la construcción de un nuevo orden digital en México, que exige enfoques interdisciplinarios y diversos. La riqueza conceptual y metodológica que compone el número 7 de *Virtualis* ofrece múltiples puntos de partida e importantes aportaciones para comprender este fenómeno, tanto en el marco de la sociedad mexicana como en otros ámbitos internacionales.

PRESENTATION VIRTUALIS 7

Free Speech on the Internet

Coordinators: Jacob Bañuelos Capistrán and Javier Esteinou Madrid

The 7th edition of Virtualis is a theoretical, methodological and critical reflection on ***Free Speech on the Internet*** as a fundamental right that faces ethical and administrative dilemmas. It also considers the power play between: civil society, different government administrations, Internet platforms and service providers. Furthermore, the authors explore the factors that threaten information flow in the emerging digital paradigm.

This edition presents analyses and discussion on the following topics:

- Free of Speech and civil-political participation in networks and digital environments
- Processes for political change and free speech
- Governmental moves, legislation, normativity, censure and free speech on the Internet
- Internet Service Providers (ISP) and Search Engines as agents in the defense or control of Free Speech
- The digital public sphere, democracy and Free Speech
- Free Speech, information provision and digital convergence

In their book, ***Citizen Security and Social Media in Mexico's Public Sphere***, Kristen Blandford, Rosemary D'Amour, Kathleen Leasor, Allison Terry, and Isadora Vigier de Latour analyze the construction of a new public sphere related to security and the violence produced by drug trafficking. citizens use of Twitter, Facebook and a 'Narco'-blog as platforms for debate on public safety, as well as a media for the reconfiguration of the public sphere in Mexico. This article explores the manner in which these social networks are adapting to the changing conditions that concern public safety.

In ***New journalism in the XXI century: towards a model for the analysis of emerging trends***, Maricarmen Fernández Chapou, Ph.D., proposes an analytical model for the trends she sees journalism taking in the 21st century. She highlights the importance that journalism 3.0 and non-profit journalism will have in the upcoming years. In addition she emphasizes the role of citizen participation in the establishment of the intervention, credibility, objectivity, authority and distribution of information in an environment characterized by overwhelming technological change and new practices in the production, broadcasting and consumption of information.

Anonymous Screech: Protecting anonymous expression and reputation in a digital age, an article by Brian Carroll, PhD., is an overview of the problems between free speech, anonymity, libel and protecting a person's reputation. Carroll proposes to aid US judges and legal proceedings in the constitution of a balanced national norm that upholds the first amendment and protects citizens against slander in digital media.

Uriel Caballero, Ph.D., offers a detailed analysis of the behavior of gossip as a result of a conflict amongst urban truck drivers in the valley of Mexico City. The article ***Gossip as a communication process: an evaluation of an event in the east of the Mexico City valley in September of 2012***, provides data obtained from polling 200 of the city's inhabitants for purposes of knowing the citizens' experience with gossip on this topic through the media, the consumption of traditional media and their social networking on Twitter and Facebook. This led to an analysis of the role different communication media have had on the origin, development and contention of this information.

In ***Citizen's political participation in the digital age***, Ariel Vercelli, PhD. analyses the impact digital technologies have on the procurement of citizen's rights, and he revises the concept of open government in terms of the ways in which this encourages citizenship and a citizen's rights. The article presents a reflection on the way in which citizens participate through digital platforms and how open government keeps us up-to-date in the digital age.

Giovanni Maria Riccio, PhD. discusses the implications that the Digital Millennium Copyright Act (DMCA) and the European Union's Directive on E-commerce on the role Internet Service Providers (ISP's) have had in the regulation of author's rights in the article ***Old Economy v. New Economy: Intellectual Property, Global Wrongs and Private Remedies***. This article analyzes some examples of private normative efforts, particularly the ones of YouTube Video and Vero eBay. These are probably the most relevant examples of the cooperation between ISP's and intellectual property right owners.

Reviews

María Elena Meneses, PhD. reviews Rebecca Mackinnon's book ***Consent of the Networked***, published in 2012. The book reflects upon the role a citizen has in the government's building and regulating of the Internet. She assigns a fundamental role to the construction of the Internet as a place for democratic development and freedom. Rebecca Mackinnon is an academic of the New American Foundation, co-founder of the Global Voices Organization and CNN reporter in China.

Javier Estainou, PhD. presents a review of the book ***Soap-opera Republic. Media, Campaigns, and the 2012 election***, which is coordinated by Carola García Calderón, PhD. in collaboration with several academic researchers. The book contains analysis of the strategies followed by several media industries in how they defined the results of the 2012 elections in Mexico. It shows the political culture, the link between television, electoral reform and the concept of Telecracy in addition to the role played by the @YoSoy132 movement.

We welcome our international collaborators who allow us to expand the horizons of an academic reflection of crucial importance; and, at the same time, we understand the limits and reach of the problems posed by the symbiosis of Internet and Society.

Free speech and Internet is a topic that is closely linked to the constitution of a new digital order in Mexico. It demands multidisciplinary and diverse approaches. The rich variety in conceptual and methodological tools in Virtualis No. 7 offers multiple points of view and important contributions to the understanding of this phenomenon in both the international and Mexican context.

Citizen Security and Social Media in Mexico's Public Sphere

Kristen Blandford
Rosemary D'Amour
Kathleen Leasor
Allison Terry
Isadora Vigier de Latour

Research Compiled for the School of International Service
American University

ABSTRACT

With the rise of drug-related violence in Mexico, Mexican citizens are using social media to warn fellow citizens and promote intra-national communication. This research focuses on the public sphere as it relates to selected social media platforms including Twitter, Facebook and blogs—appropriate platforms because social media is transforming the public sphere in Mexico, moving conversations from offline to online. The researchers do not focus on one single social or political movement. Instead, the focus is on the broader issue of citizen security in Mexico, how it is being discussed in the public sphere, and how this is changing the public sphere. With the increase in drug-related violence since 2006, people are obtaining and sharing information about citizen security in Mexico through information and communication technologies. Access to social media (Facebook, Twitter, blogs, etc.) is transforming the public sphere as various sectors (civil society, media and the government) figure out how to engage people and create niche networks on these various platforms. The decentralized nature of citizen security and disruptions in traditional communication channels are forcing citizens to seek information and discuss these issues online.

KEYWORDS

Drug violence, citizen security, social media networks, public sphere, Mexico.

1.Introduction

This report explores how social media is used as a new platform in Mexico's public sphere in order to fit their changing needs in relation to citizen security, citizen security being defined as narcotics trafficking related violence as it impacts citizens' everyday lives. The research tries to answer a fundamental question: how is Mexico's security situation driving actors to use social media platforms to find and share information about security differently? The researchers have analyzed three different sets of actors to answer this research question: civil society, government, and media organizations, and followed their social media movements online.

More specifically, the researchers are studying how social media has provided Mexican citizens a platform to discuss narco-related crime, also known as the public sphere, a theoretical model widely argued by Habermas and Hauser. Though Habermas' definition of the public sphere is the foundation upon which the idea is discussed in prior research, it is perhaps too rigid for the fluidity of discourse via social media. Thus, Hauser's definition, which built upon Habermas and relies heavily on the idea of reciprocity and engagement, is better suited for both the medium and the message within Mexico's narco-related citizen security context. This idea of social media as a tool for civic, political, and journalistic engagement to report, define, and combat narco-related crime is an evolving process within Mexico, sparked by dissent and sustained by organization.

For data analysis, the researchers predominantly looked at the social media platforms Twitter, Facebook and blogs, but they also used alternative resources such as conducting qualitative interviews. For the civil society group, they analyzed two very different social media movements: *Movimiento Por la Paz con Justicia y Dignidad* (Movement for Peace with Justice and Dignity) and *Blog del Narco* (Drug Blog). For government, they analyzed how the government disseminates security information, and responds to the general public using social media to absolve issues of violence. For the mainstream media, they are comparing the use of hashtags such as #mtyfollow to report on violence and contribute to the conversation of a journalist group *Periodistas de a Pie* (Journalists on Foot), who are professional media journalists, which contribute to the public sphere. This analysis focuses on how and what information is shared on their Twitter network.

(i) Civil Society

The researchers chose *Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad* (MPJD), led by Mexican poet Javier Sicilia, to illustrate how civil society groups in Mexico are raising awareness about narco-related crime in the public sphere; MPJD are by far one of the most popular and committed social movements fighting for peace and justice in Mexico today. They are dedicated to fighting for the

mutual interests of the victims of the drug war creating peace, hope and change for a newer and safer Mexico—and are steadily using online social media platforms as tools to galvanize community action. For simplification purposes they can be looked upon as a case study of using online action to increase offline change in Mexico.

The researchers also chose to analyze the Blog del Narco because there are various aspects of Hauser's public sphere on the blog that are pertinent to Mexico's narco-related citizen security contexts. Namely, it is a discursive space in which individuals can associate to discuss matters of mutual interest related to the narco-crime in their communities. Since the authors can maintain anonymity, Mexican citizens are not afraid to report events happening in their neighborhood, creating overlapping interaction and consensus. Blogs similar to Blog del Narco are dramatically altering how Mexican citizens participate in the discussion of narco-related crime, transforming this online public sphere into a place of emotional discussion and dialogue. Anonymity assures that the individual will not be threatened to release information, nor can they be bribed, which assures citizens that they can voice their opinions and the "gatekeeper" will be transparent and accountable.

(ii) Media

The researchers chose Periodistas de a Pie (Journalists on Foot) as a case study for this project to provide insight on the media sector in Mexico. Periodistas de a Pie is an organization is a formal network for journalists, and it provides training in reporting strategy, freedom of information, and trauma response. Because journalists have been intimidated into silence and fear repercussions for their reporting, especially as it involves narco-related violence, their use of social media does not fully capture the potential for electronically-shared information and its capacity for transforming the public sphere. They are a case study of the potential for reporting and defining narco-related crime to inform the public, but also represent the effects of contextual obstacles to fully using these vectors.

(iii) Government

The Secretaría de Seguridad Pública (SSP, Public Safety Ministry) was selected as a representative case study for the government perspective on security as the organization was dispatched on the front line of the drug war from an early stage. The institution symbolizes Mexican citizens' complicated relationship with an imperfect government in a concerning security environment, due to the SSP's important role in domestic security issues and its concurrent involvement in human rights violations and corruption scandals. The researchers used data from the SSP's Twitter network to analyze the discourse on the government's role in security held by Mexican Twitter users. The SSP is a case study of ineffective use of social media to create a meaningful dialogue around security issues.

II. THEORY AND MODELS

This research tested how different actors in Mexican society are using social media platforms in response to security needs by analyzing their behavior through the Public Sphere model. Hauser's rhetorical public sphere model is ideally suited for the stated research question, as it provides the researcher a structure with which to understand opinion and consensus-building in this space as a process by which publics form (public sphere). The public sphere offers a vantage point for understanding barriers to entry into the sphere, which is particularly pertinent in Mexico.

The public sphere, in general terms, is any space where private citizens come together to form a "public" in which ideas and information are exchanged (Habermas, 1989). Habermas' (1989) foundational work examines the maturation of the public sphere into the political public sphere, characterized by rational and critical debate focused on the content under discussion, equality of participants, freedom to openly discuss any topic, freedom of assembly, freedom of expression, and the intention to reach consensus (quoted in Miller, 2011, p. 87). Discourse in the political public sphere influences political outcomes where successfully channeled. In contrast, Hauser (1999) argues that the core of public opinion formation centers on discourse in a rhetorical public sphere. Hauser's public forums exist where active, interested individuals can organize around and develop a dialogue about issues. Contrary to Habermas' rationale, political public sphere, arguments in the rhetorical public sphere are more likely to hold based on how well they resonate with the participants. While political action may result from the rhetorical public sphere, its principal output is shared awareness of common issues. Characteristics of the rhetorical public sphere include permeable boundaries, activity, contextualized language, believable appearance, and tolerance (Hauser, 1999, p. 77-80).

As Miller points out, the Internet, as well as other information and communication technologies (ICTs), shares many of the characteristics of these public sphere models – increased access to information about political developments, increased ability of people to produce political discussion, increased equality through anonymity, and very free expression and association (2011, p. 145). This research conceives of a public sphere centered on the issue of citizen security in Mexico, and is one specifically located in social media platforms online. The researchers will consider the citizen security-focused social media public sphere as a potential transformation of the public sphere, and examine whether its outputs more closely resemble those of the political public sphere (consensus to influence political outcomes), the rhetorical public sphere (raising awareness), or a new kind of output.

A valuable contribution of the public sphere model is the recognition of barriers to participation. Access barriers in the context of the Internet have readily been addressed through the concept of the "digital divide," or the gap between those who can access the Internet and those who cannot, both physically and effectively (Miller, p. 98). This consideration is especially important to account for in social media research in Mexico, which has only a 30% Internet penetration rate (Telecom Paper, 2012), and in which the majority of social media users are concentrated in Mexico City (Ricaurte, 2012). While access to social media via mobile phones is increasing, physical Internet access, barring psychological and knowledge barriers to Internet use, is lowest in rural Mexico, where organized criminal groups are most active and the population has the greatest need of resources for citizen security (Farah, 2012). An important point to consider when examining social media's role in public sphere formation is that social media only works for people who are active and interested. There are no disinterested parties using this technology, especially when the technology is difficult to come by, as in Mexico, where the majority of citizens have limited access to it. So, the spark of conversation is dissent: People are only talking when they have something to say.

III. METHODOLOGY

In order to understand the characteristics of the Mexico citizen security social media public sphere, the researchers gathered a variety of qualitative and quantitative data. Online data was collected primarily from blogs, Youtube videos, newspaper articles and the Twitter and Facebook accounts of the sectors that were focused on. All Twitter data was collected independently, with the help of open-source software to assist in automation of quantitative analytics (number of tweets, top tweeters, etc.). Online data focused on selected organizations/individuals deemed to be representative of each part of the public sphere – civil society, journalists, and government – on which our study tracked. Civil society was represented by the NGO Movimiento por la Paz and Blog del Narco. Journalists were represented by the journalist organization Periodistas de a Pie. Government was represented by the Secretaría de Seguridad Pública (SSP, Public Safety Ministry). An analysis of the #mtyfollow hashtag, used to warn citizens of Monterrey, NL, Mexico about possible security issues, was also undertaken to understand some of the more fluid developments in this public sphere. Offline data consisted of qualitative interviews and other research on the use of social media to spread information on security and citizen security initiatives in Mexico, as well as the context of the drug war.

The software tools used to analyze the network data and how information is disseminated in the public sphere include the Archivist[1] and NodeXL[2]. The Archivist uses information from specific Twitter handles or hashtags and creates visual representations of the relationships in this network.

It also tracks data including the number of Tweets during a specific time period, top users in the discussion, the top content of the discussion, and the nature of how the data is created (i.e. Tweets vs. Retweets). Twitter analytics allow us to track trends, interests, the life cycle of news, and high volume tweeters within these networks, as well as a sampling of the social context within these networks are based in the twittersphere.

The second tool, NodeXL, used in conjunction with Microsoft Excel provides plug-ins that specifically targets the nature and fundamental information about Twitter handles and hashtags. The program, similar to the Archivist, creates visual representations of how information flows, and its consistency, between people and organizations in the network. Limits on the amount of data that can be pulled from Twitter meant that smaller networks (>5,000) were fully mapped, while larger networks were estimated with samples of randomly selected users in the network, generated by NodeXL.

The final tool utilized in our research is in-depth interviews, to supplement our data with qualitative research. Team members interviewed civil society members, journalists, researchers and a government official. Two interviews were done on the condition of anonymity to protect the identity of the persons, and one of those was done entirely through electronic means. The researcher followed suggested methods from a chapter in Christine Hine's *Virtual Methods* (Orgad, 2005), building trust with the subject through respecting their right to privacy and anonymity. The other two were conducted face-to-face. These interviews are a critical aspect in providing contextual information on the security and information sharing situations in Mexico.

IV. DATA AND ANALYSIS

Social media has played a crucial role in the evolution of communication internationally--the immediacy and near democratization of information flows has enabled people to communicate both as private citizens, or in groups, and either between each other, or with those in power. How this has occurred within Mexico, however, is the focus of this report, relating specifically to the citizen security context within the country's borders.

The social media presence in Mexico in itself mirrors the most crucial elements of the fight for citizen security. The drug war, and force exercised by cartels in Mexico, is decentralized, largely removed from the federal government. Most occurrences of corruption, coercion and intimidation towards government, media and individuals occurs outside of the formal power center of Mexico City, the country's capital, and instead within state and local municipalities. Similarly, the techno-

logical diffusion within Mexico has followed a similar vein: An estimated 30% of Mexicans have Internet access, and the most prevalent social media use is also concentrated within the capital, as 60% of Twitter users are located in Mexico City (Ricaurte, 2012). This limited reach of an enabling tool has been an issue noted within data analysis on the government, civil society, and the media. The possible digital divide, and subsequent echo chamber of information circulating on platforms such as Twitter, or a "cyberintelligentsia" who dominate the discussion, mean a limited discussion and possibility for change of the citizen security context (Ricaurte, 2012). As the structure of the public sphere directly affects the quality of the discourse it produces (Hauser 1999), barriers to Internet access restrict a widening of observers in the space whose diversity could produce more widely applicable and more critically examined proposals for addressing security issues. A skewed discussion, perhaps by Mexico's "cyberintelligentsia," is likely to produce skewed solutions at best, or manipulate the discussion to suit their own ends at worst. While social media's nonhierarchical qualities may at first glance seem to increase the permeability of boundaries in the space (one of Hauser's five characteristics of a well-ordered rhetorical public sphere), its dependence on Internet infrastructure can also lessen its effectiveness as a dialectic medium.

IV.A – CIVIL SOCIETY

IV.A.1: Movimiento por La Paz (MPJD)

When Javier Sicilia formed MPJD in March 2011 he was coming from a place of desperation, anger and emotional hardship following the brutal assassination of his son. His goals behind forming the movement lay within the idea of creating a space where the victims of the drug war could share, and exchange ideas to bring the issue of citizen security at the top of the political agenda with the hope of creating new anticrime strategies and reforms (Time magazine, December 2011). Quickly Sicilia and his movement learned that using social media platforms to raise awareness on Mexico's security situation and alarm citizens of the "breakdown of the Mexican social fabric" (NYT, October 2011) would provide a safer public forum to bring peace justice and dignity to Mexico. MPJD's use of social media demonstrates how the movement is using alternative platforms in Mexico's public sphere to share and diffuse information differently. This section will analyze MPJD's network analysis of social media use and content analysis referring to additional sources of information such as qualitative interviews our team conducted.

To analyze the data for Movimiento por la Paz the researchers used the Archivist software and focused on the tweet volume over a specific time period (March 1st - April 19th). The tweet results over this time demonstrated when the movement was actively tweeting or mentioned due to a particular event that took place. As shown in Appendix A (Figure A.1.1) an utmost peak was reached

around March 28, which marked the one-year anniversary of the movement. The hashtag used at this time was #AniversarioMPJD. Tweets were being posted every 10-15 minutes! By actively analyzing MPJD's Twitter feeds and Facebook posts the researchers have noticed that there usually tends to be more activity towards the end of the month. For instance, February 29, March 23 and 28. An increase in feeds and posts is usually related to reporting on x amount of people that were kidnapped or killed, advertising an upcoming event or march, or marking a major event such as the one year anniversary of the movement on March 28.

The use of qualitative interviews was very useful to further understand MPJD offline and online action. Our interview with professor Ricaurte (Ricaurte 2012), visiting scholar at the University of Maryland studying digital literacy and cyberactivism, was helpful to better understand the rise of social movements in response to the drug related violence and insecurity in Mexico. She provided us with some useful background information on Movimiento por Paz stressing their ideological and religious views and actions taken to bring a voice to the families of the victims. Her opinion of MPJD remains neutral, as although she honors their efforts, she is also realistic that if any change is to take place it needs to be done in collaboration with the local government. Another valuable primary source was our interview with Fred Rosen (Rosen, 2012) an independent journalist based in Mexico City. Rosen, who recently interviewed Javier Sicilia on three occasions, provided us with further insight on the movement, explaining their ideological views and background and how this reflects their actions today. He also elaborated on Sicilia's initial interaction with Calderon´s administration and current conversations with the government. This was very helpful to better understand the movement's relationship with the government as traditional media does not portray such information accurately.

IV.A.2: Blog del Narco

As of May 2012, the Blog del Narco Twitter account (@InfoNarco) did not follow any other users but hasd over 104,000 followers, including CNN Espanol, all major Mexican media outlets, the FBI, the Mexican Secretariat of National Defense. This illustrates just how influential the blog is across political and media environments. However, it is particularly important to political and media entities because has become significant to Mexico's public sphere, and serves as a reflection of what Mexican citizens discuss about narco-related crime within their own communities but on an online platform. The amount of the account's tweets vs. retweets is relatively equal, but based on percentages @InfoNarco makes more retweets (59.74%) than unique tweets (40.26%). These retweets come mainly from their followers, and the account does not retweet any other user's content, rather the author posts events on what is occurring in various areas throughout Mexico based on the tips they receive from civil society members. The information that the blog receives is

collected through an anonymous e-mail account hosted on the website. Based on the researcher's first hand observations, Blog del Narco does not follow any other users because it makes it more difficult to find out where the information is coming from. One of the reasons why Blog del Narco has been so successful supplying information, and trusted by the Mexican public, is the citizen blogger's ability to stay anonymous, and keep his or her sources unknown. Additionally, people have come to rely on the information that comes from the blog on learning about security issues.

Since the authors can maintain anonymity on Blog del Narco, Mexican citizens are not afraid to report events happening in their neighborhood, creating overlapping interaction and consensus pertinent to Hauser's public sphere. Blogs similar to Blog del Narco are dramatically altering how Mexican citizens participate in the discussion of narco-related crime, transforming this online public sphere into a place of emotional discussion and dialogue. Anonymity ensures that the individual managing the blog will not be threatened to release information, nor can they be bribed, which assures citizens that they can voice their opinions and the "gatekeeper" will be transparent and accountable.

The researchers followed specific Twitter users to decipher trends within Mexico's civil society, such as who specifically is engaging in this new online public sphere. For example, the user @rls128 is journalist named Ricardo, who discusses drug security related issue and re-tweets content provided by both the @MundoNarco and @InfoNarco accounts (see Appendix, Figure A.2.5). @RafaelDuranJ is a professor named Rafael Durán Juárez at the University in Sinaloa and a lawyer defending human rights. This user specifically follows and discusses drug related events affecting Nuevo Laredo. These users illustrate the broad ranges of interest, areas, and discussion in Mexican civil society about narco-related crime through social media. Although citizens may be in separate cities of Mexico, the Blog del Narco contributes to the public sphere because it creates overlapping interaction and consensus about narco-related crime. Blog del Narco is an online public space that encourages emotions and dialogue, and the followers and users resonate with the content because the subject matter discusses what is going on within their own communities.

IV.B – MEDIA

Today, Mexico's media environment is changing, much like that of the rest of the world. Media organizations and journalists have to adapt to new information flows online, created by citizens' needs for immediate information previously unachievable. Information is shared and disseminated through a variety of platforms in the online realm, and the buzzword for journalists today is social media. To stay competitive, journalists and media outlets have to take advantage of their position within a network, to remain the primary source of information diffusion. This means adapting to the

immediacy of information flow. Seen in Hauser's terms as information and thought leaders, this transformation of the public sphere presents a myriad of challenges for media, such as verifying information that is received online in order to report it as fact.

For this portion of data research, it's helpful to visualize the way people communicate and the way information flows online, particularly through a Twitter network, representative of a new, evolving public sphere of knowledge. To create a visualization of this information flow, data is being analyzed using NodeXL, an online tool to graph and diagram Twitter networks.

Individual users who follow hashtags, such as the common hashtag #mtyfollow (Appendix B.1.1), or "Monterrey Follow" in Mexico, are not bounded by the same network connections that are associated with user-to-user interaction. This is especially true for common hashtags, which can be used for a variety of reasons. For example, a generic hashtag designed merely to organize regional information, like #mtyfollow, or even #reynosafollow, etc., may contain information relevant to a variety of information that users seek online--be it news, entertainment, or security messages. The hashtag itself, therefore, connects users in theory, but does not necessarily result in an organized information flow because the type of information received is more varied. There is a much more sporadic connection within a network created by a hashtag, although again this depends upon the number of users and the reasoning behind the hashtag.

Individual users within a network, such as #mtyfollow, have limited immediate impact, merely because of their location within the network, and their individual clout. A sample user within the #mtyfollow network, @erikam (Appendix B.1.3), has potential to have his information on Twitter spread using the #mtyfollow hashtag, but several elements would have to fall into place in order for this to occur in a systematic way. A civil society group, such as CIC, or Centro de Integracion Ciudadana based in Monterrey, uses its social capital to disseminate security information on Twitter (Appendix B.1.2). As the graph indicates, their reach within the #mtyfollow network is more extensive than an individual user, and connects to more well connected users, meaning that if information were to originate with CIC, it could spread rapidly.

However, when media enters the online fray, the picture becomes a bit different. Media and journalism organizations often carry with them an established offline identity into the online realm, and their connectivity within the network trumps that of individual users. Media organizations and journalists are at an advantage in the early stages of social media for news because of their established identities as purveyors of information. Success in this realm seems to rely upon a two-way communication between the hub of a network, in this case, an organization of journalists, and this

conversation is supported greatly by social media platforms. For an organization like Periodistas de a Pie, a collaboration of Mexican journalists, information diffusion is incredibly systematic (Appendix B.1.4). There is a three-step process by which users in the network receive information, represented in Appendices B.1.4 to B.1.7. First, news organizations disseminate information (Appendix B.1.5), then they engage with a conversation with their followers (Appendix B.1.6), and then users share that information with their followers, which results in a complete "information saturation" of the network (Appendix B.1.7).

The key comparative aspect of this research is the difference between individual users and established media networks. Users seeking information will head first to media organizations, established communicators, whereas individual users who may have information of importance within the network have incredible hurdles to overcome if they want to have the same effect as media organizations on Twitter. This idea is transformative when Mexico's citizen security context is brought in to the discussion.

Because journalists have been intimidated into silence and fear repercussions for their reporting, especially as it involves drug-related violence, their use of social media does not fully capture the potential for electronically shared information and its capacity for transforming the public sphere. This research focuses on how journalists are using social media to communicate mostly amongst themselves about issues related to the support and safety of journalists in Mexico, playing into the idea of the public sphere as a gathering place for active, interested individuals and groups. This is illustrated by looking at the network analysis of Periodistas de a Pie. Periodistas de a Pie is an organization that discusses journalism strategy and is a network of support for training journalists. They teach journalists to focus on human rights perspectives in stories and also work to defend freedom of information.

Through their Twitter handle @periodistasapie, this research tracks the top users, top words used, tweets versus retweets, and number of tweets over time connected to the organization Periodistas de a Pie. The spikes in tweets on specific days are used to target the increased conversation that is happening in the Twittersphere. Using The Archivist, this research indicates that the organization's top users are predominantly individual journalists or organizations that are interested in the journalists' network (Appendix B.2.1). This illustrates the point made by researcher Paola Ricuarte, that there is a small network ("cyber intelligentsia") in the capital that does not involve concerns from the outlying areas of Mexico, where violence against journalists is actually happening (2012). The organization's presence on Twitter is mostly retweets, versus original tweets, which illustrates that the information they collect and share supports the overall knowledge of their network (Ap-

pendix B.2.2). The majority of content is not original, but it reaches far into the network. This is not uncommon for a news organization's Twitter feed, to be the originator of content, which other users look to to disseminate information. Contrary to a news organization or specific user, a hashtag will contain more original content because multiple users use it for various purposes. A hashtag, like #reynosafollow, produces more original content but does not impact a network in the same way that an established organization does (Appendix B.2.3).

When the organization's tweets over the past several weeks are examined (Appendix B.2.4), there is a spike in the conversation on March 21, 2012. The spike in the conversation that day was related to the need for the government to take a more active role in the protection of journalists and prosecution of their murderers. Tweets published that day indicate what the organization and journalists are actually talking about within the public sphere (Appendix B.2.5). The conversation revolves around the mental health of journalists and what steps need to be taken to support journalists who are victims of intimidation and violence. Juan Carlos Romero from Article 19 said that more than half of journalists in Mexico are bullied and threatened, and that has become normal for journalists in Mexico. Gerardo Sauri of CDHDF (Human Rights Commission of the Federal District) said that there is a need to strengthen freedom of expression, publicize the statistics of attacks on journalists, and also there is a need for public policies for the repair of damage to journalists who are victims of violence. This indicates that what journalists are actually talking about on Twitter is advocating for their protection and rights and how the government should support them.

We see the potential for media organizations for information diffusion online, particularly through the immediacy of Twitter, but whether this is actually taking place on issues relating to citizen security is questionable. The role of media in society is largely accepted as one to report on issues of public importance. But in Mexico, violence committed against journalists has ushered in an era of silence and intimidation in reporting. Mexico is currently listed by the Committee to Protect Journalists as the most dangerous country in the world in which to practice the profession, largely due to a rise in the decentralized control of drug cartels who will coerce, kidnap or kill journalists reporting on issues related to them (Lauría and O'Connor, 2010). News organizations have met this challenge by either changing their reporting tactics, such as providing anonymity for reporters, or have omitted reporting on some issues entirely--but this has brought with it an overall decline in the quality of daily news (Farah, 2012).

Contrary to the lessons learned in Colombia in the 1990s, there is a lack of cohesion amongst journalists and the federal government in Mexico to combat violence against journalists (Farah, 2012). Though attempts have been made, such as the Phoenix Project, to rally Mexico's journalists around

a strategy for reporting en masse issues of drug violence, none have been successful (Farah, 2012). Though Mexico's Senate has proposed changes to their current policy, which would make violence against journalists a federal, rather than a state or local crime, whether it can be fully integrated or implemented is yet to be seen (Farah, 2012). The reign of impunity of violence against journalists could come to an end on paper, but because of the decentralized nature of the drug war, and the concentration of attacks on journalists within state and local municipalities, far out of reach of the capital of Mexico City, implementation of any proposed changes could prove to be an immense challenge.

There is a stark difference between the handling of violence against journalists in Colombia in the 1990s versus Mexico today. The distinguishing characteristic in this debate is that social media was not an option to create discussion or protect journalists--but the organizational network power and anonymity that can be afforded by the online realm, contrary to a traditional public sphere, presents Mexico with a huge opportunity to end the reign of impunity and better serve their audience. To this point, Mexico's news organizations have yet to master social media tools to report on issues related to citizen security, though the internal conversation indicates that a new trend may be emerging. Social media could undoubtedly play a huge role in combatting the decentralized nature of the attacks against journalists, and the decentralized nature of the drug war in Mexico.

IV.C – GOVERNMENT

Secretaría de Seguridad Pública (@SSP_mx), Public Safety Ministry

A minority of the SSP's Twitter network connections are generated by the SSP's account itself. The majority of connections are the result of independent users in the network. Figure C.1.1 shows the proportion of tweets generated by the SSP's account (red) to tweets containing "@SSP_mx" (grey) in a 100-N sample of the network. More users send information to the @SSP_mx than receive information directly (Figure C.1.2). Information spreads through the network among users, who make up nodes in the network, represented by the black dots. The central node is @SSP_mx, but as several of the grey lines on the left show, some users bypass @SSP_mx completely when sharing information generated by the SSP or information about it. More lines stemming from a single node indicates that this user has a higher number of connections to others in the network.

Data on top 25 users indicates the high volume, high frequency tweeters in the space. However, these users' proportionate dominance over the space does not greatly increase. The relatively low volume of tweets containing @SSP_mx per top user indicate that it does not take a substantial change in the number of tweets to alter a change in ranking, or to enter and leave the top 25 rank-

ing. Interestingly, the SSP is not a top tweeter in its own network; rather, the power of this network to spread information depends on a large number of loosely connected users who have a common interest in security events in Mexico.

Between February 26, 2012-April 18, 2012, people mentioned the SSP's twitter handle, @SSP_mx, in 10,723 individual tweets. @SSP_mx only sent 28 Tweets itself since February 26, 2012, and 715 since the creation of the account. The account had 40,478 followers as of March 27, 2012, which suggests that the high volume of SSP-related tweets is the result of people communicating about the SSP, rather than in direct communication with its Twitter account. The account is only following 43 people, most of which are government officials or government agencies, which make this assumption more concrete. Two content analyses of 1,130 tweets during two 10-day time periods shows that this discussion includes retweets of security reports, discussion about security events, and both criticism and praise of the SSP by the SSP account.

@SSP_mx receives a high cumulative volume of tweets overall, but the volumes throughout weekly cycles go high and low. This indicates that tweet volume mirrors a news cycle centering around new information related to the account, rather than sustained interest in generating conversation with the entity itself. Tweet volume dropped significantly after March 29, the day before all government-related twitter accounts were disabled due to Mexico's election cycle. While data from the Archivist showed an approximate 3:1 ratio of tweets to retweets, the variety of attribution methods used by Mexican tweeters means that not all actual retweets, or tweets with unoriginal content found in other tweets. A 212-N sample used in our content analysis indicates that the tweet-retweet ratio is closer to 1:9.The researchers performed content analysis of tweets containing the @SSP_mx on a sample of two time periods, each spanning 10 days: February 23-March 1, 2012 and March 31-April 10, 2012. Tweets were obtained by searching @SSP_mx in the Archivist, which pulls information from Twitter, or directly from Twitter.com, respectively. These two periods were selected as they represented the most complete dataset of the tweets we had archived over a continuous time period. The first period consisted of 1,130 tweets in which @SSP_mx appeared, while the second period had 940 tweets with @SSP_mx, for a total of 2,070 tweets examined for content analysis. The @SSP_mx account was active in the February period, while it was disabled in the April period due to Mexican restrictions on promotional government material three months before a presidential election.

A small minority of sample tweets, 10 in total, was determined to be original content, meaning the tweet contained information that was not simply quoting a news story or repeating identical information about a security event. These messages reflected a range of ideas, including requests for

help with a security situation, difficulty traveling, and critiquing SSP conduct. The remaining tweets contained news/incident information found multiple times that carried no attribution marks. More tweets cited a news source in April, possibly due to the SSP account's inactivity, which forced more users to get security information from other sources. The sample suggests that the vast majority of content (95%) is not original, but rather, that the network is used to push out information about security.

The data indicates that while the Twitter network for @SSP_mx acts as a space in which participants read security information and spread this information through their networks, the "public" within this space is limited to a small portion. While the SSP's absence from the top user slots in its own network indicates that its control over the conversation is limited, the ratio of original to unoriginal content suggests that SSP tweets about security incidents are widely circulated and make up a significant percentage of the content. The substantial drop in tweet volume after the SSP's account was deactivated also indicates that its tweets, though few, are an important trigger in the spread of information in the network. Therefore, the SSP appears to hold an edge in content management in the space, and therefore possible influence over the topics discussed in its segment of the Mexican public sphere. However, the SSP does not participate in wider communication about its messages, nor other topics of discussion in its network, which limits its potential to be a thought leader where discourse on security does occur.

A serious limitation to the @SSP_mx's network in terms of its potential to generate a public sphere around security issues may rest with its lack of believable appearance, one of the five key characteristics of a Hauser's rhetorical public sphere. This stems partly from the Mexican political context, and widespread distrust of government. The legitimacy of security forces has been frequently called into question, with corruption of local police forces, and high profile cases of corruption and human rights abuses by federal security forces undermining Mexico's drugs war over the past six years. In terms of the contextual medium in which government is disseminating information about security, the @SSP_mx network also fails to demonstrate believable appearance by using Twitter as a one-way, instead of an interactive online public sphere. Rather than retweeting or interacting with users, and users not official government accounts at that, @SSP_mx indicates that it has not taken the time to properly understand the medium, and therefore the universe in which its intended audience interact.

V. FINDINGS

The aim of our project was to research a new communicative space, or public sphere, that Mexican citizens are occupying to generate a conversation about drug related security and uncover data

where the conversation is taking place. Twitter, blogs, and qualitative data is the best way to observe the changes of information flow on security measures, and create relationships between the data itself and find meaning

V.A. CIVIL SOCIETY FINDINGS

V.A.1 Movimiento por la Paz:

Movimiento por la Paz's continued efforts to raise awareness on Mexico's narco related violence and to bring a voice to the victims of the drug war demonstrates how civil society creates a forum to discuss critical issues in Mexico's public sphere. Common values and goals are shared within this sphere including messages of peace, justice and dignity. As demonstrated in this report, MPJD are increasingly using social media platforms to spur community action and offline change. According to one of our interviewee's, Fred Rosen, MPJD is addressing the issue of citizen security and violence in a roundabout way as they are not attacking the cartels or the government directly (Rosen 2012). Instead, they are sending non-violent messages with sustained hope and faith that the situation will receive the attention it deserves from the responsible parties, including the Mexican and U.S. governments. The caravan of peace throughout North America in August is yet another example of reaching out to the people via non-violent means. The movement has reached out to many civil society groups nationally and internationally and are continuously growing, contributing to a public sphere charged by hope and faith that Mexico's security situation will improve as they are #hastalamadre with the escalated number of victims affected by the drug war.

V.A.2 BLOG DEL NARCO

Blog del Narco is transforming the way that Mexican citizens contribute to the public sphere, and communicate with each other about narco-related security. Due to corruption of the government and "autocensorship" of traditional media outlets, citizens have to rely on blogs like Blog del Narco and civil society discussions online to learn about security and narco-related crime. (Vinas, 2012) The information has become a two-way flow where citizens can provide information to the discussion, transforming this online public sphere into a place of emotional discussion and dialogue

V.B. MEDIA FINDINGS

The potential for media power within a Twitter network, to command information flow in the public sphere, is due largely to their offline identity. This clout is carried into the online realm, but journalists are as of yet unable or unwilling to use it to their advantage in Mexico. The actuality of what

media organizations and journalists are discussing on Twitter is not what was expected, however, and may be resultant of the security context journalists face in the offline realm. Via social media, there is more of a conversation amongst journalists and the public about journalists themselves, and their institutions, such as how to better protect them. Rather than reporting *on* violence and citizen security, they are reporting on ways to *enable* them to report on violence and citizen security. The calls for protection, and the outlined steps to provide it to journalists, have originated outside of Mexico, from international aid and news organizations that report on the issues. We are seeing now, for the first time, an internal conversation taking shape from Mexico's journalists and a call to action to end a reign of impunity.

V.C. GOVERNMENT FINDINGS

Generally, suggestions for courses of action to address a shared security problem were absent in the researchers' sample for @SSP_mx, indicating that an underdeveloped, or at best ineffective, public sphere exists in the space. While a network of users have formed around @SSP_mx, the structure of the discursive space has resulted in information dissemination rather than critical engagement. Low trust in the SSP offline suggests that this online space linked to the SSP lacks believable appearance, which discourages users against active participation in a conversation about security in this space, though it is occurring in other spaces of the social media public sphere such as Movimiento por La Paz, as well as those not investigated in our research. The lack of mobilization in the @SSP_mx sphere suggests that social media is not a panacea for weak feedback loops between citizens and government; where the government is not interested in its citizens' input, the political public sphere is severely crippled, no matter the platform on which it takes place.

V.D. MACRO FINDINGS

Social media has the potential to be a tremendous enabling tool in Mexico's fight for citizen security. Social media democratizing force enables strategic communication between governors and the governed and could be an enabling force in the citizen security context to connect governors, media, civil society, and individuals to disseminate information. But this potential has not yet become a reality and faces two distinct, and related, challenges.

- First is the issue of connectivity for Mexico's citizens, a virtual digital divide that prevents access to technologies like social media that could be a tool in combating the drug war, and enhancing citizen security initiatives.
- Second, is the security context itself- the decentralized nature of the drug war that mirrors the

technological connectivity issue, as those who are victimized are outside of the formal power and technological center of Mexico City.

» Third, the idea of reciprocity and engagement are best suited to social media, where communication flows two ways. All three sectors of civil society, government, and media need to leverage their online presence to affect offline change in the citizen security context in Mexico.

V.E. IMPLICATIONS FOR FURTHER RESEARCH

Future research in this field should focus primarily on the challenges presented in this draft—on how to connect excluded populations in rural areas where the majority of drug violence occurs, and how to create effective outreach strategies that are both sustainable and produce measurable outcomes. For example, how can the three sectors analyzed in this report--civil society, the media, and government--coordinate the exchange of information in social media networks to the advantage of Mexican society as a whole?

[1] The Archivist. http://archivist.visitmix.com/
[2] NodeXL: http://nodexl.codeplex.com/

VI. BIBLIOGRAPHY

Anonymous blogger. Interviewed by Kathleen Leasor. E-mail correspondence. February 24, 2012.

AP. "Homicidios dolosos crecen 7.9%: SNSP." *Criterio Hidalgo*. 24 Feb. 2012. Accessed 8 Mar. 2012. http://www.criteriohidalgo.com/notas.asp?id=81003

Caldwell, A. & Stevenson, M. (April 9, 2010). U.S. Intelligence, Says Sinaloa Cartel Has Won Battle for Ciudad Juarez Drug Routes. Associated Press.

Cave, Damien. "Mexico Turns to Social Media for Information and Survival." *The New York Times*. 24 Sept. 2011. Accessed 15 Feb. 2012. http://www.nytimes.com/2011/09/25/world/americas/mexico-turns-to-twitter-and-facebook-for-information-and-survival.html?_r=1

Designing and Implementing a Knowledge Management Strategy at the Minnesota Pollution Control Agency: Results and Recommendations of the Information Strategy Team. 23 Aug. 1999. Edited for the EH Knowledge Management Steering Committee to reflect EH goals. Accessed 22 Apr. 2012. http://www.health.state.mn.us/divs/eh/local/knowproj/docs/model.pdf.

Farah, Douglas. "Dangerous Work: Violence Against Mexico's Journalists and Lessons from Colombia." *Center for International Media Assistance*. 11 Apr. 2012.

Guevara, Miguel Angel. "Mexico: Uproar Over Twitter Law Proposed by Veracruz Governor." *Global Voices*. 23 Sept. 2012. Accessed 15 Feb. 2012. http://globalvoicesonline.org/2011/09/23/mexico-twitter-users-speak-out-against-law-pushed-by-veracruz-governor/

Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Trans. Thomas Burger (Cambridge: MIT, 1989).

Hauser, Gerard. *Vernacular Voices: The Rhetoric of Publics and Public Spheres* (Columbia: University of South Carolina, 1999).

Kendzior, Sarah. "The subjectivity of slacktivism." *Al Jazeera*. 5 Apr. 2012. Accessed 29 Apr. 2012. http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/04/201244114223946160.html.

Lauría, Carlos, and O'Connor, Mike. "Silence or Death in Mexico's Press." *Committee to Protect Journalists*. 8 Sept. 2010.

"La (in)constitucionalidad de la #LeyGlocalización." *Human Rights Geek*. 21 Feb. 2012. Accessed 15 Mar. 2012. http://www.humanrightsgeek.blogspot.com/2012/02/la-inconstitucionalidad-de-la.html

"Mexico to Release Crime Statistics." *Latin American Herald Tribune*. 9 Feb. 2012. Accessed March 8, 2012. http://www.laht.com/article.asp?ArticleId=469742&CategoryId=14091

"México: A un año del surgimiento del Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad," *Global Voices Español*, March 29, 2012. Accessed April 10, 2012. http://es.globalvoicesonline.org

Miller, Vincent. *Understanding Digital Culture*, (London: SAGE, 2011).

Mosso, Rueben y Redacción. "Cifras de ejecutados ya, exige el IFAI del gobierno." *Milenio*. 6 Jan. 2012. Accessed 8 Mar. 2012. http://impreso.milenio.com/node/9090286

Nonaka, Ikujiro. "A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation." *Organization Science* 5:1 (Feb. 1994): 14-37.

Nuevo *Laredo en Vivo*. 2012. Accessed 30 Jan. 2012. http://nuevolaredoenvivo.es.tl/

Orgad, Shani. "From Online to Offline and Back: Moving form Online to Offline Relationships with Research Informants." ed. Christine Hine. *Virtual Methods*. New York: Berg, 2005

Oscar. "Cyber-Guardians: Mexican Drug War Creates New Mexican Revolution." *Instablogs*. 28 Apr. 2010. Accessed 15 Feb. 2012. http://jacqui.instablogs.com/entry/cyber-guardians-mexican-drug-war-creates-new-mexican-revolution/

Phan, Monty. "On the Net, 'Slacktivism'/Do Gooders flood inboxes [sic]." *Newsday*. 26 Feb. 2001. Accessed 29 Apr. 2012. http://www.newsday.com/news/on-the-net-slacktivism-do-gooders-flood-in-boxes-1.386542.

"PRI aprueba 'Ley Duarte'; 4 años de cárcel por tuitear rumores." *Sinembargo.mx*. 20 Sept. 2011. Accessed 15 Feb. 2012. http://www.sinembargo.mx/20-09-2011/43243

Ricaurte, Paola. "Our Interview with Paola Ricaurte, Social Media Researcher." *SoMe enVivo*. 27 Feb. 2012. Accessed 24 Apr. 2012. https://someenvivo.wordpress.com/2012/03/01/our-interview-with-paola-ricaurte-social-media-researcher/.

Rosen, Fred. "Phone Interview." April 16, 2012

Rodriguez, Olga. "Blogger Beats Mexico Drug War News Blackout." Huffington Post. Aug 18 2010. Accessed 28 April. 2012.
http://www.huffingtonpost.com/2010/08/12/blogger-beats-mexico-drug_n_680942.html

Rodriguez Soto, Eduardo. "El Gabinete en Twitter, 10 meses después." *Animal Político*. 28 Feb. 2012. Accessed 15 Mar. 2012.http://www.animalpolitico.com/2012/02/el-gabinete-en-twitter-10-meses-despues/

Sullivan, John P. and Adam Elkus. "Mexican Drug Lords vs. Cybervigilantes and the Social Media." *Mexidata.info*. 5 Mar. 2012. Accessed 15 Mar. 2012. http://www.mexidata.info/id3288.html

Telecom Paper. "Mexico govt launches programme to reduce digital divide." *International Telecommunications Union*. 16 Mar. 2012. Accessed 24 Apr. 2012. http://www.itu.int/ITU-D/ict/newslog/Mexico+Govt+Launches+Programme+To+Reduce+Digital+Divide.aspx.

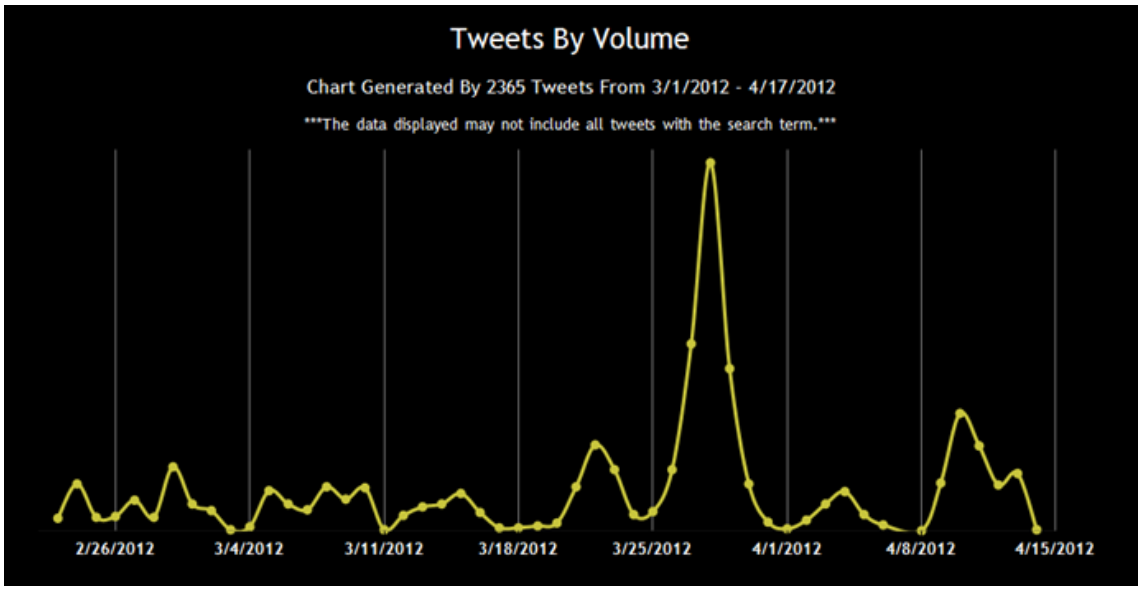
Anonymous blogger. Interviewed by Kathleen Leasor. E-mail correspondence. February 24, 2012.

VII – Appendices

Appendix A – Civil Society Sector Images

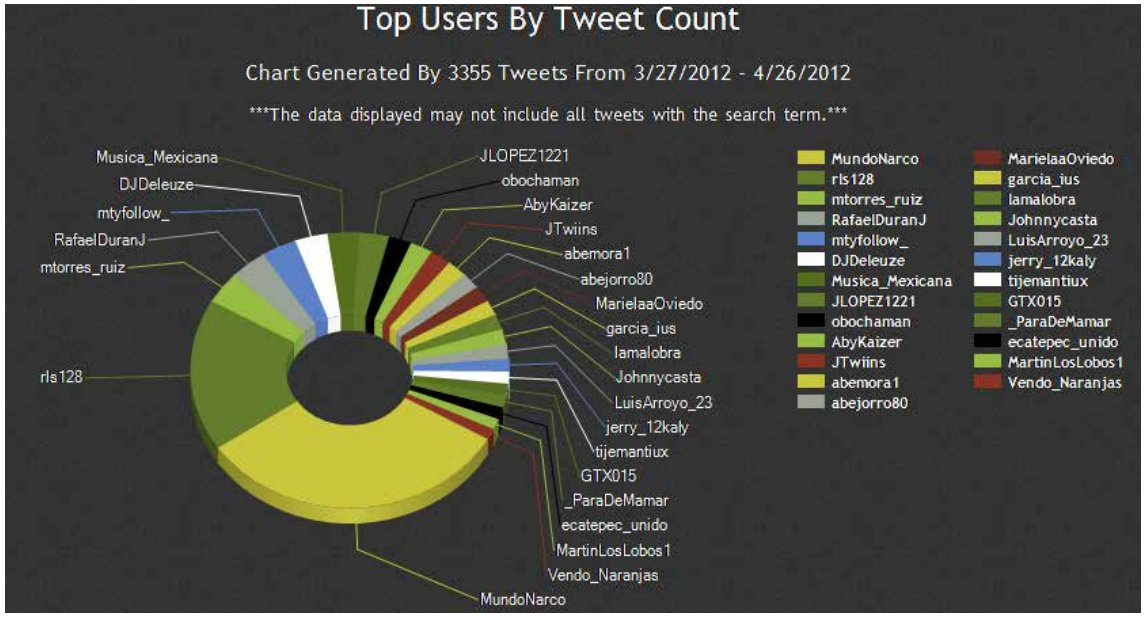
1. Movimiento por la Paz (MPJD)

Figure A.1.1: Tweet volume over time (03/01 - 04/17)



2. Blog del Narco

Figure A.2.5: Top Users by Tweet Count (03/27/12 - 04/26/12)



Appendix B – Media Sector Images

Figure B.1.1: Hashtag #mtyfollow. [NodeXL]

Figure B.1.2: Image: Civil society organization @ CIC within the #mtyfollow network. [NodeXL]

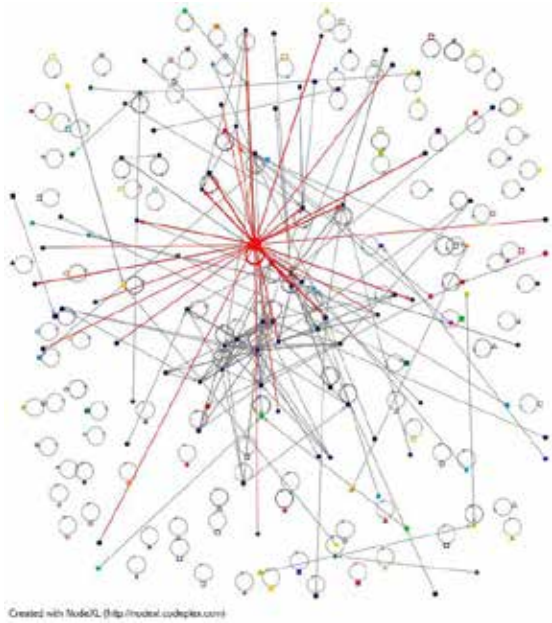


Figure B.1.3: Individual user, @erikam, within the #mtyfollow network. [NodeXL]

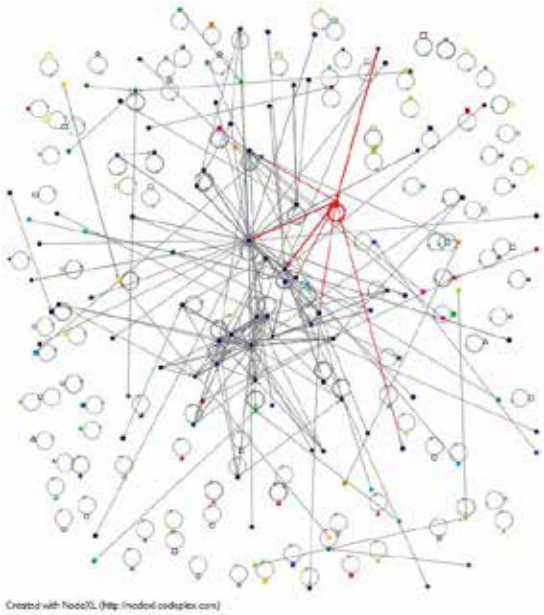


Figure B.1.4: Network for Twitter handle @periodistasapie. [NodeXL]

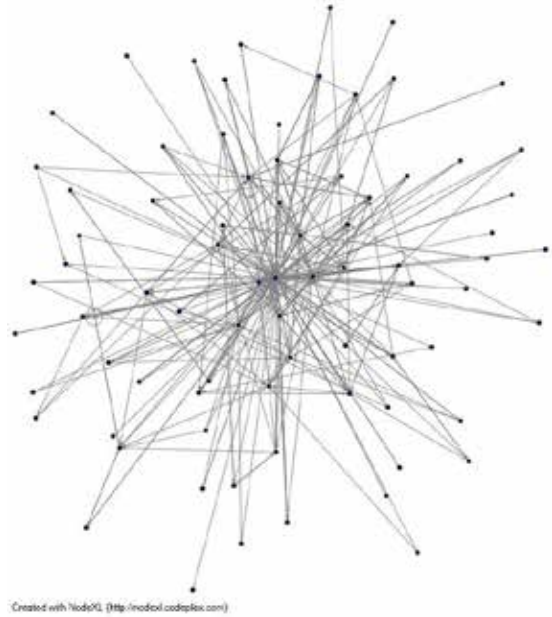


Figure B.1.5: There is a three-step process by which users in the network receive information represented in images B.1.5-B.1.7. First, news organizations disseminate information. [NodeXL]

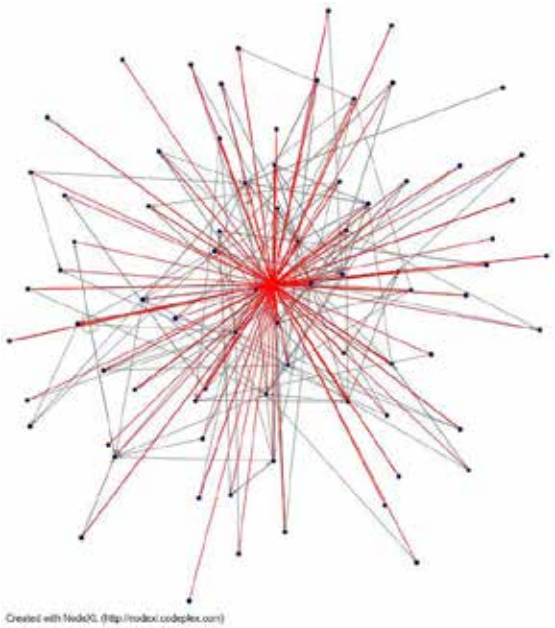


Figure B.1.6: Second, they engage with a conversation with their followers. [NodeXL]

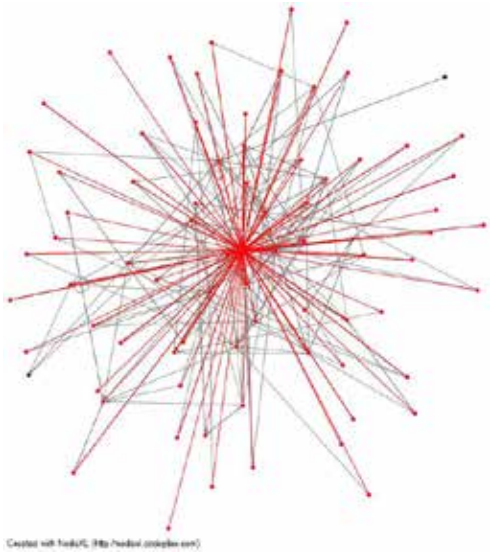


Figure B.1.7: Finally, users share that information with their followers, which results in a complete “information saturation” of the network. [NodeXL]

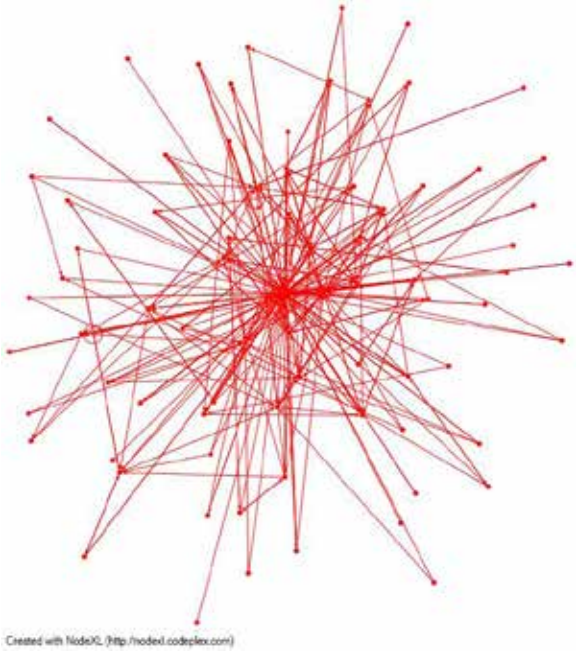


Figure B.2.1: The top users in the network for @periodistasapie are predominantly individual journalists or organizations that are interested in the journalists' network.

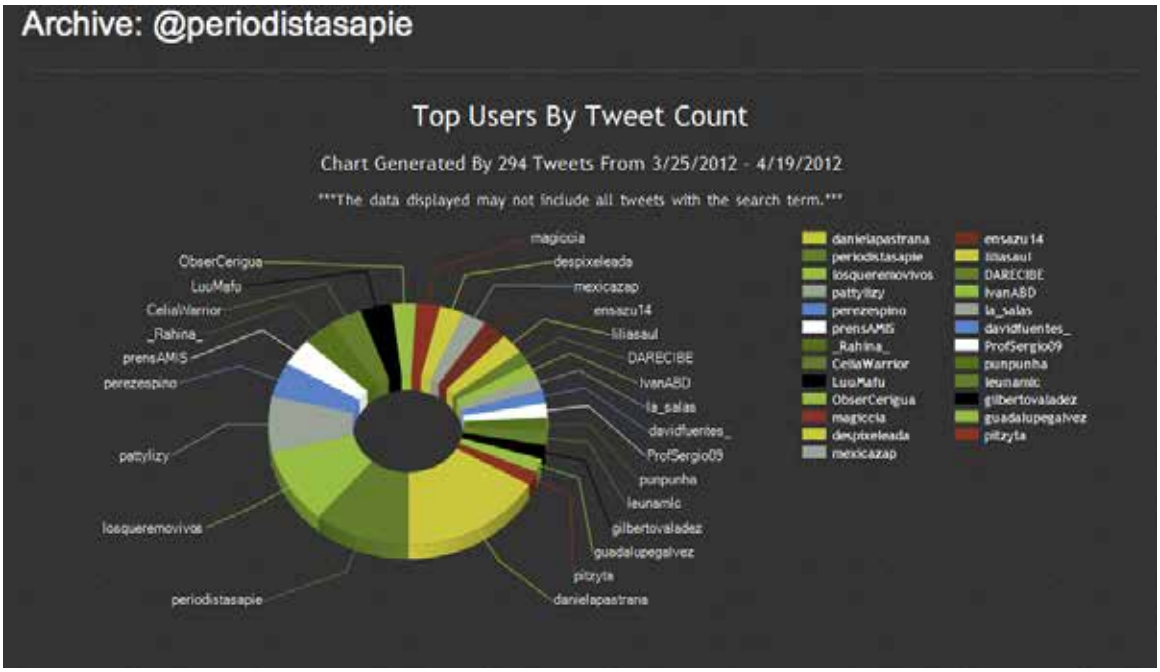


Figure B.2.2: @periodistasapie's presence on Twitter is mostly retweets, versus original tweets, which illustrates that the information they collect and share supports the overall knowledge of their network.

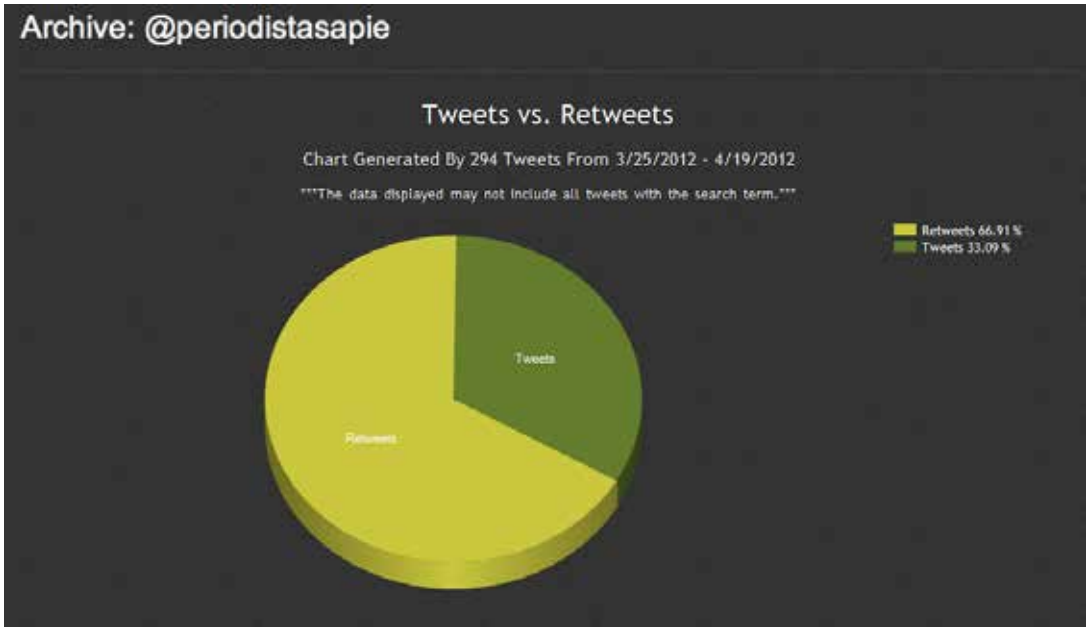


Figure B.2.3: A hashtag, like #reynosafollow seen below, produces more original content but does not impact a network in the same way that an established organization does.

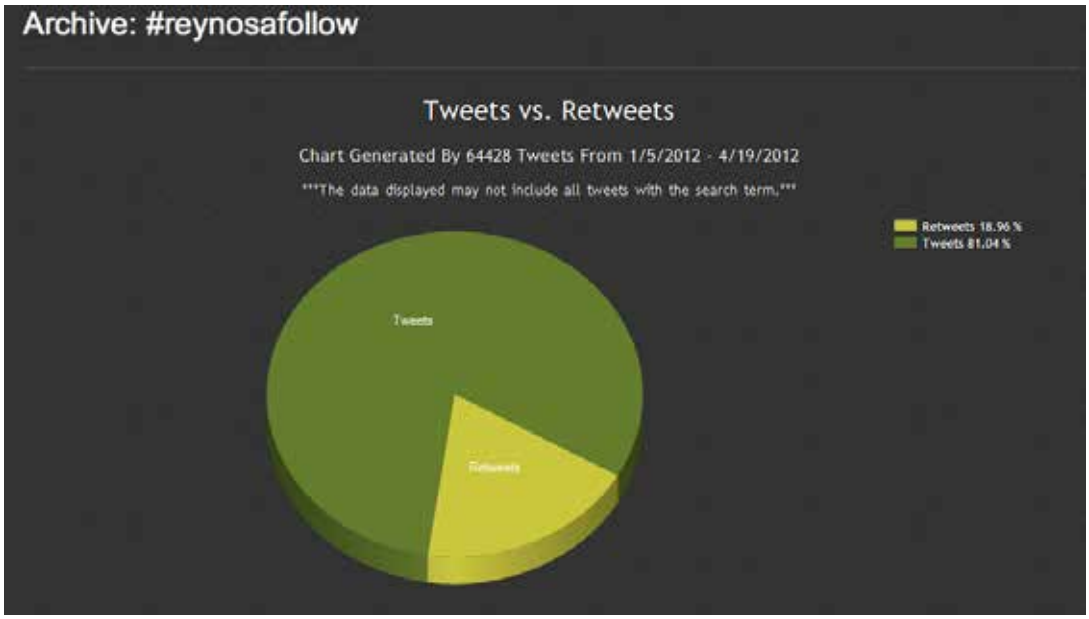


Figure B.2.4: Archived tweets from @periodistasapie from the past several weeks.

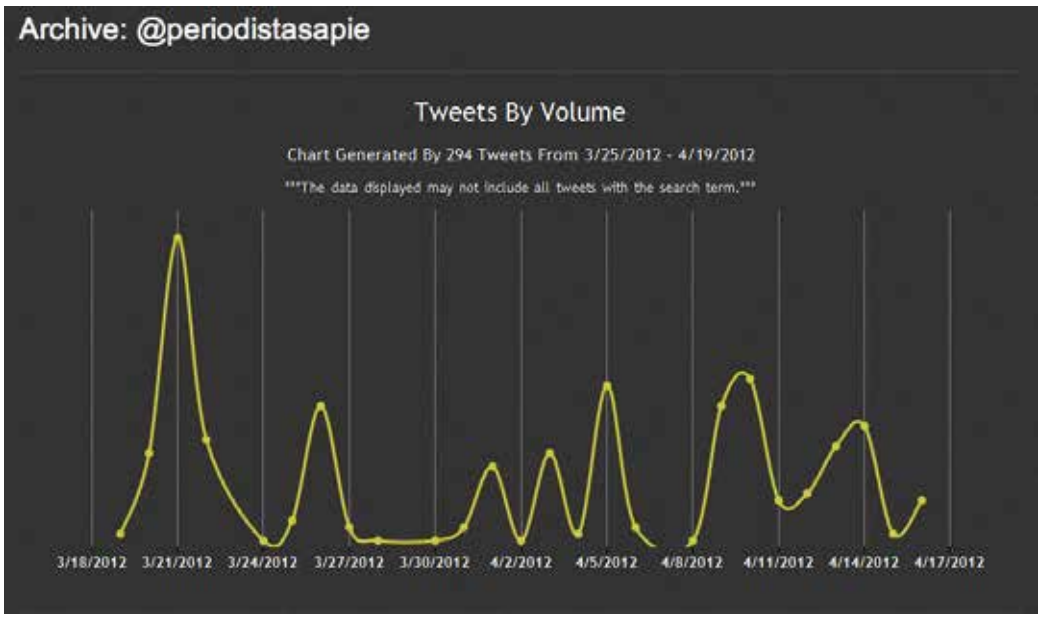


Figure B.2.5: Collection of Tweets from Mar. 21, 2012, where it spikes on the timeline.

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Advierte comunidad de Cherán sobre acciones por s.. bit.ly/GDLGWJ

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Gerardo Sauri de CDHDF "... 4)La necesidad de políticas públicas para la reparación del daño a periodistas víctimas de la violencia"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Gerardo Sauri de CDHDF "... 2) visibilidad estadística de ataques a periodistas, 3)unión del gremio periodístico..."

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Gerardo Sauri d CDHDF "este estudio arroja varios desafíos: 1)fortalecimiento de la libertad de expresión y ddhh..."

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Juan Carlos Romero @article19mex "Los datos son importantes más valdría la pena escuchar también los historias de c/u de los periodistas"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Carlos Romero d @article19mex la intimidación es general "cuando atacan un medio, es normal q la comunidad periodística se sienta amenazada"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
O'Connor "La clave es que no te das cuenta de que estás traumatizado" #periodistas

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
O'Connor "...después descubrí que mientras cubría conflictos fumaba automáticamente para esquivar el trauma y tranquilizarme"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Mike O'Connor "Yo pensaba q los #periodistas traumatizados por la cobertura de eventos violentos eran débiles o inexpertos..."

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Consejo para los #periodistas q presenten estrés post traumático: "no traten de ser psiquiatras d sus compañeros, busquen un profesional"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Para prevenir el estrés pos traumático: "los #periodistas no son soldados o policías. La mayor defensa es la educación emocional"

Periodistas de a Pie @periodistasapie 21 Mar
Feinstein: "Los #periodistas q dejan d cubrir asuntos violentos presentan más elementos d estrés q los amenazados q continúan trabajando"

Appendix C – Government Sector Images

1. Additional Network Analysis

Figure C.1.1: Information sent out by @SSP_mx, 100 N sample. [NodeXL]

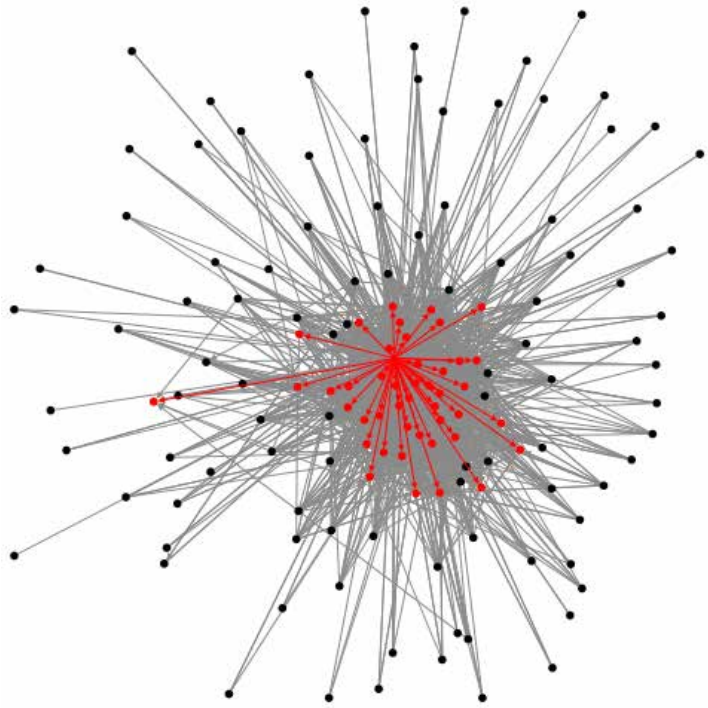
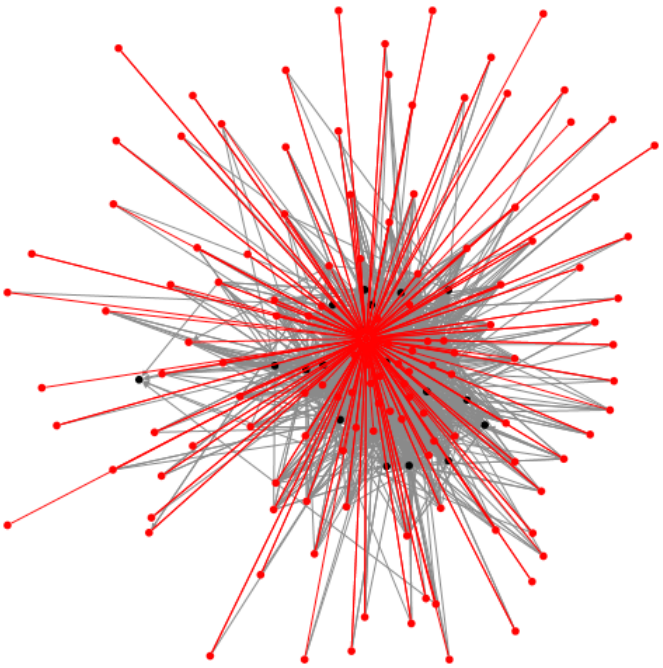


Figure C.1.2: Information flows to @SSP_mx, 100 N sample. [NodeXL]



NUEVO PERIODISMO EN EL SIGLO XXI:
HACIA UN MODELO DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS EMERGENTES

Maricarmen Fernández Chapou
Profesora Investigadora del Departamento de Estudios Culturales, Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. México

RESUMEN
En la actualidad, los medios de comunicación se han cimbrado ante las crisis económicas, políticas y sociales, y enfrentan retos como restablecer sus funciones de mediación, autoridad, credibilidad, objetividad, información y distribución. En este artículo se definen las tendencias del periodismo en el siglo XXI, con el propósito de proponer un marco de referencia para el análisis y estudio de nuevos modelos de información, los cuales se consolidan cada vez más como una alternativa en el ecosistema mediático de hoy.

PALABRAS CLAVE
Periodismo 3.0, tendencias, nuevos modelos de información, libertad de expresión, transparencia, democratización de los medios.

ABSTRACT
Nowadays, the media have been shaken by economic, political and social crises, and they have had to face challenges as restoring its functions of mediation, authority, credibility, objectivity, information and distribution. This article defines trends of journalism in the twenty-first century, in order to propose a framework to analyse and to study new information models, which are increasingly consolidated as an alternative in today's media ecosystem.

Introducción

Ante las nuevas tecnologías e Internet, en torno al periodismo se ha reunido un buen puñado de apocalípticos y visionarios que sustentan posturas opuestas: unos consideran al siglo XXI el final de la era de los periódicos; mientras otros lo están transformando, le inyectan nuevos bríos.

Para hablar de nuevas tendencias en el periodismo hace falta comprender lo que está sucediendo en este contexto; de qué forma los vacíos que dejan algunos medios tradicionales en su afán por erigirse como empresas que conciben la noticia como mercancía —y no como bien público—, así como en su cercanía con el poder político, están siendo cubiertos por propuestas distintas de quehacer periodístico. Asimismo, de qué forma las nuevas tecnologías de información potencian y magnifican las virtudes del otrora denominado "cuarto poder", aunque también sus vicios.

Es decir, ante el cambio del ecosistema de los medios de comunicación en el siglo XXI, caracterizado por la multi-direccionalidad y la horizontalidad de los flujos de información a través de los medios digitales, surgen nuevos riesgos, pero también nuevas oportunidades para el periodismo. Incluso, parece ser que, en los albores del "periodismo 3.0", es decir, el periodismo digital, participativo, co-producido por el ciudadano en conjunto con el medio, hay cada vez menor cabida a los apocalípticos que anuncian el fin de la era de los periódicos. Los visionarios, por su parte, quienes no han caído en la trampa de pensar en la tecnología como la aniquiladora de la profesión —comprometida y de servicio público que ha pretendido ser el periodismo desde el siglo XIX—, están aportando cada vez más propuestas interesantes de utilizarla a su favor. La fórmula descansa en usar los nuevos medios para recuperar lo que algunos viejos abandonaron: un sentido de denuncia, darle voz a los que no la tienen, vigilar a los poderes políticos y empresariales, procurar la movilización y el cambio social, servir a los ciudadanos, contribuir al cambio y al progreso. Es decir, hacer el buen periodismo de siempre, vistiéndolo con nuevos trajes y, además, utilizando los nuevos lenguajes y flujos de comunicación para potenciarlo.

No ha sido fácil, pero cada vez hay más visionarios en la profesión periodística, a pesar del gran desaliento que se ha producido, en la mayoría de los casos por un aumento de trabajo y una disminución de ingresos para los reporteros. Incluso, pareciera que se hablara de "salvar al mundo", en una visión romántica del oficio, que antepone la misión del periodista a sus necesidades laborales y personales. En otras palabras, se piensa que recuperar al periodismo de investigación y denuncia social es una opción altruista, y no es viable económicamente hablando. Sin embargo, quienes han dudado de esta premisa, han demostrado que esto no es necesariamente cierto.

Ignacio Ramonet, por ejemplo, ha modificado su postura, un tanto apocalíptica, a una más visionaria. En su libro *La tiranía de la comunicación* (1998) se mostraba sumamente escéptico ante los nuevos medios de información, mientras que en su nueva obra, *La explosión del periodismo*, publicado en España a principios de 2011, se muestra esperanzado de las posibilidades que estos ofrecen a la profesión periodística: "nunca ha existido mejor momento para ser periodista", afirma. Una buena noticia para los apocalípticos del periodismo. La explicación de esta aparente concesión del periodista español radica en el reconocimiento de la evolución que han sufrido los medios informativos a partir de un cambio de ecosistema que va "de los medios de masas a la masa de medios".

Así, Ramonet defiende la tesis de que, luego de una crisis de identidad que ha llevado a las corporaciones a la necesidad de entender lo que está pasando para "adaptarse o morir", se han logrado una serie de innovaciones y éxitos que inyectan optimismo a los periodistas. ¿Sobrevivirán los diarios? Ramonet concluye que sí, porque "los aviones no sustituyen a los barcos".

"Estamos viviendo un cambio de paradigma —asegura—. Una revolución que avanza a grandes sacudidas, con violentas aceleraciones y pausas frecuentes, aunque no es universal, pues no hay que olvidar la existencia, en un mundo profundamente desigual, del considerable abismo Norte-Sur que separa a ricos y pobres, a info-ricos e info-pobres" (2011, pp. 12, 13).

No obstante, gracias a las redes sociales y la Web 2.0, un nuevo actor surge en el escenario: "la inteligencia colectiva o de 'alquimia de las multitudes' —según palabras de Francis Pisani— en progreso constante" (2011, p. 13). Internet, hoy en día, ya no es un medio de comunicación, sino una sociedad y, en ese sentido, es el nuevo espacio público del siglo XXI que reaviva una vieja utopía: la democracia mediática.

Junto con este autor, otros periodistas y estudiosos de los medios, así como asociaciones internacionales y nacionales de periodistas, colegios y universidades, inyectan optimismo a naciones como México —que se encuentran en el lento camino de la experimentación, de la prueba y error, hacia la democracia— con casos de éxito ejemplares. El presente artículo tiene como objetivo principal hacer una revisión de algunas de estas propuestas con el fin de responder la pregunta: ¿Se puede hablar hoy en día de un nuevo periodismo? Con base, sobre todo, en las tendencias estadounidenses y europeas, pues ha sido en estos contextos donde han proliferado con mayor énfasis y éxito en los últimos años.

Desde luego, no todas las propuestas de "nuevo" periodismo se concretan ni todo lo que se exhibe en la red es modelo prototípico a seguir. ¿Cómo distinguir aquellos ejercicios periodísticos e informativos que están marcando tendencia en el siglo XXI?

Hacia un modelo de análisis

Con base en los enfoques teóricos críticos de la comunicación, tales como la sociología de producción de mensajes, a continuación se recuperan algunas claves para el estudio y análisis de tendencias mediáticas emergentes.

1. *Nuevos contenidos y formas, utilizando herramientas tecnológicas variadas.*
   Por un lado, las propuestas deben ser realmente nuevas. Es decir, no basta con hacer lo mismo de siempre en un medio distinto: la web; ni vestir los contenidos parcos, anquilosados o faltos de propósito con imágenes, video, audio e hipervínculos. Las nuevas tendencias son aquellas que proponen nuevos contenidos y formas, las que utilizan herramientas tecnológicas variadas, las cuales generalmente llenan algún vacío informativo. Asimismo, en las nuevas tendencias se aprovecha la tecnología para innovar en cuanto a lenguaje (más directo, breve, atemporal, estructurado acorde con motores de búsqueda), lectura (ya no es lineal ni pasiva; el lector o usuario interactúa con la información así como profundiza cuanto quiera, gracias a los hipervínculos), relación con el lector (es interactiva, coparticipativa y el receptor puede llegar a ser coproductor de información al mismo tiempo que consumidor), retroalimentación (directa e inmediata gracias a la incorporación de foros o redes sociales), entre otras cosas.

2. *Práctica distinta de hacer periodismo, que va más allá del reporterismo y explora nuevas técnicas de obtención de información, de investigación y de verificación.*
   En segundo lugar, proponen una práctica distinta de hacer periodismo, que va más allá del reporterismo y que explora nuevas técnicas de obtención de información, de investigación y de verificación. Estas prácticas suelen responder a vicios o despropósitos del periodismo convencional, tales como la falta de fiabilidad de ciertas fuentes, una deficiente utilización de las mismas, la "declaracionitis" que suele padecer la prensa y la consecuente pérdida de credibilidad. Un ejemplo claro ante esto es el llamado "periodismo de base de datos", que propone una investigación periodística basada en documentos, números, porcentajes y registros; es decir, pretende recuperar la objetividad y la veracidad a partir del cruce de datos fríos y duros.

3. *Propósito específico o misión explícita y clara, relacionados en su mayoría con ofrecer servicios al ciudadano.*
   El lector se convierte en usuario de la información y obtiene datos, documentos o análisis que lo orientan y responden a necesidades particulares. El "periodismo hiper local", por ejemplo, se centra en ofrecer información y servicios que atañen a una comunidad determinada y suele dar voz a minorías que los grandes diarios generalistas ignoran. El "periodismo preventivo", por su parte, ofrece prospectivas e información especializada que orientan al ciudadano a actuar ante problemas sociales y coyunturas que le afectan, tales como desastres naturales, crisis económicas, alimentarias, etcétera.
4. *Impacto social y permanencia.*
   La clave más importante, pero quizá también la más difícil, es el impacto social y la permanencia que una tendencia periodística logre tener. El modelo prototípico de impacto fue el que logró en su momento el periodismo de investigación con el caso Watergate, pues un trabajo periodístico, el realizado por Robert Woodward y Carl Berstein para el *Washington Post*, obligó a que el presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, renunciara a su cargo. El "periodismo cívico" del siglo XXI ha logrado en mayor o menor medida movilizar a ciertos sectores de la población, incidir en la vida y agenda públicas y trascender fronteras. Se trata de recuperar a los medios como actores de cambio social. Casos como el de WikiLeaks y movimientos como los de la Primavera Árabe, el 15M o el #YoSoy132 muestran indicios de un nuevo ciberactivismo en el que nuevas formas de periodismo de investigación y denuncia desempeñan un papel primordial.

Cada una de estas categorías puede ser observada en mayor o menor medida en las distintas propuestas periodísticas surgidas en el siglo XXI; algunas de ellas están centradas en uno o dos de los aspectos, como sello distintivo. Se observa, asimismo, que entre más características se cumpla por parte del nuevo medio, éste tendrá más probabilidades de éxito y permanencia. Con base en este marco, a continuación se analizan las características de tendencias del periodismo del siglo XXI tales como el periodismo 3.0 y el fenómeno sin ánimo de lucro.

Periodismo 3.0

Dice Howard Rheingold (2011) que "los ciudadanos no sólo están cambiando el periodismo. El periodismo define y redefine lo que significa ser ciudadano". El autor del libro *Smart Mobs: The next Social Revolution* es uno de los gurús del denominado periodismo ciudadano o periodismo 3.0, una forma de comunicar del siglo XXI basada en la participación ciudadana en la generación de los contenidos de los medios.

Pero no se trata sólo de participar. El periodismo 3.0, como otras tendencias del periodismo en este siglo, constituye ya un concepto más o menos definido y sistematizado que cuenta con sus propios procesos, herramientas, métodos de trabajo, lenguajes y misión. Una filosofía en torno al quehacer periodístico que, entre otras cosas, concede nuevos poderes a las personas, en aras de que juntos, profesionales y *amateurs*, hagan un trabajo de mejor calidad y velen por la transparencia informativa.

Se trata de la socialización de la información, de la inteligencia colectiva, del "nosotros, el medio" de Dan Gillmor (2006), del periodismo participativo, del *crowdsourcing* o colaboración en red y hasta del ciberactivismo. El periodismo es uno solo, es decir, la profesión de informar a la sociedad de lo que le atañe con base en una serie de principios y, como toda etiqueta, no existe una definición inapelable del denominado periodismo 3.0. No obstante, este concepto —que se ha ido modificando en el tiempo— sí cuenta con una serie de características que lo distinguen de otras formas de hacer periodismo, sobre todo, en cuanto a los medios tradicionales (o *mainstream*) se refiere.

Juan Varela (2005) define el concepto como "la socialización de la información de actualidad por la irrupción de ciudadanos y fuentes en un foro público, donde se comunican directamente, empleando medios digitales que generan un criterio social que sobrepasa la objetividad y la mediación de los medios tradicionales" (p. 65). También asegura que los blogueros son nuevos vigilantes de los medios y el poder, y que su fin es la acción para la resolución de problemas.

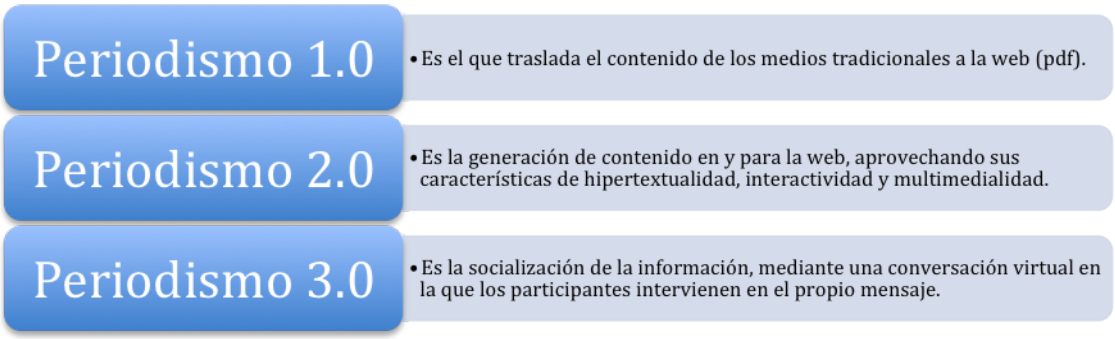


Figura 1. Evolución del periodismo digital según la nomenclatura propia de la informática

Fuente: Elaboración propia con base en Varela, 2005.

Para algunos como John Dewey, el periodismo ciudadano se entiende incluso como "un arte democrático" (Varela, 2005, p. 65). La red es la nueva plaza pública en la que los ciudadanos pueden debatir, participar, organizarse y exigir a los medios y a sus representantes, así como atender el interés público. El otrora cuarto poder, los periodistas y el público unidos con un fin común: informar.

La creciente falta de credibilidad hacia algunos medios tradicionales y gobernantes en las sociedades es uno de los detonadores de esta corriente: los ciudadanos confían más en sus iguales que en las autoridades. La comunicación de muchos a muchos y no de uno a muchos, la convierte en una conversación en la que se da voz incluso a aquéllos que los *mainstream* suelen ignorar. En ésta, gracias al uso de la tecnología —cualquiera que tenga acceso y sepa utilizarla— puede participar de forma abierta y generar contenido.

El consumidor se convierte al mismo tiempo en co-productor (*prosumer*) de información, pero también en el principal beneficiario de un periodismo colaborativo, verificado y enriquecido con las voces ciudadanas. Muchos de los prototipos del periodismo 3.0, además, están enfocados en el activismo digital —que se convertiría posteriormente en un movimiento de protesta real—; en la movilización solidaria y la resolución de problemas de determinadas comunidades —sobre todo en contextos de crisis y desastres—, y en la observación ciudadana, principalmente electoral.

Esta tendencia actual, como la mayoría de ellas, no es de sustitución, sino de complementación. Es decir, de colaboración en aras de un mejor periodismo. Dan Gillmor, que parte de la idea de que "mis lectores saben más que yo", ha dicho: "Estamos ante la mejor oportunidad para que muchos puedan convertirse en emprendedores periodísticos", pero "hay que ir más allá, y pedir a la audiencia que nos ayude con nuestro periodismo. Pero incluso si no se lo pedimos, el público lo hará de todas formas" (Espiritusanto, 2011, p. 13).

En ese sentido, quizá la definición de periodismo 3.0 de Shayne Bowman y Chris Willis —quienes han escrito sobre cómo las audiencias están conformando el futuro de las noticias y la información— sea una de las más completas: "Es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que desempeñan un papel activo en el proceso de recoger, transmitir, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, fiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere" (Espiritusanto, 2011, p. 3).

Las claves del 3.0 según el modelo de análisis

Como en toda tendencia en el quehacer periodístico, es importante desglosar las particularidades que ésta presenta en cuanto a los rubros mínimos, expuestos anteriormente como modelo de análisis, que permitan su comprensión y su valoración. En ese orden de categorías, las principales claves del periodismo 3.0 son las siguientes:

» El periodismo 3.0 es el resultado directo del crecimiento explosivo de medios digitales y redes sociales, es decir de nuevas herramientas que impactan en la forma de hacer periodismo.

Los blogs resultan un espacio efectivo para el debate y la discusión, a partir de cual, muchas veces se elabora la agenda informativa. Como explica Oscar Espiritusanto: "La democratización de las herramientas, el abaratamiento de la tecnología y el *software* libre han permitido a los ciudadanos crear su propio contenido e informarse entre ellos, sin la necesidad de la financiación o el respaldo de una gran empresa mediática" (2011, p. 4).

Pero el periodismo 3.0 no es sólo un software sino, ante todo, una red de personas. A estos nuevos participantes en el proceso de producción de noticias, Juan Varela los llama "superusuarios", los cuales tienen la particularidad de ser "consumidores intensivos de información multimedia y expertos en el uso de los medios y herramientas sociales" (2005).

Blogs, medios participativos hiperlocales, foros, listas de correo, wikis, son algunas de las herramientas indispensables para la conversación. Asimismo, gracias a los enlaces y al hipertexto se lleva a cabo una navegación por contenidos y cuantos más enlaces certeros y confiables, más credibilidad.

El hipertexto se convierte en un elemento esencial para aumentar la profundidad en la información. Asimismo, el software libre promueve la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, estudiar y modificar el software y distribuirlo.

WikiLeaks es una de las herramientas emblemáticas del periodismo ciudadano. El proyecto de Julian Assange favorece "la apertura y transparencia informativa de gobiernos y entidades", dice Espiritusanto (2011, p. 9). Es probable que este concepto basado en la filtración de documentos por parte de fuentes ciudadanas a medios de comunicación, bien utilizado, promueva una mayor transparencia. Asimismo, Facebook y Twitter pueden ser herramientas para la vigilancia electoral o para la denuncia ciudadana de posibles irregularidades, como ha sido el caso de Twitter Vote Report, o Voter Fraud, una aplicación móvil para denunciar sospechosos de fraude electoral.

Entre los ejemplos prototípicos de herramientas exitosas de periodismo 3.0 están Ushahidi, una plataforma de comunicación ciudadana, de código abierto, creada en medio de la crisis electoral vivida en Kenia en 2008 para que los ciudadanos pudieran informar en tiempo real de los actos de violencia o incidentes de relevancia y plasmarlos en un mapa.

Se trata, en palabras de Espiritusanto, de "poner los medios de producción en manos de quienes los producen". Una filosofía "de la alfabetización basada en el software libre, la generosidad intelectual, el trabajo compartido y el proceso de empoderamiento de las comunidades" (2011, p. 24).

» Terry Flew resume de esta forma la práctica del periodismo 3.0: publicación abierta, edición en colaboración y contenido distribuido (Espiritusanto, 2011, p. 5). Las noticias son producidas por gente común que tiene algo que decir y mostrar. En palabras de Varela: "La

World Wide Web se convierte en la World Live Web, una conversación viva, atractiva, sobre todo, para jóvenes acomodados con alta formación, el público que más deserta de los medios tradicionales. Los participantes crean y recrean sobre una experiencia compartida" (2005, p. 65).

En ese sentido, la interactividad se convierte en un elemento esencial de la información. Son los lectores-redactores quienes hacen real y socialmente útil este tipo de publicaciones. "Los ciudadanos irrumpen en el espacio público para informar directamente o comentar informaciones —explica Varela—. Rebajan la intermediación de los medios al entrar en contacto directamente con las fuentes y con los hechos a través de testimonios directos y documentos. Se rebelan contra la autoridad profesional y la sustituyen por el criterio social en red. Rechazan la concepción tradicional de la objetividad. Sustituyen el patrón unidireccional de la comunicación por el de muchos a muchos, interactivo y en movimiento" (2005, p. 65).

El periodismo de fuente abierta (*open source journalism*) se convierte en un nuevo método de verificación, en la que los internautas aportan informaciones y correcciones a un artículo, o bien, el criterio de una comunidad virtual juega el papel de criterio periodístico y control. Como apunta Rheingold (2011): "los periodistas no son sólo reporteros que tuitean desde una manifestación o publican fotos de sucesos o eventos potencialmente noticiosos. Los periodistas trabajan fundamentalmente para verificar la información y las pistas que reciben de los ciudadanos" (p. VIII).

En ese sentido, "los periodistas tradicionales tienen que aprender a construir y afinar redes de informadores, gestionar comunidades de ciudadanos, reporteros y comentaristas, utilizando los medios sociales y tecnológicos para comprobar la veracidad de las historias".

Es necesaria así, la alfabetización digital y la enseñanza de habilidades expresivas digitales y multimedia de los "superusuarios". Por su parte, el periodista profesional es editor, comisario (*curador*), filtro y preceptor de contenidos. Así, se da la participación e integración de procesos periodísticos en comunidades *on line*, en la que el periodista gestiona la edición abierta de la participación ciudadana.

» "El periodismo participativo es una herramienta de generación de contexto por y para una comunidad", dice David de Ugarte (2007). Es, ante todo, una herramienta que se define sobre a quién ha de servir: al ciudadano. "Su objetivo es generar contexto informativo especializado para una comunidad concreta y su blogósfera", dice. Varela (2005) especifica: "El objetivo principal del 3.0 es la acción. Utilizar la información para intervenir y cambiar la vida social, comunitaria y política" (p. 65).

El periodismo 3.0 implica acción social y política, no sólo el relato de los hechos. La dimensión útil de la información es indispensable y ayudar a construir una comunidad fuerte mediante el libre intercambio de información e ideas, también. Se proponen, además, nuevas

reglas y principios, que Don Tapscott (2008) resume como: “la colaboración, la apertura y transparencia, la interdependencia, compartir la propiedad intelectual y la integridad” (2008, p. 18). El objetivo es otorgar voz a las minorías y la capacidad de hacerse escuchar ante una audiencia global. Asimismo, defender y fomentar la capacidad del individuo para generar información útil destinada a su comunidad.

“El periodismo ciudadano puede servir para preservar la diversidad cultural de los pueblos, un objetivo de vital importancia en aquellos países en vías de desarrollo donde existen un gran número de etnias y dialectos diferentes. Es una manera de poner en manos de las pequeñas comunidades las herramientas necesarias para su desarrollo”, explica Espiritusanto (2011, p. 23).

FIGURA 2. CRONOLOGÍA

Fuente: elaboración propia

» En situaciones de crisis, desastres naturales, revueltas populares y conflictos armados, los periodistas ciudadanos llegan a ser imprescindibles para conocer lo que está pasando en tiempo real, en lugares y situaciones concretas.

Gracias al periodismo ciudadano se han podido conocer realidades respecto a guerras como la de Irak, distintas a las que presentaban algunos medios tradicionales. Casos como los de Irán y Túnez, o los terremotos de Haití o Chile, reflejan la importancia de este tipo de comunicadores en línea, en los que la acción coordinada de muchos informadores voluntarios permite saber de una situación que suele ser de difícil acceso para los medios tradicionales. El efecto contagio de las revueltas en países árabes o de Los indignados es un evidente impacto de este tipo de práctica, así como las revelaciones de WikiLeaks, reproducidas en diarios internacionales, que han tocado a gobiernos y gobernantes de los países más poderosos.

En épocas electorales, además, se prestan para la vigilancia, la denuncia y la visualización, mediante el mapeo interactivo de casillas, por ejemplo.

Como ya se mencionó, el periodismo 3.0 promueve el activismo cívico en red. Los blogueros pueden ejercer presión tanto a medios de comunicación como a instituciones, a través de sus foros. La comunicación interpersonal, las comunidades locales, los blogs y los medios sociales están cambiando la agenda pública por su influencia en lo que los ciudadanos leen y lo que los medios y los periodistas informan. Gracias a esto, aumenta el poder de los lectores y la información se democratiza.

Algunos ejemplos emblemáticos de periodismo 3.0, que han logrado impactos considerables y han tenido permanencia, son: Indymedia, Global Voices, Rue89, OhmyNews, Witness, Maneo.org, The HuffPo, Pro Publica, Demotix.

No obstante, el periodismo ciudadano o 3.0 también presenta riesgos, tales como caer en falta de precisión y rigor, así como en desvirtuar la intención y ceder a intentos de manipulación, por ejemplo. Asimismo, está por probarse el “criterio social” como filtro de calidad periodística. La credibilidad mediática está migrando hacia la credibilidad personal y el “superusuario” es ya un elemento más en el proceso de producción de información, pero aún falta que el modelo se consolide, principalmente en países donde la brecha digital aún es grande, así como el nivel de alfabetización tecnológica, bajo.

El periodismo 3.0 apuesta por una conversación de ida y vuelta y no un intercambio unidireccional de mensajes. Sin embargo, no sustituye sino complementa al periodismo tradicional. Es más, el profesionalismo y *expertise* del periodista formado y especializado son cada vez más necesarios. Separar la información fiable de la inexacta es una labor de suma importancia que lo distingue del *amateur*.

Diversos autores, así, coinciden en que el periodismo 3.0 no es una amenaza para el periodismo tradicional, sino "la oportunidad para mejorar la calidad de la información con las aportaciones de individuos y comunidades". Se espera que la colaboración genere mejor información y mayor acercamiento con la audiencia. Como concluye Rheingold (2011): "El desafío para los profesionales y los aficionados, consiste en entender la importancia de la búsqueda de la verdad a la hora de informar acerca de una noticia y el papel fundamental del periodismo en la democracia" (p. VIII).

Medios independientes

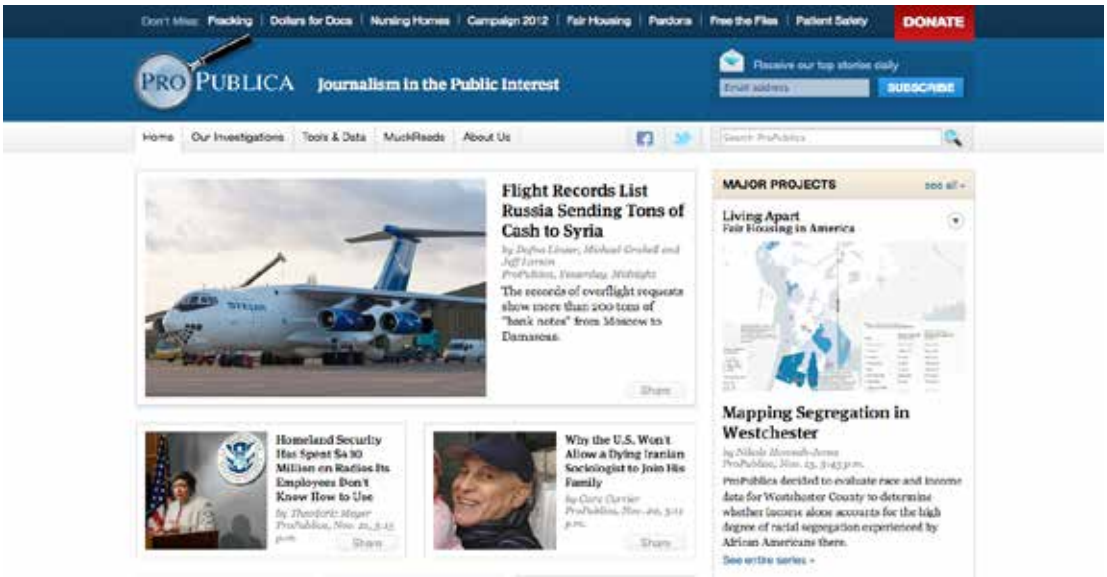
El periodismo sin ánimo de lucro no es nuevo, pero en el siglo XXI repunta como una reacción ante las correspondientes crisis de los medios tradicionales. Su filosofía se centra en el interés público y parte de la premisa fundamental que ya proponían Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003) en *Los elementos del periodismo*: "El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos" (p. 24).

Del mismo modo, el fenómeno del sin ánimo de lucro corresponde con el periodismo socialmente comprometido, que estipula, con base en el artículo 3º del código ético de la UNESCO, que "la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. El periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales".

Así, su distintivo es la independencia, pues la fórmula ideal de estos medios, según el periodista español Marc Espín (2012), "es la de constituirse como organizaciones sin ánimo de lucro, ser transparentes con sus cuentas, renunciar a la publicidad y a las subvenciones públicas y buscar financiación a través de una amplia red de socios donantes o suscriptores estables. Cuanto más se aproximan a este ideal, mayor es su independencia".

Gracias a las herramientas digitales, el periodismo sin ánimo de lucro ha comenzado a proliferar en países como España o Estados Unidos. En este último existe, incluso, la figura legal del medio sin ánimo de lucro, reconocida y más o menos beneficiada por el Estado, que permite que medios como ProPublica existan y ofrezcan investigaciones periodísticas de profundo y largo alcance[1].

1 Este portal digital ya ha sido acreedor dos veces del Premio Pulitzer de periodismo.



Según las categorías de descripción de las tendencias de periodismo en el siglo XXI, propuestas anteriormente —contenidos, herramientas, metodología, propósito e impacto social—, las principales claves del periodismo sin ánimo de lucro descansan principalmente en su misión y su modelo de financiación.

Los no lucrativos aprovechan las herramientas tecnológicas digitales para constituir agencias de información en línea especializadas en periodismo de investigación, con una amplia capacidad de distribución y con relativamente bajos costos de producción. “Gracias a Internet informar ya no es una competencia exclusiva de los grandes medios”, dice Marc Espín (2012). De este modo, “estas iniciativas se centran en temas sociales y aprovechan la fuerza de la red para que todo se sepa”.

Los medios de información sin ánimo de lucro tienen una serie de características comunes, de acuerdo con Espín (2012):

> Son críticos con los poderes políticos y económicos, informan de temas no siempre presentes en los grandes medios y los tratan en profundidad. Su razón de ser es generar una respuesta social y, normalmente, no cobran por los contenidos. Pero de lo que más presumen es de su independencia que, en teoría, es inherente a su modelo de financiación. Al no ser un negocio, sus contenidos no están condicionados por la cantidad de beneficios que van a obtener. En general no incluyen publicidad ni aceptan subvenciones públicas, por lo que no están sometidos a presiones de anunciantes o grupos políticos. Y como no tienen que mantener grandes estructuras empresariales, todo lo que se recauda va destinado a hacer periodismo. ProPublica denuncia en su web que los medios tradicionales suelen dedicar sólo el 15% del presupuesto a noticias, mientras ellos destinan el 85.

En cuanto al modo de hacer periodismo de los *nonprofits*, es claro que estos van más allá del reporterismo y recuperan la investigación y la especialización temática —en temas de derechos humanos, por ejemplo—. Asimismo, la transparencia y la deontología profesional son pilares de este modelo. Pero, sobre todo, funciona como una especie de "cerebro colectivo", cuyo motor es la colaboración.

Los investigadores sin ánimo de lucro requieren de socios distribuidores —periódicos, noticiarios de televisión, sitios web y estaciones de radio que publiquen sus trabajos—, así como de reporteros de medios tradicionales, estudiantes universitarios o asociaciones no lucrativas que hagan equipo con ellos y colaboren con sus investigaciones. Desde luego, también necesitan del usuario: como fuente del *crowd-sourcing*, como donador, como suscriptor, como fan de la página o, incluso, simplemente como interlocutor que agregue un comentario en una historia. Por último, aspiran a depender de un número cada vez mayor de socios donantes, lo cual resulta el más grande de los retos con los que se enfrentan.

Transparencia y compromiso social

Dice Rosa María Calaf, reportera y excorresponsal de TVE, que "la prensa ha dejado de servir a la comunidad para servirse de ella" (Espín, 2012). Bajo esta premisa, los medios sin ánimo de lucro se proponen, ante todo, servir a los intereses del ciudadano. El modelo de periodismo propuesto por la asociación española no lucrativa *Se buscan periodistas* (SBP) es contundente en este sentido: "El periodismo de los integrantes de SBP aspira a recuperar el compromiso con el derecho de la ciudadanía a la información. El código ético de la UNESCO (1983) lo dice claro: La tarea primordial del periodista es servir a la población en su derecho a la información veraz".

Con el lema “sin periodistas no hay periodismo y sin periodismo no hay democracia”, SBP pugna por “un periodismo socialmente comprometido, que recupere la sintonía con el interés general, con la transparencia y con la participación”. Y considera que el futuro profesional descansa en “ganar de nuevo la batalla de la credibilidad” y “crear medios alejados de intereses que trasciendan la mera misión de informar”. Es decir, los *nonprofit news* se configuran como organismos transparentes y comprometidos.

Estas organizaciones periodísticas tienen como norma difundir la identidad de quiénes las respaldan y fomentar la participación externa. “La ciudadanía tiene derecho a conocer quiénes son las personas y entidades que invierten o se publicitan en los medios de comunicación”, dice SBP. “Los medios reflejarán claramente el accionario que los sustente y el conjunto de entidades que se publiciten en ellos. Sólo así la credibilidad será sólida”.

En un ejercicio de legitimación a los medios sin ánimo de lucro, el estadounidense Jim Barnett (2010), del Nieman Journalism Lab de Harvard, aplicó a una muestra una lista de criterios o estándares que tenían que cumplir para garantizar calidad y cumplir con responsabilidad profesional. “Como beneficiarios de los impuestos públicos, los *nonprofits* tienen especialmente el deber de ser absolutamente transparentes. Si quieren llamar periodismo a su trabajo, el material que publiquen deberá ser suficientemente bueno y cumplir con cualquier prueba de estándares profesionales y responsabilidad”, asegura.

Así, propone que los estándares de calidad se cumplan en dos rubros específicos: lo legal y lo profesional. El primero incluye medidas como que el medio esté dado de alta ante el gobierno como empresa sin ánimo de lucro, que su licencia esté disponible para el usuario, que cuente con un consejo editorial de voluntarios, publique los nombres de los principales donantes, haga explícitas sus cuentas y éstas sean claras y limpias. En cuanto a lo profesional, que el medio cumpla con una sala de redacción independiente y funcional, un consejero editorial u ombudsman, una cultura institucional de apoyo, adherencia a códigos de ética periodística, participación en colegios y asociaciones profesionales y contar con credenciales de prensa.

Dado que los compromisos de los periodistas sin ánimo de lucro deben ser, según SBP, “con el progreso, el respeto escrupuloso de los derechos humanos, la defensa de la igualdad (racial, sexual, religiosa, etcétera), la lucha constante por la preservación del medio ambiente, la erradicación de todo tipo de discriminación y la apuesta por una sociedad plural, democrática y participativa”, estos deben atenerse a un código deontológico que recoja las normas y valores en que se basará su actividad profesional.

Además, son útiles un estatuto de redacción que regule las relaciones entre sus miembros y los órganos directivos; un defensor del usuario que sirva de cauce inmediato para la opinión o queja de la ciudadanía y un consejo asesor con funciones consultivas y evaluadoras. El objetivo, a final de cuentas, es "retornar al espíritu crítico que ha de impregnar el periodismo y las normas elementales de deontología profesional". La tarea, como lo reconoce la SBP, es "titánica", pues requiere el consenso y el esfuerzo de los profesionales, además de la complicidad de amplios sectores sociales.

Las 6 mejores prácticas del modelo de periodismo sin ánimo de lucro (según el Nieman J-Lab)

- La filantropía concuerda con la independencia editorial y la objetividad.
- La organización busca pequeñas donaciones u otras formas de apoyo de base.
- El consejo directivo de la organización opera con base en voluntarios.
- Las declaraciones financieras de la organización están disponibles en línea.
- Los nombres de los principales donantes de la organización están publicados.
- La organización tiene una contabilidad clara y limpia.

El negocio sin ánimo de lucro

El periodismo como bien común y no como mercancía es, paradójicamente, el nuevo modelo de negocio del siglo XXI. Dice Marc Espín (2012): "Como consecuencia de la crisis que el negocio periodístico arrastra desde finales del siglo pasado, sobre todo a partir de la consolidación de Internet, varios grupos de periodistas se han unido para impulsar medios de comunicación sin ánimo de lucro. La buena acogida de esta nueva manera de hacer periodismo se ha materializado estos últimos años en forma de reconocimientos y premios".

Desde luego, para que el periodismo no lucrativo se sostenga sin comprometer su integridad editorial debe conseguir un modelo económico sostenible y la independencia absoluta de sus fuentes de financiación. Y aunque éste es uno de sus principales desafíos, ya hay algunas claves para lograrlo.

Entre ellas está, por ejemplo, forjar un modelo sostenible y sostenido mediante el equilibrio de distintas fuentes de ingresos como publicidad seleccionada, la venta en papel, las subvenciones públicas y suscripciones. Esta fórmula ha sido aplicada con éxito en medios de España y se ha fortalecido gracias a las redes de este tipo de organizaciones. La aspiración, como dice Javier Bauluz de *Periodismohumano*, es "depender de miles de donantes, como Médicos Sin Fronteras, que tiene unos 400 mil socios que les garantizan poder hacer o decir lo que quieran sin tener que dar explicaciones".

Un medio no lucrativo ideal estaría alejado de subvenciones públicas y de ingresos publicitarios, manteniéndose sólo con donaciones de sus socios, sin embargo, este modelo puro aún no prueba ser 100% eficiente. Para ello, es indispensable un plan de sustentabilidad a mediano y largo plazo. Un estudio de la Fundación Knight de Periodismo para las Américas (octubre, 2011), identificó tres claves de éxito para el negocio del *nonprofit*:

1. Como los sitios están fundados en parte como reacción a la crisis de periódicos y otros medios tradicionales, lo harán mejor si establecen metas editoriales claras, en lugar de sólo remplazar aquéllos. Enganchar a una audiencia específica y demostrar utilidad social es la clave para atraer mayores apoyos.
2. Ya que estos medios descansan en financiamientos de fundaciones y donadores, lo mejor es diversificar fuentes de ingresos mediante la participación en campañas, eventos, patrocinios y publicidad selectiva.
3. Al estar en línea, estos medios pueden ahorrar en gastos de producción y distribución y enfocar la mayor parte de su presupuesto en lo editorial, a diferencia de los periódicos que normalmente dedican sólo el 10 o el 15% a las noticias. Pero aquí es necesario equilibrar la asignación de recursos y agregar tecnólogos, profesionales del desarrollo y especialistas, en lugar de contratar sólo a más reporteros y editores.

Sitios del Watchdog.org	Red American Independent News Network	Sitios del Statehouse News	Sitios individuales apoyados por múltiples donantes
Familia de sitios patrocinados por el Centro Franklin para la Integridad Pública y Gubernamental. Publican historias que tienden a ser más conservadoras.	Familia de sitios publicados por la red American Independent News Network. Publican historias que tienden a lo liberal.	Sitios que comparten contenidos pero operan independientemente y reciben fondos del Franklin Center y otros grupos de intelectuales.	Reciben fondos de varias organizaciones, algunas veces de fundaciones privadas. Operan independientemente.
Los sitios de Watchdog operan en 12 estados de los Estados Unidos.	Los Independent operan en 9 estados de los Estados Unidos.	11 sitios independientes de distintos estados de los Estados Unidos.	ProPublica TexasTribune CaliforniaWatch CT Mirror MinnPost

CUADRO 1. EJEMPLOS DE MEDIOS SIN ÁNIMO DE LUCRO EN ESTADOS UNIDOS

Fuente: Pew Resercher Center´s Project for excellence in Journalism.

La mayoría de los apoyos financieros del periodismo sin ánimo de lucro provienen de pequeñas y medianas fundaciones, así como de un número creciente de aportaciones individuales de quienes "quieren ver que el periodismo de profundidad sobreviva la crisis del modelo de negocio de los periódicos tradicionales". Los filántropos han comenzado a invertir en periodismo. Según la *Columbia Journalism Review*, "cerca de 143 millones de dólares han sido destinados por fundaciones a empresas de noticias entre 2005 y 2010, y más de la mitad han sido destinados a 12 organizaciones de noticias orientadas a la investigación" (Ramonet, 2011, p. 83).

Por otra parte, como asegura Robert McClure (2010), del grupo *Investigate West*, se está explorando cada vez más el mercado de los dispositivos móviles (celulares, teléfonos inteligentes, tabletas), lo que "permite distribuir noticias a una audiencia más amplia de la que tradicionalmente han tenido los periódicos, los sitios web o los medios electrónicos".

Una clave más para el éxito y la supervivencia está en tender redes. Cerca de 50 centros de periodismo sin ánimo de lucro en Estados Unidos se han agrupado en la Investigative News Network. "Juntos estamos tratando de suplir las deficiencias mientras descubrimos cómo recrear un modelo de negocio que soporte el periodismo, que es el oxígeno de nuestra democracia. Esto es de lo que se trata en realidad: preservar las voces editoriales que pueden informar a los americanos y mantener los poderes que sean honestos" (2010), asegura McClure.

"En definitiva —concluye Espín—, el ruinoso estado del periodismo de masas es tal que estos nuevos proyectos sin ambiciones lucrativas son, con sus contradicciones, una alternativa esperanzadora para la salud de la profesión y para la gente corriente que necesita información de calidad" (2012). Los proyectos periodísticos sin ánimo de lucro sólo pueden esperar inversiones y, en

consecuencia, permanencia, si producen historias tangibles que impacten e, idealmente, cambien algo. En suma, el periodismo sustantivo, aunado a la colaboración y la transparencia, son los ingredientes indispensables de un modelo no lucrativo y periodístico sano.

Conclusión

No resulta sencillo encasillar en un solo término un modo de hacer periodismo; las propuestas del siglo XXI en su mayoría son transversales, de modo que caben en varias etiquetas al mismo tiempo (3.0, participativo, ciudadano, ciberperiodismo). No obstante, cabe insistir en que las tendencias en el ecosistema de medios actual recuperan modelos que no son nuevos, pero revisitándolos en el entorno de la Internet y consolidándolos a través de las tecnologías de información. Es en este sentido que se puede hablar hoy en día de un nuevo periodismo, aunque presenta aún grandes cuestiones por resolver como la supervivencia económica, el impacto social, la permanencia y la calidad.

Para que las propuestas —en su mayoría provenientes de otros países como Estados Unidos, España o Inglaterra— sean consideradas como tendencias prototípicas de periodismo del siglo XXI, deben responder a criterios básicos y fundamentales como: ofrecer contenidos novedosos mediante el uso de diversas herramientas tecnológicas de información; cumplir con un modelo comunicacional más horizontal e interactivo que el tradicional, según el cual el ciudadano participa en la generación de información e incide en el establecimiento de la agenda informativa; responder a las necesidades de profundización de la información, contextualización y análisis, así como aquéllas encuadradas en el marco de responsabilidad social de los medios, y; lograr un impacto social encaminado al cambio y la solución de problemas. Por último, con un nuevo modelo económico no basado en el lucro sino en el servicio público, lograr cierta permanencia y generar nuevos esfuerzos encaminados hacia las mismas metas.

De este modo, gracias a la hiper especialización y la convergencia se pueden rescatar el periodismo de servicio público y análisis, sin sacrificar el rigor deontológico, la exigencia profesional y, en consecuencia, su credibilidad. Al mismo tiempo, esto redunda en nuevos retos para el periodista, cuyo *expertise* es revalorado y puede volver a ser cotizado en el mercado gracias a la información *low cost* (artículos sobre pedido) o a las “granjas de contenido”, que reciben, publican —y pagan— colaboraciones de reporteros de todas partes del mundo y las colocan en los medios interesados en adquirirlas.

Finalmente, ante las dudas de los apocalípticos del periodismo del siglo XXI, vale recordar la ilustrativa metáfora que muestra Ignacio Ramonet en *La explosión del periodismo* (2011): Antes los

barcos transportaban gente entre los continentes, pero luego surgieron los aviones que lo hicieron de una forma más rápida y práctica. Lejos de desaparecer, los barcos comenzaron a transportar aquello que no podía ser trasladado en avión, como maquinaria o mercancía pesada y de grandes volúmenes… El periodismo, tal como hicieron los barcos con los aviones, puede coexistir con los medios digitales, porque aún tiene un servicio que ofrecer a los ciudadanos.

Referencias

Barnett, J. (26 de febrero de 2010). *The news good housekeeping seal: What makes a nonprofit outlet legit?* Harvard: Nieman Journalism Lab. Recuperado de: http://www.niemanlab.org/2010/02/the-news-good-housekeeping-seal-what-makes-a-nonprofit-outlet-legit/

Bowman, S. y Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Yale: University Press.

Cerezo, J. (2009). *La revolución de la prensa digital*. Madrid: EVOCA.

De Ugarte, D. (2007). Periodismo participativo: algunas claves. *El Amaule*. Recuperado de: http://www.elamaule.cl

Drew, J. (2010). *The New Investigators*. Nonprofits are breaking new ground. Can they sustain themselves? NY: Columbia Journalism Review.

Edmonds, R. (3 de noviembre de 2011). New Knight study identifies 3 surprising keys to nonprofit news business success. *Poynter.org*. Recuperado de: http://www.poynter.org

Espín, M. (14 de marzo de 2012). Periodismo sin ánimo de lucro: una esperanza a la crisis informativa. *EsPeriodismo.com*. Recuperado de: http://marcespin.com/2012/03/08/periodismo-sin-animo-de-lucro-una-esperanza-a-la-crisis-informativa/

Espiritusanto, O. y Gonzalo, P. (2011). *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel / Fundación Telefónica.

Gillmor, D. (2006). *We the media*. Estados Unidos: O´Reilly Media.

Holcomb, J.; Rosenstiel, T.; Mitchell, A.; et al. (2010). Non-Profit News: Assessing a New Landscape in Journalism. Pew Research Center´s Project for Excellence in Journalism. Recuperado de: http://www.journalism.org/sites/journalism.org/files/Non-profit%20news%20study%20FINAL.pdf

Knight Foundation. (18 de octubre de 2011). *Getting local: How Nonprofit News Ventures Seek Sustainability*. Texas: University.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003) *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País.

McClure, R. (24 de diciembre de 2010). How nonprofit journalism is changing the news ecosystem. *NBCNews.com*. Recuperado en http://openchanel.nbcnews.com.

Ramonet, I. (2011) *La explosión del periodismo*. De los medios de masas a la masa de medios. Madrid: Clave Intelectual.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes: La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa.

Rheingold, H. (2011). Periodismo ciudadano: ¿por qué las democracias deberían depender de él?, y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente? *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel / Fundación Telefónica.

Sánchez, J. (2012). Reporterismo multimedia y periodismo participado. *El futuro del periodismo*. Madrid: Evoca.

Se Buscan Periodistas. *Modelo de periodismo de SBP*. Recuperado de: http://sebuscanperiodistas.com/index.php/modelo-de-periodismo-de-sbp/

Serrano, P. (2010). *El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Icaria.

Tapscott, D. (2008). Net Geners Relate to News in New Ways. *The search for true North: New directions in a new territory*. Harvard: Nieman Reportsm, 62 (4) Winter.

Varela, J. (2005). Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información, Telos. Recuperado de: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=7&rev=65.htm

Anonymous Screech:
Protecting anonymous expression and reputation in a digital age

ABSTRACT
The fantastic growth of the web and of digital discursive spaces, including those offered in and by social media, has exacerbated a problem long wrestled with by the courts even in the analog pre-web era – anonymous defamation[1]. U.S. courts are faced with the difficult, sometimes seemingly impossible task of balancing the right to a good name on the one hand against a speaker's First Amendment right to anonymous expression, even that which defames, on the other, in and with a medium that enables and encourages cheaply, even freely published, globally distributed, cached, and searchable expression. [2]

KEYWORDS
Anonymous expression, reputation, digital discursive spaces

Brian Carroll, Ph.D
Associate Professor of Communication
and Director of the Honors Program
Berry College
Mount Berry, Georgia

Email: bc@berry.edu OR bc@unc.edu
Phone: 706.368.6944

Mail: Box 299, LAU 100
Berry College
Mount Berry, GA 30149-0299

Bluebook style, 19th edition

The author would like to thank readers Brian R. Bojo, Bob Frank, P. Blake Keating, Bill Reader, and Kathy Richardson. He would also like to thank Duke University's Project for Civic Discourse & the Public Sphere, for funding to conduct the research, and Berry College, for institutional support.

1 For a discussion of the range of problems that the Internet has raised, see Anita B. Frohlich, *Copyright Infringement in the Internet Age: Primetime for Harmonized Conflict of Law Rules?* 24 BERKLEY TECH. L.J. 51 (2009); Ashley Packard, *Wired But Mired: Legal System Inconsistencies Puzzle International Internet Publishers*, 1 J. INT'L MEDIA & ENT. LAW 57 (2007); and Peter P. Swire, *Elephants and Mice Revisited: Law and Choice of Law on the Internet*, 153 U. PA. L. REV. 1975 (2005).

2 In this article, anonymous expression refers both to the truly anonymous – expression identified by no name or person, and as a subset of anonymity, pseudonymity, or expression identified by name, but not the legal name of the author.

A legitimate state interest exists in the compensation of individuals for the harm done to them by defamatory and false statements, but in making it too easy for plaintiffs to force the discovery of anonymous speakers' identities, the state could unnecessarily, perhaps even unconstitutionally chill online expression. In John Doe defamation suits, therefore, courts are asked to weigh plaintiffs' rights to seek redress for damaging, false expression against defendants' rights to anonymously speak or publish. To do this, the courts need a national standard, which requires determining under what circumstances to grant a motion or subpoena to force disclosure of the anonymous defendant(s). This article proposes just such a standard for U.S. courts, hoping to contribute clarity and consistency in an area of the law that lacks both. In order to do this, this article also provides important historical context for a type of expression in the United States that pre-dates the country itself, a type that was instrumental in the country's own founding and organization.

Typically the first step in a defamation action against an anonymous speaker for expression posted or published online is to seek a subpoena on the defendant's Internet Service Provider (ISP) in order to obtain that speaker's identity. It is difficult for a plaintiff to sue, after all, unless he or she knows whom to accuse. By most of the standards issued mostly by district courts and intermediate state courts, once issued the subpoena an ISP then notifies the accused that his or her identity is being sought in order to give that defendant an opportunity to contest the subpoena.[1] Of course, if the speaker is anonymous or pseudonymous, notifying that person of the action can prove difficult. Conversely, it is impossible to defend against a subpoena to force disclosure if you have not been notified of the subpoena in the first place. As one author put it, if a subpoena becomes ex parte, "one of the defendant's most important defenses – his own vigorous advocacy – is eliminated."[2]

To help courts navigate the competing interests in such cases, this article proposes a single, relatively high national standard or balancing test, one that includes a separate and controversial First Amendment balancing factor.3 In doing so, this article seeks to offer guidance to courts

1 Different ISPs deal with subpoenas for the identity of anonymous speakers in different ways, usually in conformity to their own user agreements and privacy and use policies. See, e.g., Cohen v. Google, Inc., No. 100012/09, 2009 WL 2883410 (N.Y. Sup. Ct. Aug. 17, 2009), in which Google fought a subpoena on behalf of an anonymous blogger using its Blogger.com service. More recently, an ISP attempted to fend off a subpoena from a magistrate judge in Denver over critical comments posted to a company's Wikipedia page by disgruntled customers (See Clara Hogan, *Colorado case could affect online comment rights*, THE REPORTERS COMMITTEE FOR A FREE PRESS, June 7, 2011, available: http: http://www.rcfp.org/newsitems/index.php?i=11906, accessed June 9, 2011).

2 Nathaniel Gleicher, *John Doe Subpoenas: Toward a Consistent Legal Standard*, 118 Yale L. J. 320, 330 (2008).

3 For an example of such a test and fifth prong, see Independent Newspapers v. Zebulon J. Brodie, 407 Md. 415, 966 A.2d 432 (2009). The Court of Appeals of Maryland, one of the few appellate courts to develop such a test, included in its opinion a detailed analysis of most of the previous attempts by courts to balance the two rights or interests. The opinion offers one of the most comprehensive discussions of these earlier and competing tests available. Two media scholars have called the opinion "exhaustive" (Ashley I. Kissinger and Katharine Larsen, *Untangling the Legal Labyrinth: Protections for Anonymous Speech*, 13 J. of Internet L. 9, 19 (March 2010).

addressing similar matters and to magistrate judges who are often the front line of defense for the First Amendment in these cases and yet who often are ignorant of the law in this area.[4] In articulating and arguing for a high standard, this article builds on, expands, and updates the work of Jonathan D. Jones and, separately, Robert D. Richards. In his 2009 article, "Cybersmears and John Doe: How Far Should First Amendment Protection of Anonymous Internet Speakers Extend?" Jones concluded that the presumption in the law should be in favor of preserving anonymity and "should only be overcome when the harm to the plaintiff in not unveiling the anonymous speaker far outweighs the harm done to the speaker by revealing her identity."[5] Richards similarly argued that a heightened standard "provides a balance of First Amendment interests and helps to ensure fairness for parties and potential parties."[6]

In proposing a single standard or test, this article also examines imbalances created by, among other things, ISP immunity granted by § 230 of the Communication Decency Act, public figure-private citizen plaintiff distinctions, and the lack of uniformity among state-level anti-SLAPP statutes.[7] This article also argues against a takedown notice for online defamation similar to that legislated as part of the Digital Millennium Copyright Act[8] and against criminalizing online defamation, which is seen as here as incompatible with the First Amendment and inconsistent with precedent over the past fifty years. This article also joins several news media organizations, including the Reporters Committee for Freedom of the Press, in calling for adoption of procedural safeguards to protect the identities of anonymous speakers online.[9]

---

4 In the Denver case cited previously (supra note 3), a magistrate judge "admitted to not being aware of 'a substantial body of law in other jurisdictions addressing First Amendment concerns and the issuance of John Doe subpoenas like those requested here" (supra note 3). Similarly, a magistrate judge in Polk County, Ga. reflexively granted subpoenas in a case in which the local sheriff sought to unmask critics on several discussion boards (See Melody Dareing, *Topix CEO angry over Polk subpoenas seeking IDs*, THE CEDARTOWN STANDARD [Nov. 27, 2010], available: http://www.romenews-tribune.com/view/full_story/10458881/article-Topix-CEO-angry-over-Polk-subpoenas-seeking-IDs?; visited Dec. 2, 2010).

5 Jonathan D. Jones, *Cybersmears and John Doe: How Far Should First Amendment Protection of Anonymous Internet Speakers Extend?*, 7 First Amend. L. Rev. 421, 442 (Spring 2009).

6 Robert D. Richards, *Sex, Lies, and the Internet: Balancing First Amendment Interests, Reputational Harm, and Privacy in the Age of Blogs and Social Networking Sites*, 8 First Amend. L. Rev. 176, 200-01 (Fall 2009).

7 Anti-SLAPP laws are an attempt to combat strategic lawsuits against public participation (SLAPP) lawsuits that seeks to silence a critic through litigation or with the threat of litigation.

8 Digital Performance Right in Sound Recordings Act of 1995, Pub. L. No. 104-39 (Nov. 1, 1995)

9 *Media groups urge court to protect anonymous speech*, REPORTERS COMMITTEE FOR FREEDOM OF THE PRESS, March 27, 2009, http://www.rcfp.org/newsitems/index.php?i=10674, visited Nov. 5, 2010. For more on the DMCA take-down policy, see Batzel v. Smith, 333 F.3d, at 1031 n.19. (9th Cir. 2003).

Importance of the question

The question examined here is significant, even urgent. In light of an overall erosion of civility in online spaces that allow anonymity, newspapers throughout the country are re-considering their online reader comment policies, with some finding themselves in legal jeopardy because of those policies. As one newspaper editor put it, newspapers online are attempting to balance free speech with the "poisonous" reality of "cruel, rage-filled, racist" comments "brimming with words you wouldn't want your mother to hear you utter."[10] In another example of this devil's bargain, the *Salt Lake Tribune* in Salt Lake City decided to allow readers to individually turn off comments, among other changes designed to "tighten up monitoring" of all online comments. The changes came in October 2011 came in response to what the newspaper's publisher called "vile, crude, insensitive, and vicious postings."[11] The newspaper's decision came after "a thorough review of online comments" and a months-long investigation by a team of its editorial staff.[12] Exactly a year prior, National Public Radio announced that due to wild growth in the number of its reader posts online, NPR would outsource comment moderator duties for NPR.org.[13] Other news organizations are simply disallowing anonymity at all, utilizing sophisticated moderation systems, requiring real names, and in some cases even collecting credit card information for verification.[14]

---

10 *Our online comments policy is changing*, CHATTANOOGA TIMES-FREE PRESS, Jan. 1, 2012, A1. The newspaper explained changes to its online comments policy that included turning off comments on "fact-based articles, features or business stories, and accounts of sporting events."

11 Tim Fitzpatrick, *Tighter monitoring for online comments, or no comments if you want*, THE SALT LAKE CITY TRIBUNE, Oct. 31, 2011, available: http://www.sltrib.com/sltrib/news/52806057-78/comments-tribune-commenting-com.html.csp. See also Damon Kiesow, Portland Press Herald Drops Reader Comments in Response to 'Vicious Postings, PoynterOnline, October 20, 2010, available: http://www.poynter.org/column.asp?id=101&aid=192998, visited Nov. 1, 2010. The Portland Press suspended online comments for a few days after changing its moderation system, but it did not announce or otherwise make public what the changes were (see Damon Kiesow, Comments return to the Portland Press Herald, PoynterOnline, Oct. 21, 2010, available: http://www.poynter.org/column.asp?id=101&aid=193106, visited Nov. 11, 2010).

12 Tighter monitoring for online comments, or no comments if you want, The Salt Lake City Tribune, Oct. 31, 2011, available: http://www.sltrib.com/sltrib/news/52806057-78/comments-tribune-commenting-com.html.csp.

13 Andy Carvin, Getting a Little Help With NPR Comments, National Public Radio, October 12, 2010, available: http://www.npr.org/blogs/inside/2010/10/12/130513924/getting-a-little-help-with-npr-comments. The organization cited the overwhelming number of posts, "350,000 people registered to participate in the community, with as many as 3,000 comments posted on any given day."

14 The Grand Island (Neb.) Independent halted reader comments in 2009, bringing them back with a "real-name" policy and pre-publication approval (see Stephanie Romanski, The Triumphant Return of Commenting, StephanieRomanski.com, March 18, 2010, available: http://www.stephanieromanski.com/2010/03/the-triumphant-return-of-commenting/). Romanski is the newspaper's Web editor. In September 2010, KSL-TV Salt Lake City shut down its reader comment section (see Deseret Digital Media announces changes to comment boards at ksl.com, deseretnews.com, Sept. 17, 2010, available: http://www.deseretnews.com/article/700065814/Deseret-Digital-Media-announces-changes-to-comment-boards-at-kslcom-deseretnewscom.html. The Maui News removed reader comments in 2008 because of "continual name-calling, crude language, profanity, slander, threats and racism" (see Dear Readers, The Maui News, Sept. 23, 2008, available: http://mauinews.com/page/content.detail/id/508831.html). The Las Vegas Sun routinely removes anonymous comments from its site after 72 hours (see Rob Curley, Sun changes story commenting policy to foster responsible dialogue, Las Vegas Sun, Sept. 21, 2010, available: http://www.lasvegassun.com/news/2010/sep/21/story-commenting-policy/). The Attleboro (Mass.) Sun Chronicle suspended comments for three months in 2010, reinstated them in July but began requiring real names and credit card verification (see The Sun Chronicle restores commenting section to website, The Sun Chronicle, July 14, 2010, available: http://www.thesunchronicle.com/articles/2010/07/04/news/7630031.

The core constitutional protection for anonymous political speech is, therefore, being diluted, and from within the body politic.[15] This threat poses a great risk to civic discourse, because the right to speak anonymously derives in part from the belief that a vibrant marketplace of ideas requires that some speakers be allowed to withhold their identities in order to protect themselves from retribution, punishment, or worse.[16] This right also originates in the motive to direct attention to the ideas being expressed rather than on the person or people expressing them.[17] If all mankind were of the same opinion, "minus one," John Stuart Mill wrote, "mankind would be no more justified in silencing that one person, than he, if he had the power, would be justified in silencing mankind."[18] Justice John Paul Stevens supported this notion in his majority opinion in McIntyre v. Ohio Election Commission, declaring that anonymous speech allows the dissenting, the disenfranchised, and the disempowered to air their views while protecting them from retaliation and persecution.[19] In the majority opinion for the primary precedent case for the McIntyre ruling, Talley v. California (1960), Justice Hugo Black similarly wrote, "anonymity has sometimes been assumed for the most constructive purposes," and marginalized minority groups have been able to criticize the majority "either anonymously or not at all."[20] The First Amendment is designed to protect speech that harms, after all, or it cannot have any real purpose at all.[21]

Stevens's majority opinion in McIntyre also recognized the potential effect of anonymity on the credibility and value of the message, and the ability of reasonable people to evaluate that credibility for themselves. Stevens advised plaintiffs not to:

---

txt). And The New York Times launched a "moderation desk" in 2007 to review reader comments before posting (see Clark Hoyt, Civil Discourse, Meet the Internet, The New York Times, Nov. 4, 2007, available: http://www.nytimes.com/2007/11/04/opinion/04pubed.html). All URLs visited October 15, 2010.

15 For "core constitutional" protections for anonymous expression, see McIntyre v. Ohio Election Commission, 514 U.S. 334 (1995); Talley v. California, 362 U.S. 60 (1960).

16 The idea of a robust marketplace of ideas comes from John Stuart Mill in On Liberty, in which he argued that where everyone can advance any theory, no matter its merits, truth is more likely to emerge and the community as a whole will be better off than if that theory were censored (in Ronald Dworkin, A Matter of Principle 386 [1985]). For Chief Justice Oliver Wendell Holmes's introduction of the notion of a "marketplace of ideas," see Abrams v. United States, 250 U.S. 616 (1919); and Keyishian v. Board of Regents, 385 U.S. 589, 605-606 (1967). A district court in California recognized that "the free exchange of ideas on the Internet is driven in large part by the ability of Internet users to communicate anonymously" (Doe v. 2TheMart.com Inc., 140 F. Supp. 2d 1093-94 (W.D. Wash 2001)).

17 McIntyre v. Ohio Election Commission, 341-343, 357 (1995); Talley v. California, 64-65 (1960); Watchtower Bible & Tract Society v. Village of Stratton, 536 U.S. 150, 160, 166–167 (2002); and Buckley v. American Constitutional Law Foundation, Inc., 525 U.S. 182, 199–200 (1999).

18 John Stuart Mill, On Liberty 16 (1947), F&S Crofts "Crofts Classics" edition.

19 McIntyre v. Ohio Election Commission, 514 U.S. 341-43 (1995). Stevens also wrote (at 357) that anonymity provided a sort of "shield from the tyranny of the majority," quoting Mill in On Liberty (4-5).

20 Talley v. California, 362 U.S. 64, 65 (1960).

21 See Nicholas Wolfson, Hate Speech, Sex Speech, Free Speech 58 (1997).

> underestimate the common man. People are intelligent enough to evaluate the source of an anonymous writing. They can see it is anonymous. They know it is anonymous. They can evaluate its anonymity along with its message, as long as they are permitted, as they must be, to read that message. And then, once they have done so, it is for them to decide what is responsible, what is valuable, and what is truth.[22]

A New York court seemed to echo Stevens's sensibility last year in declaring that courts need to consider the "freewheeling, anything-goes" writing style that prevails online when evaluating Internet communications for defamation and libel.[23] The anonymity of the email that was cause for the action in that New York court "makes it more likely that a reasonable reader would view its assertions with some skepticism and tend to treat its contents as opinion rather than as fact," according to decision in the case.[24]

The urgency to adopt a national standard is signaled by the codification by the state of Virginia of a "good faith" standard or calculus for weighing the conflicting rights of a speaker against those of an allegedly injured party seeking redress through the courts, a codification that is the law of the state.[25] Virginia's good faith test places a lower burden on plaintiffs relative to other standards and, therefore, possibly makes it too easy to force discovery of a speaker's identity. It is argued here that a more rigorous standard with respect to forcing discovery is appropriate with respect to the First Amendment, and if applied consistently could eliminate or at least reduce the amount of variance in thresholds used throughout the country. Next door to Virginia, the District of Columbia Court of Appeals affirmed the importance of anonymous speech by giving it "robust protection" in ruling against the forced disclosure of an anonymous tipster.[26]

The current state of affairs

Anonymity in expression is regulated by a multitude of federal and state constitutional provisions, state and federal statutes, and state and federal court decisions. Just how broad a right one has to

---

22 McIntyre v. Ohio Election Commission, 514 U.S. 348, n. 11.

23 Emily Robertson, Context Important for Internet Libel Cases, Court Says, The Reporters Committee for a Free Press (May 23, 2011), available: http://www.rcfp.org/newsitems/index.php?i=11860, visited June 10, 2011. In the case, the New York Supreme Court Appellate Division held in *Sandals Resorts v. Google* that Google did not have to release email account information for an account holder who widely distributed anonymous email messages criticizing Sandals, an operator of luxury Caribbean resorts.

24 Id.

25 Va. Code Ann. § 8.01-407.1(A)(1)(a). The Virginia General Assembly passed law that requires the subpoenaing party to show either that "one or more communications that are or may be tortious or illegal have been made by the anonymous communicator, or that the party requesting the subpoena has a legitimate, good faith basis to contend that such party is the victim of conduct actionable in the jurisdiction where the suit was filed."

26 Haley Behre, D.C. court rules in favor of anonymous speech, The Reporters Committee for a Free Press, Jan. 18, 2012, available: http://www.rcfp.org/node/123987.

be anonymous in online spaces in the United States is unclear and unstable, and this right is being negotiated in realms outside the law.[27] Most courts faced with questions that involve a speaker's claimed right to anonymity cite the majority opinion in McIntyre v. Ohio Elections Commission, an opinion that interprets into the First Amendment the right to anonymous expression by finding the state of Ohio's interests in "preventing fraudulent and libelous statements" and in "providing the electorate with relevant information" insufficient to justify a ban on anonymous speech that was not narrowly tailored.[28] Stevens cited Talley v. California in affirming that "an author's decision to remain anonymous, like other decisions concerning omissions or additions to the content of a publication, is an aspect of the freedom of speech protected by the First Amendment."[29] While perhaps the most explicit of the Supreme Court cases on anonymous expression, this verbiage still leaves room for interpretation, and it can be seen to weaken somewhat the degree or level of First Amendment protection to which anonymous expression is entitled. Fortunately, lower courts have applied the precedent set in McIntyre to online expression by recognizing that speech on the Internet is entitled to full First Amendment protection, as the Supreme Court declared in Reno v. A.C.L.U. in 1997.[30] These courts have, therefore, generally sought to protect the identity of online speakers.[31]

This constitutional freedom protects even speech that is crass, offensive, insulting, or objectionable; in fact, it protects speech that is especially these things. "One man's vulgarity is another's lyric," wrote Justice John Marshall Harlan, in Cohen v. California.[32] The Court has made clear that

---

27 As examples, see two online services dedicated to helping individuals monitor their privacy and protect their reputations, Reputation Defender, available http://www.reputationdefender.com/, and Reputation Hawk, available http://www.reputationhawk.com/, a service that offers "Internet Reputation Management. Both visited Nov. 11, 2010.

28 McIntyre, 514 U.S. 348, n. 5.

29 McIntyre v. Ohio Election Commission, 514 U.S. 334, 342; Talley v. California, 362 U.S. 60 (1960). Emphasis added. The verbiage "an aspect" is intriguing in that it seemingly is less than categorical. This ambiguity combined with dissents from Thomas and Scalia, and with the open door for states to find "a compelling state interest," yield a lack of clarity on the breadth of First Amendment protection for anonymous expression. In Watchtower Bible and Tract Society of New York, Inc. v. Village of Stratton, 536 U.S. 150 (2002), the Court similarly found the expressed state interest in "protecting the privacy of the resident and the prevention of crime" unconvincing. And in Tattered Cover, Inc. v. City of Thornton, 44 P. 3d 1044, 1047 (Colo. 2002), Colorado's Supreme Court upheld a bookstore's refusal to surrender customer purchase data even though the book in question was a "how to" book on setting up a methamphetamine lab, demonstrating "the extent of judicial solicitude for the right to remain anonymous" (in A. Michael Froomkin, Anonymity and the Law in the United States, in Lessons from the Identity Trail: Anonymity, Privacy and Identity in a Networked Society 8 [2009]).

30 Reno v. ACLU, 521 U.S. 844, 870 (1997), which states that "Full First Amendment protection applies to speech on the Internet (844, 853, 870); Doe I v. Individuals (AutoAdmit.com), 561 F. Supp. 2d 249, 253–54 (D. Conn. 2008); Doe No. 1 v. Cahill, 884 A. 2d 451, 456 (Del. 2005). In Doe v. 2theMart.com, 140 F. Supp. 2d 1088, 1093 (W.D. Wash. 2001), the court ruled that the "right to speak anonymously extends to speech via the Internet. Internet anonymity facilitates the rich, diverse and far ranging exchange of ideas."

31 Dendrite Int'l, Inc. v. Doe No. 3, 775 A.2d 756, 771 (N.J. Super. Ct. App. Div. 2001); Immunodemics, Inc. v. Doe, 775 A.2d 773, 776 (N.J. Super. Ct. App. Div. 2001); Doe v. 2TheMart.Com, Inc., 140 F. Supp. 2d 1088, 1091 (W.D. Wash. 2001); America Online v. Anonymous Publicly Traded Co., 542 S.E.2d 377, at *5 (Va. 2001); Doe v. Cahill, 884 A.2d 451, 456 (Del. 2005).

32 Cohen v. California, 403 U.S. 15, 24-5 (1971).

through the First Amendment the United States has a "profound national commitment to the principle that debate on public issues should be uninhibited, robust, and wide open," and that because that debate is sometimes messy, some false speech must be protected in order to ensure that uninhibited debate.[33] In declaring that defamation can be eligible for First Amendment protection, the Court in New York Times v. Sullivan in 1964 negated a premise in Chaplinsky v. New Hampshire decided twenty-two years prior, that because defamation was not deemed a valuable aspect of or contributor to public debate, it could not be seen as being included under the First Amendment.[34]

The right to anonymous expression is not unlimited, however, and Stevens's terms, "an aspect of the freedom," hints at this. In Buckley v. Valeo, the Supreme Court seems to say that if a government regulation is narrowly tailored to advance a substantial state interest, political speech, including anonymous political speech, can be regulated.[35] One such legitimate state interest is compensating an individual for harm done to him or her by defamatory and false statements. As an old saying goes, "My right to swing my arm ends where your nose begins."[36] This limit on anonymous expression is the right to reputation, or in Van Vechten Veeder's words, that "one's good name" should be regarded and, therefore, protected by the law as any physical possession because that good name "gives to material possessions their value as sources of happiness."[37] John Adams articulated this same idea when he said that a man without "attachment to reputation, or honor, is undone."[38] Character is what a person is; reputation is "what he seems to be," and because it is the result of observation of conduct, it is reputation "alone that is vulnerable," Veeder wrote.[39]

Defamation torts protect reputation, or attempt to, by awarding damages to plaintiffs who successfully prove their claims – a crude justice at best, but one generally believed superior to dueling, the method antecedent to defamation tort law, one once regarded as a civilized and just way of

---

33 New York Times Co. v. Sullivan, 376 U.S. 254, 271-2 (1964); Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 323, 340-1 (1974).

34 Chaplinsky v. New Hampshire, 315 U.S. 568, 572 (1942).

35 Buckley v Valeo, 424 U.S. 1, 143 (1976).

36 Quoted in Debra Cassens Weiss, Satirical Law School Blog Leads to Harassment Probe Against Syracuse 2L, ABA Journal, October 20, 2010. Available: http://www.abajournal.com/news/article/satirical_law_school_blog_leads_to_harassment_probe_against_syracuse_2l. The article details an investigation at Syracuse University's law school into defamatory blog posts published to the pseudonymous Sucolitis blog.

37 Van Vechten Veeder, The History and Theory of the Law of Defamation, 4 Colum. L. Rev. 33 (1904).

38 Quoted in Joanne B. Freeman, Slander, Poison, Whispers, and Fame: Jefferson's 'Annas' and Political Gossip in the Early Republic, 15 J. of the Early Rep. 25, 31 (1995).

39 Veeder, supra note 37.

resolving disputes and restoring honor.[40] Until the late 1700s, in fact, dueling was viewed as nobler than seeking redress in the courts. U.S. tort law simply substitutes money for blood, which, perhaps from a critical perspective outside the realm of law, would seem awkward and even odd.[41] However, recompense in money could be seen as progress over the punishment for defamation commonly exacted in the Middle Ages, which was to cut out the offender's tongue.[42]

Learning from the past

Certainly "new" or digital media have posed difficult questions for the law. Each new medium is invariably compared and analogized with the media that precede it, and this proved true with the Internet and its related technologies, media, and medium formats. With the telegraph, television, and radio, the courts had great difficulty retro-fitting each into the traditional defamation framework because these media's underlying technologies of these media were not yet fully understood. Court decisions became more consistent when the law's focus turned to the impact of the speech and away from the technical capacities of the medium through or by which that speech had been expressed.[43] Defamatory speech should not be protected in some instances "just because the defamer disseminated the message through one medium, but then not protected when the same speech is transmitted through a different medium," Melissa Troiano argued.[44] The medium through which the defamatory content is published should have little or nothing to do with the court's determination, and in proposing a national standard for compelled disclosure in anonymous defamation cases involving online expression, it is hoped consistency will result in the otherwise "frustrated tangle" of libel law, or some guidance in and through "the labyrinth for those seeking to clear their names."[45]

---

40 See Jennie C. Meade, The Duel, GW magazine (Fall 2005). Available: http://www.gwu.edu/~magazine/archive/2005_law_fall/docs/feat_duel.html, visited Oct. 8, 2010; Barbara Holland, Gentlemen's Blood: A History of Dueling (New York: Bloomsbury, 2003); Cynthia A. Kierner, Scandal at Bizarrre: Rumor and Reputation in Jefferson's America (New York: Palgrave Macmillan, 2004), in which the courts in 1792 were seen as a forum in which "Virginians could defend their most cherished assets – their property and their reputation . . . a rational alternative to the physical confrontations that nonetheless remained common in most Virginia communities" (43); Allison L. LaCroix, To Gain the Whole World and Lose His Own Soul, 35 Hofstra L. Rev. (2004); C. A. Harwell Wells, article, The End of the Affair? Anti-Dueling Laws and Social Norms in Antebellum America, 54 Vand. L. Rev. (2001); and David S. Parker, Law, Honor, and Impunity in Spanish America: The Debate Over Dueling, 1870-1920, 19 Law & Hist. Rev. (2001). According to Meade, Andrew Jackson perhaps engaged in more than a hundred duels before becoming president, killing at least one man.

41 Odd and also unpredictable, with tort law that is "filled with technicalities and traps for the unwary" (David Riesman, Democracy and Defamation: Fair Game and Fair Comment II, 42 Colum. L. Rev. 1282, 1285 [1942]. See also Rodney A. Smolla, Dun & Bradstreet, Hepps, and Liberty Lobby: A New Analytic Primer on the Future Course of Defamation, 75 Geo. L.J. 1519, 1525–45 (1987), in which the author outlines the constitutional requirements for different types of plaintiffs, defendants, and speech. In addition, some states have codified libel law and have added hurdles in their constitutions.

42 Rodney A. Smolla, The Law of Defamation § 1:2, at 1-4 (2010).

43 Laurence H. Eldredge, The Law of Defamation §13, at 81 (1978).

44 Melissa A. Troiano, The New Journalism? Why Traditional Defamation Laws Should Apply to Internet Blogs, 55 Amer. U. L. Rev. 1465 2006).

45 Laurence H. Tribe, American Constitutional Law 865 (1988).

Anonymous expression, including that appearing in "[a]nonymous pamphlets, leaflets, brochures and even books," has long played "an important role in the progress of mankind," in the words of the Supreme Court in Talley v. California, a tradition that parties seeking disclosure must overcome. The high court recognized this tradition again in 1995:

> Under our Constitution, anonymous pamphleteering is not a pernicious, fraudulent practice, but an honorable tradition of advocacy and of dissent. Anonymity is a shield from the tyranny of the majority. It thus exemplifies the purpose behind the Bill of Rights, and of the First Amendment in particular: to protect unpopular individuals from retaliation – and their ideas from suppression – at the hand of an intolerant society. The right to remain anonymous may be abused when it shields fraudulent conduct. But political speech by its nature will sometimes have unpalatable consequences, and, in general, our society accords greater weight to the value of free speech than to the dangers of its misuse.[46]

Between 1789 and 1809, six presidents, fifteen cabinet members, twenty senators, and thirty-four congressmen published anonymous political writings and/or used pen names, including James Madison, Alexander Hamilton, and John Jay, who each famously published the Federalist Papers under the name Publius.[47] Thomas Paine first published Common Sense under the pseudonym, "an Englishman," while John Adams chose the unlikely alias of Humphrey Ploughjogger with which to write "everyman" columns for the Boston Evening-Post.[48] A lion of pseudonymity, Benjamin Franklin is believed to have used more than forty different names or bylines other than his own during his long and illustrious publishing life.[49]

A long and misunderstood tradition of anonymously and pseudonymously written novels is part of this tradition, as well. Anonymous authorship was an almost global practice.[50] Mark Twain, O. Henry, Voltaire, George Eliot, and George Sand all are pseudonyms. Jane Austen and Daniel Defoe frequently published anonymously, albeit for different reasons, while Charles Lutwidge Dodgson

---

46 McIntyre v. Ohio Election Commission, 514 U.S. 334, 357 (1995).

47 "Publius" was a tribute to an ancient ruler of Rome, Publius Valerius Publicola, and roughly translated means "friend of the people." Albert Furtwangler, The Authority of Publius: A Reading of the Federalist Papers 51 (1984). Madison also anonymously wrote 18 articles for Philip Freneau's National Gazette, articles that comprehensively criticized George Washington's administration (Eric Burns, Infamous Scribblers 281 [2006]).

48 Burns, 353.

49 Robert Ellis Smith, Ben Franklin's Web Site: Privacy and Curiosity from Plymouth Rock to the Internet 41-43 (2000).

50 As one scholar of English literature explained, the motivations for publishing anonymously included "aristocratic or gendered reticence, religious self-effacement, anxiety over public exposure, fear of prosecution, hope of an unprejudiced reception, and the desire to deceive" (Robert J. Griffin, Introduction, The Faces of Anonymity: Anonymous and Pseudonymous Publications from the Sixteenth to the Nineteenth Century 7 [2010]. Often the author, with no copyright or claim to the fate of the writing, simply had no say in the matter; publishers decided what went on their books' title pages. Griffin's work shows that anonymity was for several centuries a dominant form, even the norm, of print culture, not an aberrant or eccentric way to write and to publish.

thought he could sell more books under the pen name Lewis Carroll.[51] One scholar estimated that more than 80 percent of all novels published in England during the period 1750-1790 were published either anonymously or pseudonymously, though this percentage dropped to 62 percent during the 1790s, the number rose again to almost 80 percent by the 1820s.[52] Elsewhere in Europe, many members of the Italian and German academies of the early 1700s adopted "fanciful names" on a whim, much in the same way as they would don costumes for the many masquerade balls of the period.[53] Other authors writing about religion, politics, or theology during this time routinely sought refuge in anonymity, while two hundred years later, writers and artists in Paris agreed to publish anonymously in order to emphasize "the art as an ideal [and] not the ego."[54]

Anonymous writing also has a storied history in journalism, and throughout the world. Anonymous letters to the editor were common in local newspapers in early America in the late 1700s and regularly appeared in newspapers well into the 20th century. The New York Times published unsigned letters into the 1930s, and the Chicago Tribune and Los Angeles Times ran them as late as the 1960s.[55] The Economist magazine continues to eschew bylines to avoid journalists' egos from interfering with the telling of the story.[56] This tradition continues in digital media, where, according to one survey in 2006, 55 percent of bloggers used pseudonyms.[57] Bibliographies of pseudonymous journalism have been published for Italy (Guida Della Stampa Periodica Italiana), the Philippines (El Periodismo Filipino), Sweden (Sveriges Periodiska Litterature), the Netherlands (Register op de Jaargangen 1-50 van de Nieuwe Gids), Austria (Die Hebraische Publizistik in Wien), France, and the United States, among other nations and people groups.[58]

It is the tradition of these noble, long-standing practices of anonymous and pseudonymous journalism, literature, and political writing that plaintiffs can find difficult to overcome in attempting to force disclosure of an anonymous poster online. As Victoria Smith Ekstrand wrote, "the tales of the Founding Fathers and The Federalist Papers serve as a compelling narrative against which plaintiffs must wage a major uphill battle in any anonymous speech case. Such compelling historical

51 Lewis Carroll, Alice's Adventures in Wonderland & Through the Looking Glass, in an introduction by Keith Carabine 12 (1993) .

52 Griffin, 1, quoting James Raven.

53 Archer Taylor and Fredric J. Josher, The Bibliographical History of Anonyma and Pseudonyma 82 (1951).

54 Henry Hazlitt, The Cult of Anonymity, The Nation 36, October 1, 1930, 351.

55 Bill Reader, An Ethical 'Blind Spot': Problems of Anonymous Letters to the Editor, 20 J. of Mass Media Ethics 1, 65 (2005).

56 Kevin Roderick, Why the Economist Has No Bylines, LA Observed (July 13, 2003), http://www.laobserved.com/archive/2003/07/why_the_economi.php.

57 Amanda Lenhart & Susannah Fox, Bloggers: A Pursuit of the Internet's New Storytellers, Pew Internet Life & Project, July 19, 2006, http://www.pewinternet.org/~/media//Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf.pdf.

58 For more, see Taylor and Josher, supra note 53, at 172-174.

narratives will continue to be extraordinarily difficult for courts in anonymous online speech cases to ignore. After all, none of us is here without Publius."[59]

This hallowed place in American democracy and the many benefits of anonymity in expression add up to great freedom to speak.[60] Anonymous speakers can be unorthodox, eccentric, and experimental without risking damage to one's reputation. The absence of an author's name or byline can be important in the pure presentation of ideas, because anonymity removes reader biases or prejudices associated with any particular author, and because readers cannot rely on authorship cues, such as status markers or reputation, in interpreting and interacting with the message. Writing anonymously can eliminate or at least reduce the fear of retribution, such as being fired from one's job or social ostracism, a protection counted upon by many government and corporate whistleblowers.[61] Not knowing the name behind a work can even add to that writing's appeal or attraction, which is a function of what communication scholars attempt to explain with Uncertainty Reduction Theory.[62] Joe Klein, to "name" a prominent example, became a multi-millionaire in part because he wrote the political exposé Primary Colors anonymously in 1996. The fact-based novel's mysterious origins inspired readers to try to ferret out just who inside the Washington, D.C. beltway could have authored it.[63]

Internet speech: Public or private?

A challenge presented by much anonymous expression online is that it can be seen as having the qualities of both libel and slander, of both mass (or public) communication and interpersonal (or

59 Victoria Smith Ekstrand, Whither Anon? Of McIntyre, Mormons, Manifestness, and the Motivations for Speaking Anonymously Online, paper presented to the annual convention of the Association of Educators in Journalism and Mass Communication, St. Louis, Mo. (August 2011), 42.

60 For an excellent list of "rationales for anonymity," which includes a cataloging of many of the benefits of anonymity in expression, see Gary T. Marx, What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity, 15 The Information Society 99-112 (1999). This cataloging includes benefits and utilities such as: facilitating the flow of information; obtaining personal information for research; encouraging attention to the content of the message; encouraging reporting, information seeking, and self-help; obtaining a resource or encouraging action involving illegality; protecting donors or those taking controversial but socially useful action; protecting strategic economic interests; protecting one's time, space, and person; aiding judgments based on specified criteria; protecting reputation and assets; avoiding persecution; enhancing rituals, games, play, and celebrations; encouraging experimentation and risk-taking; and protecting personhood (102). Marx also identifies the rationales for identifiability, which are accountability; reputation; dues paying and just deserts; organizational appetites: bureaucratic eligibility; interaction mediated by space and time; longitudinal research; health and consumer protection; currency of friendship and intimacy; social orientation to strangers; and reciprocity (105).

61 For the necessity of anonymity in whistleblower cases, see Kevin Sack, Jury Quickly Acquits Nurse Who Anonymously Reported Doctor to Board, New York Times, Feb. 12, 2010, A20. A nurse in West Texas was charged with "misuse of official information," a felony, after alerting the state medical board that a doctor at her hospital was practicing unsafe medicine.

62 URT is rooted in the fundamental assumption that uncertainty can be unpleasant, explaining why individuals may seek to reduce it. For more, see Stephen A. Rains and Craig R. Scott, To Identify or Not to Identify: A Theoretical Model of Receiver Responses to Anonymous Communication, 17 Communication Theory 65 (2007).

63 Gaby Wood, Interview: True Colours, The Guardian Newspaper (August 6, 2006), http://www.guardian.co.uk/books/2006/aug/06/usa.shopping.

private) communication. Much of online expression, particularly communication in and through online social media, can be described as being fleeting or evanescent, as if it were spoken in conversation, a description that fits much of what takes place in or on Facebook, MySpace, and other online social networks. In practice, much of online expression does the work of interpersonal communication, and it has been extensively studied just this way by several disciplines. The medium or media through which it is expressed, however, is or are global and immediate, creating a permanent or at least more than fleeting or evanescent record of that otherwise ephemeral communication along the way. As one author put it, "one who falls victim to anonymous blogging has little ability to completely destroy the statements."[64]

To make concrete the difficulties in making this all-important distinction between public and private expression, it might be helpful to think about the kinds of expression that appear in online chat forums, online discussion boards, e-mail, and online gaming environments, many of which have explicitly social dimensions. Each of these can be regarded – and have been treated across disciplines of academic study – as interpersonal communications contexts.[65] Yet all of them utilize or otherwise depend on the Internet's web, which is treated by most disciplines as a mass medium or collection of mass media technologies, albeit a more interactive set of media than any previous mass medium.[66] This hybrid nature of much anonymous expression online presents unprecedented problems for the law. Historically, audiences for mass media have been regularly exposed to anonymous communication.[67] In more interpersonal contexts, source anonymity has traditionally been much less normative.[68] In short, we have less experience with anonymity in social contexts, but

64 S. Elizabeth Malloy, Bloggership: How blogs are transforming legal scholarship: Anonymous bloggers and defamation: Balancing interests on the Internet, 84 Wash. U. L. Rev. 1187 (2006).

65 For examples of the various disciplinary approaches, see T. Postmes and M. Lea, Social Processes and Group Decision Making: Anonymity in Group Decision Support Systems, 43 Ergonomics 1252-1274 (2000); M. M. Mostyn, The Need for Regulating Anonymous Remailers, 14 International Review of Law, Computers, & Technology 79-88 (2000); A. N. Joinson, Self-disclosure in Computer-Mediated Communication: The Role of Self- awareness and Visual Anonymity, 31 European Journal of Social Psychology 177-193 (2001); W. H. Dutton, The Social Impact of Emerging Telephone Services, 16 Telecommunications Policy 377-387 (1992); D. Antonioni, Designing an Effective 360-degree Appraisal Feedback Process, 25 Organizational Dynamics 24-38 (1996); D. Myers, Anonymity is Part of the Magic: Individual Manipulation of Computer-Mediated Contexts, 10 Qualitative Sociology, 251-266 (1987); R. A. Roffman, J. Picciano, L. Wickizer, M. Bolan and R. Ryan, Anonymous Enrollment in AIDS Prevention Telephone Group Counseling: Facilitating the Participation of Gay and Bisexual Men in Intervention and Research, 23 Journal of Social Service Research 5-22 (1998); and Julia T. Wood, Interpersonal Communication: Everyday Encounters (2010), in which the author states the because "many students today form and conduct relationships at least partially online, this edition of Interpersonal Communication: Everyday Encounters integrates research on online communication" (xi).

66 Again, as merely one example of hundreds of articles that similarly treat or define the web and even the entire Internet, of which the web is just one application, see Merrill Morris and Christine Ogan, The Internet as Mass Medium, 46 Journal of Communication 1, 39-50 (1996).

67 See K. T. Wulfemeyer, How and Why Anonymous Attribution is Used by Time and Newsweek, 62 Journalism Quarterly 81-86 (1985); and K. T. Wulfemeyer and L. L. McFadden, Anonymous Attribution in Network News, 63 Jour. Quart. 468-473 (1986).

68 Stephen A. Rains and Craig R. Scott, To Identify or Not to Identify: A Theoretical Model of Receiver Responses to Anonymous Communication, 17 Comm. Theory 77 (2007).

with the explosive popularity of online social media such as Facebook and Twitter, we are rapidly getting a great deal more.[69]

This blending of the qualities that historically have defined public and private expression serves to form a sort of fractal in tort law, or a sort of hyperbolic geometric folding in on itself, to borrow a description from rubbersheet geometry.[70] What the law does with anonymous speech online, therefore, is important if for no other reason than the implications for allowing or limiting the state in regulating private discourse and conversation, categories or kinds of expression that are essential to the democratic process. People form attitudes toward the issues important to them in largely private or interpersonal conversation, even gossip. Allowing the state to regulate and, therefore, censor private speech, even under the guise of chilling the infliction of emotional harm, could reduce speech "to irrelevance and blandness."[71]

It is artificial to separate public from private, mass from interpersonal, and more than that, it invites momentous intrusions by the state. If private, social conversation online puts people at risk, which in defamation law it does, little more than the relative litigation-averseness of and expense to would-be plaintiffs could be all that protects many speakers. This blended nature of online discourse presents all sorts of problems for the courts, not least of which is how to distinguish between publication of something of public interest or concern and the public disclosure of otherwise private facts, which tort law deals with as an invasion of privacy (intrusion upon seclusion).[72] Historically, for one's message to travel beyond its physical hearers, that message's speaker had to publish via a one-to-many, or mass, medium. As Lauren Gelman reasoned, the Internet changed this in enabling any speaker to communicate anything to the world, and to do so anonymously.[73] In a sense, this removed to some extent the evaluation of what is newsworthy from traditional media gatekeepers

---

69 Lauren Gelman anticipates this in her article, Privacy, Free Speech, and 'Blurry-edged Social Networks, 50 B.C. L. Rev. 5, 1315 (2009). These "blurry edges" raise the question about why people publish to the whole world via the Internet when what they post often is intended only for a few, a question beyond the scope of this article. See also A. G. Sulzberger, In Small Towns, Gossip Moves To the Web, and Turns Vicious, New York Times, A1 (September 20, 2011).

70 A fractal is a geometric object between dimensions. Any figure drawn on a rubber sheet and stretched, usually hypothetically, is considered topologically unchanged. A Menger sponge, for example, is a cube-shaped geometric that is more than two dimensions but not quite three, with an infinite surface area but no volume. See Edward B. Burger and Michael Starbird, The Heart of Mathematics: An Invitation to Effective Thinking 360, 472-3 (2010).

71 Wolfson, supra note 21 at 61.

72 Restatement (Second) of Torts § 652D cmt. b (2009). For a classic examples of this difficulty, see Steinbuch v. Cutler, 518 F.3d 580, 586 (8th Cir. 2008); and Multimedia WMAZ, Inc. v. Kubach, 443 S.E.2d 491 (Ga. Ct. App. 1994). The court in Doe I v. Individuals, Whose True Names Are
Unknown, No. 3:07-CV-909 (D. Conn. filed Nov. 8, 2007), a case known as AutoAdmit.com, is one of the few rulings in John Doe subpoena cases to consider the expectation of privacy in its standard or test for disclosure. Two others are Mobilisa, Inc. v. Doe 1, 170 P.3d 720-21 (Ariz. Ct. App. 2007); and Best Western Int'l, Inc. v. Doe, No. CV-06-1537-PHX-DGC, 2006 WL 2091695, at *5 (D. Ariz. July 25, 2006).

73 Gelman, supra note 69 at 1335.

and gave the determination to the lone blogger, poster, e-mailer, or Facebook user.[74] The social and even civic benefits of this are unprecedented, but so are the legal questions these distribution methods raise.[75]

There is perhaps no better example of the geometric folding in on itself of essentially private communication distributed via a global publishing medium than the 2004 case study involving Jessica Cutler, a 24-year-old Senate staff assistant in Washington, D.C., who blogged about her sex life pseudonymously as "The Washingtonienne."[76] Cutler said she created her blog to keep a few of her friends up to date on her adventures in D.C., but she eschewed a password-protected firewall because she said she thought "it would be too much trouble" for her friends.[77] Cutler was engaging in essentially gossip meant for only a few friends, but her salacious accounts were published on a medium with global reach. Once published, Cutler's blog posts, which included detailed accounts of her sexual encounters, including those with co-workers and at least one married man, were available online to anyone in the world with an Internet connection, and they immediately were archived in multiple locations and, therefore, became searchable and quasi-permanent.

After several posts describing "nasty sex" with a co-worker named Robert, a sex partner who she said had "a nice ass" and was "into spanking," Cutler's blog was picked up by Wonkette, one of the more highly trafficked blogs at the time.[78] The Washingtonienne blog subsequently went viral; coverage by several major newspapers and cable TV news networks contributed to Cutler's newly found fame (or infamy).[79] Cutler didn't seem to mind, but Robert not surprisingly did; he filed a law-

---

74 For an overview of gatekeeping theory, see Dan Sullivan, Gatekeeping Theory, 86 Journalism & Mass Communication Quarterly 4, 941-42 (Winter 2009); or Pamela Shoemaker, Gatekeeping (1991). For a specific application of gatekeeping theory, see, e.g., Dan Berkowitz, Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television News, 34 Journal of Broadcasting & Electronic Media 55-68 (Winter 1990); or Stephen D. Reese and Jane Ballinger, The Roots of a Sociology of News: Remembering Mr. Gates and Social Control in the Newsroom, 78 Journalism & Mass Communication Quarterly 641-58 (Winter 2001).

75 For a few of these benefits, see Mark A. Lemley & Lawrence Lessig, The End of End-to-End: Preserving the Architecture of the Internet in the Broadband Era, 48 UCLA L. Rev. 925, 932–33 (2001); Martin M. Redish & Kirk J. Kaludis, The Right of Expressive Access in First Amendment Theory: Redistributive Values and the Democratic Dilemma, 93 Nw. U. L. Rev. 1083, 1130–31 (1999); Kathleen M. Sullivan, First Amendment Intermediaries in the Age of Cyberspace, 45 UCLA L. Rev. 1653, 1670–73 (1998); Eugene Volokh, Cheap Speech and What It Will Do, 104 Yale L.J. 1805, 1834–38 (1995); Brian Carroll, Culture Clash: Journalism and the Communal Ethos of the Blogosphere, 1 Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs (Summer 2004), http://www.intotheblogosphere.org, visited Nov. 3, 2010; Brian Carroll and Katie Landry, Logging on and letting out: Using online social networks to grieve and to mourn, 30 Bulletin of Science, Technology & Society 341 (Fall 2010).

76 The blog is no longer active, but archived copies are available at Wonkette, http://wonkette.com/4162/the-lost-washingtonienne-wonkette-exclusive-etc-etc, visited Nov. 11, 2010.

77 April Witt, Blog Interrupted, Wash. Post Magazine W12 (August 15, 2004).

78 "Washingtonienne Speaks!! Wonkette Exclusive! Must Credit Wonkette!! The Washingtonienne Interview!!" Wonkette (May 21, 2004), available: http://www.wonkette.com/politics/media/washingtonienne-speaks-wonkette-exclusive-must-credit-wonkette-the-washingtonienne-interview-9693.php, visited Nov. 11, 2010.

79 Daniel Solove, The Future of Reputation: gossip, rumor, and privacy on the Internet 53 (2007).

suit against Cutler in May 2005 for "invasion of privacy for public revelation of private facts."[80] Robert presumably could not file for defamation because he did not contest the accuracy of Cutler's descriptions and accounts of his sexual preferences and proclivities.[81]

Possible solutions to the problem

Because anonymous expression is so valued in American democracy, solutions must be found to the problems it creates with respect to defamation. Possibilities include a statutory response, such as § 230 of the Communications Decency Act (CDA) that immunizes ISPs against libel claims[82]; clarity from the Supreme Court, which has yet to specifically address online anonymous defamation; decisions and determinations by federal courts, including the many John Doe disclosure tests they have promulgated; self-regulation by publishers, ISPs, and distributors; and ethical conduct by the online anonymous speakers themselves.

Jason Miller pointed out the problem in proposing to Congress a legislative response[83]: Legislators generally do not listen or attend to what professors and journal authors have to say, including law professors and law students. So scholars who recommend changes to § 230 or that Congress legislate a policy for anonymous expression similar to the DMCA's takedown notice are the functional equivalent of cries in the wilderness. Brian Kalt's celebrated failure to rouse Capitol Hill's attention to a loophole in the law that seemingly allows homicide in a national park dramatizes this congressional reluctance.[84]

Self-regulation by publishers, ISPs, and distributors is perhaps too much to hope for, as an October 2010 decision by NPR to outsource monitoring of the comment sections of its website underlines. The amount of anonymous expression, the sheer number of commenters online, demonstrates that Internet publishers are overwhelmed in and by online expression, including anonymous online

80 Robert Steinbuch v. Jessica Cutler, 8th Cir. U.S. (2005).

81 Ibid.

82 This "Good Samaritan" provision or safe harbor was legislated in response to the uncertainty created by two almost diametrically opposite rulings in cases involving assigning liability to ISPs or, more generally, providers of interactive computer services: Cubby, Inc. v. CompuServe, Inc., 776 F. Supp. 135 (S.D.N.Y. 1991) and Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Services Co., 1995 WL 323710 (N.Y. Sup. Ct. May 24, 2005). Congress was worried that the Stratton decision would "create a disincentive for ISPs to regulate obscene content on their sites, and concerned that the decision would have a chilling effect on Internet speech and growth" (Melissa A. Troiano, The New Journalism? Why Traditional Defamation Laws Should Apply to Internet Blogs, 55 Amer. U. L. Rev. 1455 [2006]).

83 Jason C. Miller, Who's Exposing John Doe? Distinguishing Between Public and Private Figure Plaintiffs in Subpoenas to ISPs in Anonymous Online Defamation Suits, 13 Journal of Technology Law & Policy 230 (2008). Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1365326Who's.

84 Brian C. Kalt, Tabloid Constitutionalism: How a Bill Doesn't Become a Law, G'town L. J. (2008). Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1136301. In Kalt's argument, a loophole exists because though Yellowstone National Park is governed by District Court for the District of Wyoming, parts of the park are also in Montana and Idaho. Because of Article III of the U.S. Constitution, which requires that criminal trials be held in the state where the crime is committed, a crime committed in Idaho could not be adjudicated (1972).

expression. In addition, § 230 of the CDA removes much of the incentive to conduct this sort of surveillance or self-regulation, stripping away as it does liability for actionable material posted by third parties as long as the ISP did not assist in the creation or development of the statement.[85]

Specifically, § 230 states that "no provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider."[86] The statute defines an "interactive computer service" as "any information service, system, or access software provider that provides or enables computer access by multiple users to a computer server."[87] In Zeran v. America Online, the Fourth Circuit determined that exercising traditional editing functions such as deciding whether to publish, withdraw, postpone, or alter content are not enough to transform an individual from a provider or user of an interactive computer service to an information content provider and, therefore, to surrender or otherwise become ineligible for immunity.[88] This ruling is a bit confusing given the statute's verbiage, which defines "information content provider" as "any person or entity that is responsible, in whole or in part, for the creation or development of information provided through the Internet or any other interactive computer service."[89] The CDA's § 230 seems to suggest, then, in contrast to common law, that an interactive computer service could select, publish or re-publish a defamatory statement made by a third party, then refuse to remove the statement even after learning that the statement is false.[90] The immunity available in the CDA, therefore, makes self-regulation implausible.

If the ethical practices of anonymous speakers online could be counted on to solve the problem of defamation, there would be no problem in balancing the two rights. Much of anonymous expression is not ethical, which is not to speak to its legality or illegality, but some of it does unlawfully defame, and the problem seems to be worsening. In late 2010, a Montana newspaper described its slow realization that civility in anonymous forums is simply unattainable. "We clung to the hope

---

85 Protection for Private Blocking and Screening of Offensive Material, 47 U.S.C. §230 (2003). Some case law indicates that ISPs will be deemed not liable even when and where they do take an active role in the creation of content through editorial control. See Zeran v. America Online, Inc., 29 F.3d 327 (4th Cir. 1997); Blumenthal v. Drudge, 992 F. Supp. 44 (D.D.C. 1998); Ben Ezra, Weinstein & Co. v. America Oline, Inc., 27 Med. L. Reptr. 1794 (D.N.M., Mar. 1, 1999), aff'd. 206 F.3d 980 (10th Cir.,Mar. 14, 2000), cert. denied, 531 U.S. 824 (Oct. 2, 2000); and Batzel v. Smith, 372 F.Supp.2d 546 (2005).

86 §230 (f)(2).

87 §230 (f)(2).

88 Zeran, 129 F.3d at 330. For more on the development of ISP immunity through §230's Good Samaritan provision, see Richards, supra note 8, a provision the author describes as "ripe for reform" (183).

89 §230 (f)(3), cited in Whitney Information Network, Inc. v. Xcentric Ventures, L.L.C., 199 F. App'x 738 (11th Cir. 2006), at 744.

90 Compare to the common law tort of defamation as articulated in the Restatement (Second) of Torts § 558 (1977), which provides a legal remedy to those injured by false statements that damage their reputation or good name.

that civility would win out — that the verbal vandals who inhabit anonymous forums would get tired of lobbing invective grenades and eventually contribute a useful thought," wrote online specialist and reporter Donna Evaro and co-managing editor Gary Moseman, both of the Great Falls Tribune. "But, disappointed, we give up."[91] The article cites an innocuous example, a story on tax policy that generated approximately 140 anonymous comments, half of which were deemed to have crossed the line into obscenity, libel, personal attacks, or otherwise irrelevant commentary.

The courts, too, are finding themselves increasingly busy with defamation claims and disclosure motions, making the problem of anonymous "screech," as one newspaper article described it, a growing one.[92] Between April 2009 and March 2010, approximately fifty libel cases involving anonymous bloggers had been added to the database of the Media Law Resource Center.[93] Scholars hoping to help in this area are left with the federal courts as their best option, as Jones has argued.[94] In navigating, analyzing, and adapting the competing discovery tests that have been generated by these courts, this article, therefore, seeks to aid development of a national standard via the adoption of a Dendrite-type test, which was most carefully constructed, slightly modified, and persuasively explained in a subsequent case, Independent Newspapers v. Zebulon J. Brodie, one of the very few appellate courts to consider the issue.[95]

A single, coherent national standard

As of early 2012, more than twenty courts had issued disclosure tests or otherwise outlined criteria to determine when and under what circumstances to compel the discovery of an online anonymous poster or speaker in a defamation action. Because these tests have come almost exclusively from state and federal district courts, there is variety in what they require, in particular how strong a case a plaintiff should have to demonstrate before a court will issue a disclosure subpoena, which is "the critical element in each of the tests articulated by the courts."[96]

---

91 Tribune aims to make forums, comments, welcoming to all, Great Falls Tribune, Dec. 26, 2010, available http://www.greatfallstribune.com/article/20101226/OPINION/12260311/Tribune-aims-to-make-its-forums-comments-welcoming-to-all, visited Jan. 1, 2011.

92 Mackenzie Carpenter, Free speech, privacy clash online: Anonymous bloggers and the websites that post their comments leading to lawsuits, Pittsburgh Post-Gazette, March 21, 2010, A10.

93 Id. The article documents the "increasing number of legal actions against bloggers and websites" on defamation and privacy questions. The Center reported 250 legal actions involving bloggers since 2004, according to the article.

94 Jones, supra note 7.

95 Independent Newspapers v. Zebulon J. Brodie, 407 Md. 415, 966 A.2d 432 (2009).

96 Kissinger and Larsen, Untangling the Legal Labyrinth, supra note 5 at 18.

The Appellate Division of the Superior Court of New Jersey was the first appellate court in the United States to propose such a balancing standard, with the Brodie court in Maryland being only the second. The New Jersey court did so by ruling on two cases on the same day in July 2001. In the first, Dendrite Int'l, Inc. v. Doe No. 3, the court proposed a test that upheld a trial court's requirement that the plaintiff, a developer of software for the pharmaceutical industry, attempt to notify the anonymous posters it wished to sue that they were the subjects of an application for discovery by at least posting a notice on the same Internet message board on which the potentially actionable content first appeared.[97] The court reasoned that the John Does should have a reasonable opportunity to file and serve opposition to the application. Virtually all of the various subpoena standards include this notice factor introduced by the Dendrite court, though how an anonymous speaker should be notified and how long he or she has to respond to the notice varies.[98]

In the second part of the Dendrite test, the appellate court ruled that the company was required to "identify and set forth the exact statements purportedly made by each anonymous poster" that the company deemed defamatory.[99] This level of specificity of evidence also is common in the various subpoena standards, presumably in order to prevent plaintiffs from using unfounded allegations as a cover, as well as to allow a defendant to examine and rebut the claims. The courts seem to agree that there is a need to balance the plaintiff's right to protect his or her reputation against the defendant's right to speak anonymously and, further, that a primary way to do this is to require an evidentiary showing on the merits of the plaintiff's claim and some demonstration of need for the identifying information in order to proceed with the action.[100]

Third, the Dendrite court stated that it would carefully review the case to see whether the plaintiff had established a prima facie case against each John Doe or, in other words, that present is a strong factual case that supports a legally reasonable claim. The Dendrite court required that the plaintiff "produce sufficient evidence supporting each cause of action."[101] Finding that Dendrite had failed to make a prima facie case because it could not demonstrate a connection between the allegedly defamatory posts and a drop in its stock price, the subpoena was quashed and the case

97 Dendrite Int'l, Inc. v. Doe No. 3, 342 N.J. Super. 134 (App. Div. 2001).

98 Decisions with this criterion include AutoAdmit.com, 561 F. Supp. 2d at 254; Seescandy.com, 185 F.R.D. at 579; Mobilisa, 170 P.3d at 721; Krinsky, 72 Cal. Rptr. 3d at 244; Cahill, 884 A.2d at 460–61; Solers, 977 A.2d at 954: Brodie, 966 A.2d at 457; Dendrite, 775 A.2d at 760; Quixtar, 566 F. Supp. 2d at 1212–13, 1216–17; Best Western Int'l, 2006 WL 2091695, at *6; and Greenbaum, 845 N.Y.S.2d at 698. Two decisions notably do not include this: 2TheMart.com, 140 F. Supp. 2d at 1095; and AOL, 52 Va. Cir. at 37.

99 Dendrite Int'l, Inc. v. Doe No. 3, at 4.

100 Sinclair, 596 F. Supp. 2d at 132, 134; Quixtar, 566 F. Supp. 2d at 1212–13, 1216; McMann, 460 F. Supp. 2d at 268; Best Western Int'l, 2006 WL 2091695, at 4–5; Highfields Capital, 385 F. Supp. 2d at 970; Alvis Coatings, Inc., 2004 WL 2904405, at 3; SPX Corp., 253 F. Supp. 2d at 978; Baxter, 2001 WL 34806203, at 12; Greenbaum, 845 N.Y.S.2d at 698–99; Reunion Indus., 80 Pa. D. & C.4th at 456; Polito, 78 Pa. D. & C.4th at 341–42; In re Does 1–10, 242 S.W.3d at 821; Seescandy.com, 185 F.R.D. at 579–80; Cahill, 884 A.2d at 459; Dendrite, 775 A.2d at 770–71; and Mobilisa, 170 P.3d at 720–21.

101 775 A.2d, at 756.

dismissed. In applying the standard to the facts of the case, the court found that Dendrite had failed to produce sufficient evidence for each element of its defamation claim because it had not produced evidence of harm resulting from the anonymous speaker's statements.[102]

This prima facie case factor explains in part why the Dendrite test has proven so durable even though Dendrite is one of the earlier decisions in this area of the law; most courts since 2007, with some notable exceptions, have adopted versions of this prima facie case standard or threshold in determining what level of burden to place on a plaintiff to appropriately protect against the chilling effect on anonymous Internet speech, and the Dendrite opinion has been extensively cited by courts in developing their own standards.[103] These subsequent thresholds have ranged from low to high, with the prima facie case standard placing a relatively high burden on the plaintiff. On the low end of the spectrum is the "good faith" test, which requires only that the plaintiff demonstrate "a legitimate, good faith basis to contend that it may be the victim of conduct actionable in the jurisdiction where the suit was filed."[104] In the middle are requirements to demonstrate that the claim can survive a motion to dismiss and another that the claim can withstand a motion for summary judgment, the latter being most often applied when the plaintiff is a public figure in order to avoid or stop trivial defamation lawsuits meant to primarily harass or unmask a critic.[105]

Finally, the most controversial of the test's criteria: the Dendrite court added a separate balancing factor, determining that the John Does' First Amendment right of anonymous free speech had to be balanced against Dendrite's claim that the disclosure of the defendants' identities was required, even after demonstrating a prima facie case, for the action to proceed.[106] The Dendrite court intro-

---

102 Id., at 763.

103 Some of the cases citing or otherwise noting the test promulgated in Dendrite include Doe I v. Individuals (AutoAdmit.com), 561 F. Supp. 2d 249, 254–56 (D. Conn. 2008); Mobilisa, Inc. v. Doe 1, Krinsky v. Doe 6, 72 Cal. Rptr. 3d 231, 244–45 (Ct. App. 2008); Doe No. 1 v. Cahill, 884 A.2d 451, 460–61 (Del. 2005); Solers, Inc. v. Doe, 977 A.2d 941, 954 (D.C. 2009); Independent Newspapers, Inc. v. Brodie, 966 A.2d 432, 457 (Md. 2009). Sinclair v. TubeSockTedD, 596 F. Supp. 2d 128, 132–34 (D.D.C. 2009); Quixtar Inc. v. Signature Management Team, LLC, 566 F. Supp. 2d 1205, 1216 (D. Nev. 2008); McMann v. Doe, 460 F. Supp. 2d 259, 266–68 (D. Mass. 2006); Best Western Int'l, Inc. v. Doe, No. CV-06-1537-PHX-DGC, 2006 WL 2091695, at 4–6 (D. Ariz. Jul. 25, 2006); Highfields Capital Management, L.P. v. Doe, 385 F. Supp. 2d 969, 970–71 (N.D. Cal. 2005); Alvis Coatings, Inc. v. Does 1 Through 10, No. 3L94 CV 374-H, 2004 WL 2904405, at 3–4 (W.D.N.C. Dec. 2, 2004); Greenbaum v. Google, Inc., 845 N.Y.S.2d 695, 698–99 (Sup. Ct. 2007); Reunion Industries, Inc. v. Doe 1, 80 Pa. D. & C.4th 449, 456 (Com. Pl. 2007); Klehr Harrison Harvey Branzburg & Ellers, LLP v. JPA Dev., Inc., No. 0425 March Term 2004, 2006 WL 37020, 8–9 (Pa. Com. Pl. Jan. 4, 2006); Polito v. AOL Time Warner Inc., 78 Pa. D. & C.4th 328, 341 (Com. Pl. 2004). For a comprehensive cataloging of these tests, see Matthew Mazzotta, Balancing Act: Finding Consensus on Standards for Unmasking Anonymous Internet Speakers, 51 B.C. L. Rev. 833 (2010), available at http://ssrn.com/abstract=1651917, visited Nov. 1, 2010.

104 In re Subpoena Duces Tecum to America Online, Inc., No. 40570, 2000 WL 1210372, 52 Va. Cir. 26, 37 (Cir. Ct. 2000). Also using a "good faith" standard was Doe v. 2TheMart.com Inc., 140 F. Supp. 2d 1088 (W.D. Wash. 2001).

105 For "motion to dismiss" standard, see Columbia Ins. Co. v. Seescandy.com, 185 F.R.D. 573 (N.D. Cal. 1999) (considering disclosure of an anonymous defendant in a trademark infringement claim); for "summary judgment," see Mobilisa, Inc. v. Doe 1, 170 P.3d 712 (Ariz. Ct. App. 2007) (considering a John Doe subpoena in a claim of trespass to chattels).

106 775 A.2d at 760.

duced this notion of an explicit balancing factor in a test or standard that as a whole is constructed also to balance the First Amendment rights of the anonymous speaker against the strength of the plaintiff's case and the need for disclosure to pursue that case.

The separate balancing factor has been rejected by some courts, though for different reasons. Others have simply avoided it altogether.[107] Some regard the additional step or balancing unnecessary and potentially confusing to the trial courts. One of the judges on the Brodie court, which adopted a test based on Dendrite, for example, concurred on the majority's decision and, in so doing, on the application of four of the five prongs or factors of the court's test, but he disagreed with the additional and discrete balancing test, calling it "unnecessary and needlessly complicated."[108] The balancing prong was unnecessary in the judge's view because requiring a plaintiff to make a prima facie showing was in itself the balancing. By adding a separate First Amendment balancing prong or factor, trial courts could determine that a plaintiff's cause of action for defamation should not go forward even though that plaintiff met, on a prima facie basis, all of the common law requirements, Judge Adkins argued. Furthermore, in granting the trial courts this discretion, the majority decision in Brodie failed to specify "how the interests that trial courts are to balance differ from the interests that are already balanced in developing the substantive law of defamation," Adkins wrote.[109]

This separate balancing prong was not controversial in Dendrite. In applying its own four-part test to the facts, the Dendrite court focused on the third prong, or on whether or not John Doe No. 3's statements were in fact defamatory. The lesson of Dendrite was that unless a defamed company can prove harm at the beginning of its case, the company will be unable to meet the Dendrite standard required to obtain the identities of anonymous Internet posters, which raises the question of why a plaintiff should have to prove harm even in the discovery phase, before a defendant has even been identified and, therefore, when harm is not (yet) a part of the claim.

In the second case decided that summer day in 2001, Immunomedics, Inc. v. Doe, the same New Jersey court held that when an employer can demonstrate that an employee has breached his or her employment agreement or duty of loyalty by posting messages on the Internet that reveal the employer's confidential and proprietary information, the Dendrite standard can be more easily met by essentially waiving the need to demonstrate harm.[110] The trial court declared that the employee had "contracted away her right of free speech" when she signed a confidentiality agreement with the biopharmaceuticals manufacturer and that "there is no right to anonymous speech that harms

107 Jones, supra note 7 at 428. One prominent example was Doe v. Cahill 884 A.2d 451.

108 Independent Newspapers, Inc. v. Brodie, 407 Md. 415, 966 A.2d 432 (Md. 2009), (Adkins, J., concurring opinion at 458).

109 Id., at 3.

110 Immunomedics, Inc. v. Doe, 342 N.J. Super. 160 (App. Div. 2001), http://caselaw.findlaw.com/nj-superior-court-appellate-division/1283697.html.

another."[111] The appellate court upheld this finding, then applied the Dendrite test, the standard the court had just adopted. Because Immunomedics had demonstrated that the poster was an employee and that the posts had breached her employment agreement, the disclosure of Jean Doe's identity was fully warranted, the court ruled. Furthermore, anonymous Internet posters under private contract "cannot hope to shield their identity and avoid punishment through invocation of the First Amendment," in the words of the opinion.[112]

Another popular but markedly different standard used by the courts emerged from Doe v. Cahill in 2005, when a Delaware court held that a summary judgment standard is "the appropriate test by which to strike the balance between a defamation plaintiff's right to protect his reputation and a defendant's right to exercise free speech anonymously."[113] The court used a two-part standard that required the plaintiff, a Smyrna, Delaware, councilman, to take reasonable efforts to notify the anonymous defendant, a local blogger, and also to present evidence sufficient enough to establish "a prima facie case for each element of the claim," a comparable burden on the plaintiff as that prescribed in Dendrite.[114] The Cahill court departed from Dendrite in two important ways. First, this court determined that public figure plaintiffs should not be required to provide evidence of "actual malice," at least in the discovery phase, arguing that knowing the identity of the blogger is necessary before such a showing could be made.[115] Second, the Cahill court deemed the separate, additional balancing step unnecessary because the "summary judgment test is itself the balance," a determination that, while not as dangerous to anonymous speakers as a "good faith" standard, still is "too easy on plaintiffs who wish to unmask anonymous commenters," as Jones argued.[116]

In deferring whether a public figure must meet a fault threshold of actual malice, the Cahill court made an important determination. In Times v. Sullivan, the Supreme Court significantly limited the defamation tort for public officials, requiring them to prove a fault level of actual malice to win a claim. Meeting this threshold of fault means proving or demonstrating that the person who made the defamatory, false statement either knew that that statement was untrue or behaved in such

---

111 Id.

112 Id.

113 John Doe v. Cahill, 884 A.2d 460 (Del. 2005).

114 Id. at 460-61.

115 Id. at 464. Some have argued that public figure plaintiffs bringing claims concerning public speech should have to produce evidence of actual malice (Ryan M. Martin, Comment, Freezing the Net: Rejecting a One-Size-Fits-All Standard for Unmasking Anonymous Internet Speakers in Defamation Lawsuits, 75 U. CIN. L. REV. 1243 (2007).

116 Cahill, 884 A.2d at 457. Jones, supra note 7 at 429.

a way as to show "reckless disregard of whether it was true or not," a reckless disregard for the truth.[117] Ten years after Times v. Sullivan, the Court imposed a similar limitation on "public figures," or people who have gained a general level of notoriety or have voluntarily taken a public role in a particular public controversy or issue.[118] Since the ruling in Gertz v. Welch in 1974, well-known people have had to prove that a speaker who makes a defamatory statement intentionally lied. Private figures, on the other hand, have needed to prove only that the speaker or publisher was "negligent" in producing false statements, because every individual should have the right to protect his or her good name, described by the Gertz court as "the essential dignity and worth of every human being."[119] The Cahill court could have asserted this same reasoning in this new area of the law, but instead sidestepped the question.

The Cahill court also reasoned that a victim of online speech criticism should be able to respond in the same forum in which the defamation appeared, and thereby "easily correct any misstatements or falsehoods, respond to character attacks, and generally set the record straight."[120] This is problematic, however, because there is little hope of reaching the same readers of the initial defamation, even on the same forum, especially given the ephemeral nature of most online expression. This type of retributive response is also likely to contribute to a tit-for-tat war of words, which is the opposite of what the common law is intended to accomplish.[121]

These early cases show variety in factors and in the burden of proof required of plaintiffs. As Matthew Mazzotta showed in his careful examination of ten representative tests, the trend in these standards is "towards requiring either prima facie evidence or summary judgment showings," the standards in Dendrite and Cahill, respectively, because courts are increasingly concerned that lower thresholds like good faith or motion to dismiss are too low and thus more likely to be misused.[122] The findings of Kissinger and Larsen support this description.[123] The courts seem generally

---

117 New York Times Co. v. Sullivan, 254, 280 (1964).

118 Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 342 (1974).

119 Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 341 (1974), quoting Rosenblatt v. Baer, 383 U.S. 75, 92 (1966) (Stewart, J. concurring).

120 John Doe v. Cahill, at 464.

121 Malloy, supra note 64 at 1192.

122 Matthew Mazzotta, supra note 103, 51 B. C. L. Rev. 833, 851-852. See also AutoAdmit.com, 561 F. Supp. 2d at 255–56; Mobilisa, 170 P.3d at 720; Krinsky, 72 Cal. Rptr. 3d at 244–45; Cahill, 884 A.2d at 457–60; Solers, 977 A. 2d at 952–54; Brodie, 966 A.2d at 456–57; Dendrite, 775 A.2d at 760, 769–71.

123 Kissinger and Larsen, supra note 5 at 24.

split on which threshold for evidentiary showing is more appropriate, prima facie evidence or likely survival of a motion for summary judgment. This article argues for the former as a higher burden of proof because, as a California court found in 2006, a "good faith" standard is too deferential to plaintiffs, while a summary judgment standard can be "unnecessary and potentially confusing."[124] In Krinsky v. Doe No. 6, the court defined prima facie evidence as a demonstration of a legally reasonable claim and a strong factual case absent contrary facts, rebuttals from the defendant(s), and affirmative defenses.[125]

The Brodie test

In Independent Newspapers v. Brodie (2009), a Maryland appellate court seemed to achieve the requisite balance between reputational concerns and free expression rights in promulgating a standard informed by those that preceded it.[126] A product of one of the Maryland court's "first opportunities to consider legal issues arising from an Internet communications context," the balancing test that was promulgated in the case flows from a few fundamental assumptions, legal facts, and traditions.[127] First, as the Brodie opinion states in its opening, "[i]ncluded within the panoply of protections that the First Amendment provides is the right of an individual to speak anonymously,"[128] recognizing that "the freedom to think as you will and to speak as you think' is a 'means indispensable to the discovery and spread of political truth.'"[129] Second, citing Reno v. ACLU, the Brodie court likened the Internet's web to "a vast library including millions of readily available and indexed publications," an analogy that compares expression online to expression in print rather than that spoken or even broadcast and a categorization that affords online expression the very highest levels of First Amendment protections.[130] The Brodie court noted that protections under the First

124 Krinsky v. Doe No. 6, 74 Cal. Rptr. 3d at 244 (2006).

125 Id., at 245, n. 14.

126 Independent Newspapers, Inc. v. Brodie, 407 Md. 415, 966 A.2d 432 (Md. 2009).

127 Id., 1-2.

128 Id., at 10, citing Watchtower Bible & Tract Soc. of N.Y., Inc. v. Vill. of Stratton, 536 U.S. 150, 166, 122 S. Ct. 2080, 2089, 153 L. Ed. 2d 205, 219 (2002); Buckley v. Am. Constitutional Law Found., Inc., 525 U.S. 182, 199-200, 119 S. Ct. 636, 646, 142 L. Ed. 2d 599, 614 (1999); McIntyre v. Ohio Elections Comm'n, 514 U.S. 334, 341-42, 115 S. Ct. 1511, 1516, 131 L. Ed. 2d 426, 436 (1995); Talley v. California, 362 U.S. 60, 64, 80 S. Ct. 536, 538, 4 L. Ed. 2d 559, 563 (1960).

129 407 Md. 415, 966 A.2d, at 9, citing Cohen v. California, 403 U.S. 15, 24, 91 S. Ct. 1780, 1787-1788, 29 L. Ed. 2d 284, 293 (1971) and quoting Whitney v. California, 274 U.S. 357, 375-377, 47 S. Ct. 641, 648-649, 71 L. Ed. 1095, 1105-1106 (1927) (Brandeis & Holmes, JJ., concurring), overruled by Brandenburg v. Ohio, 395 U.S. 444, 89 S. Ct. 1827, 23 L. Ed. The opinion then quotes Stevens's McIntyre opinion at length (McIntyre, 514 U.S. at 341-42, 115 S. Ct. at 1516, 131 L. Ed. 2d at 436).

130 I407 Md. 415, 966 A.2d, at 6, citing Reno v. ACLU, 521 U.S. 844, 852-53, 117 S. Ct. 2329, 2335, 138 L.Ed. 874, 885-86 (1997).

Amendment have been extended to the Internet in John Doe actions by various courts.[131]

The court recognized, however, that in a "confrontation between defamation law and the use of the World Wide Web,"[132] the right to anonymity is not absolute and "may be limited by defamation considerations," because "libelous utterances are not within the area of constitutionally protected speech," are not an "essential part of any exposition of ideas," and are "of such slight social value as a step to truth that any benefit that may be derived from them is clearly outweighed by the social interest in order and morality," to quote various parts of the opinion.[133] After carefully defining the relevant technical terms and technologies, and laying out the facts of the case, the Brodie court explicitly states that it did not grant appeal simply to evaluate the parties' claims, "but to provide guidance to the trial courts in defamation actions, when the disclosure of the identity of an anonymous Internet communicant is sought."[134]

The Brodie test recommends that in determining whether to force disclosure of a John Doe defendant, a court should (1) require the plaintiff to undertake efforts to notify the anonymous posters that they are the subject of a subpoena or application for an order of disclosure, including posting a message of notification of the identity discovery request on the message board; (2) withhold action to afford the anonymous posters a reasonable opportunity to file and serve opposition to the application; (3) require the plaintiff to identify and set forth the exact statements purportedly made by each anonymous poster alleged to constitute actionable speech; (4) determine whether the complaint has set forth a prima facie defamation action against the anonymous posters; and (5), if all else is satisfied, balance the anonymous poster's First Amendment right of free speech against the strength of the prima facie case presented by the plaintiff and the necessity for disclosure of the anonymous defendant's identity.[135]

After carefully reviewing the standards issued in Cahill, Dendrite, Columbia Insurance Co. v. Seescandy.com, Doe v. 2theMart.com, Mobilisa v. Doe, and Sony Music Entertainment v. Does 1-40, the Brodie court issued its own criteria for determining whether a plaintiff has established a prima facie case for defamation, requiring evidence (1) the defendant made a defamatory statement to a third

---

131 As evidence, the court cites several well known John Doe cases discussed or otherwise referenced in this article, including Sony Music Entm't Inc. v. Does 1-40, 326 F. Supp. 2d 556, 562 (S.D.N.Y. 2004); Doe v. 2TheMart.com, Inc., 140 F. Supp. 2d 1088, 1092 (W.D. Wash 2001); Cahill, 884 A.2d at 456; Dendrite Int'l, Inc. v. John Doe No. 3, 775 A.2d 756, 760-61 (N.J. Super. Ct. App. Div. 2001).

132 Id., at 6.

133 Id., at 14, citing Chaplinsky v. New Hampshire, 315 U.S. 568, 572, 62 S. Ct. 766, 769, 86 L. Ed. 1031, 1035 (1942).

134 966 A.2d 432 at 447.

135 Id., at 457.

person, (2) the defamatory statement is false, (3) the defendant has been shown to be legally at fault in making the statement, (4) the plaintiff has demonstrated that he or she has suffered harm. These criteria are consistent with the major libel case precedents for libel per se since Times v. Sullivan in 1964 and before, and they cite specifically the criteria from Offen v. Brenner (2007), a libel suit also decided by the Maryland Court of Appeals.[136] (For a claim of defamation per quod, the Brodie court recommends requiring that extrinsic facts be stated in the complaint to establish the defamatory character of the words or conduct.[137])

In requiring a prima facie showing, the Brodie test would seem to avoid either setting the threshold too low and, therefore, limiting or chilling free speech on the Internet. The Brodie court wisely eschews the lower "good faith basis" or "motion to dismiss" thresholds articulated in Doe v. 2the-Mart.com and Columbia Insurance v. Seescandy.com, respectively, as too lenient on plaintiffs and too restrictive of Internet expression. Only a few courts, in fact, have adopted the low "good faith" standard.[138] Justifying a higher threshold is the Internet's unprecedented capacity to foster a marketplace of ideas, where, in the words of the Brodie opinion, "boundaries for participation in public discourse melt away, and anyone with access to a computer can speak to an audience 'larger and more diverse than any of the Framers could have imagined.'"[139] This capacity, as well as others to "bypass commercial publishers and editors to transcend cultural and geographic barriers," and to forge consensus on issues of public concern, are not theoretical but practical, and in promoting public discourse they "must be guaranteed the protection of the First Amendment," the Brodie opinion persuasively argues.[140]

The Brodie balancing test also avoids setting the threshold too high by stopping short of requiring a showing of prima facie evidence for all elements of the plaintiff's claim, a standard that essentially requires that plaintiff to prove his or her case before even identifying whom he or she would be

136 Offen v. Brenner, 402 Md. at 198, 935 A.2d 719, 724 (2007).

137 The court cited M & S Furniture Sales Co., Inc. v. Edward J. De Bartolo Corp., 249 Md. 540, 544, 241 A.2d 126, 128 (1968) as precedent for this threshold. Libel per quod cases are rare because they involve a statement that is interpreted as non-harmful except when seen in a particular context, or that becomes libelous when something else, something not explicit in the statement, is added, typically by the plaintiff and typically something widely known, though not necessarily known to the speaker.

138 In addition to 2themart.com and Seescandy.com cases, see In re AOL, 52 Va. Cir. 26, 37 (Cir. Ct. 2000); and Klehr Harrison Harvey Branzburg & Ellers v. JPA Development **WL 37020 (2005)**, in which the circuit court allowed a Philadelphia law firm to learn the identities of anonymous authors posting defamatory material on various websites by relying on Pennsylvania Rule of Evidence 4011, which prohibits only discovery that is sought in "bad faith" or would cause "unreasonable annoyance, embarrassment, oppression, burden or expense to the deponent or any person or party" (at 16). All a plaintiff needed to demonstrate, in other words, was "good faith" in pursuing the claim (at 4). The Klehr decision points to the need for a national standard.

139 Independent Newspapers, Inc. v. Brodie, 407 Md. 415, 966 A.2d 432 (Md. 2009), at 45, citing Reno v. ACLU.

140 Id., paraphrasing and quoting Robert C. Post, The Constitutional Concept of Public Discourse: Outrageous Opinion, Democractic Deliberation, and Hustler Magazine v. Falwell, 103 Harv. L. Rev. 601, 634 (1990); and Lyrissa Barnett Lidsky, Silencing John Doe: Defamation & Disclosure in Cyberspace, 49 Duke L.J. 855, 893-95 & n. 204 (2000).

suing. Such a threshold would deprive the plaintiff of judgment as a matter of law. More generally, such a threshold would undermine personal accountability for what a person posts or publishes. The fifth prong of the Brodie test, a separate balancing factor, is critically important in allowing trial courts to consider the causes of action and "the verifiable need for the particular identifying information sought," to quote Mazzotta.[141] By applying this fifth prong and balancing the anonymous poster's First Amendment right of free speech against the strength of the prima facie case and the necessity for disclosure, the court can consider additional factors not specifically addressed by the test's other prongs. These additional factors include whether the statements in question are part of an issue or debate of public concern, which would favor non-disclosure, or of a purely private nature; whether the statements could be considered expression for the purposes of whistleblowing; whether the scope of the unmasking request is too broad; and whether the plaintiff seeking disclosure is a public official, public figure, or private individual.

The balancing step also would enable courts to consider the speaker's expectation of privacy, and the potential consequences of a discover order to the speaker and others similarly situated.[142] In the absence of a state or federal anti-SLAPP statute, determining whether the action is primarily meant to chill speech or punish a speaker, a consideration relevant even after a plaintiff has made a legitimate evidentiary showing on the merits of his or her claim, is a critical consideration in light of the First Amendment. In other words, a separate balancing prong would allow courts do recognize SLAPP suits as efforts to circumvent traditional First Amendment free speech concerns by subterfuge, even in states lacking an anti-SLAPP statute.[143]

In weighing the speaker's expectation of privacy, or "the potential consequence of a discovery order to the speaker and others similarly situated," as the Mobilisa court put it, courts can use the balancing test to consider other potential consequences, as well, including harassment, intimidation, or silencing speakers who have done nothing wrong. To sue under privacy torts, typically a plaintiff must demonstrate publication of private truths, in contrast to the false statements that are at the center of most libel claims.[144] In addition, such publication typically has to concern issues or information in which the public has no legitimate concern and which would shame or humiliate a "reasonable" person. An explicit balancing criterion enabled courts, when material, to consider the privacy concerns of both the plaintiff and the defendant in an effort at discovery.

---

141 Mazzotta, supra note 103 at 802.

142 Jones, supra note 5 at 439.

143 George W. Pring, SLAPPs: Strategic Lawsuits Against Public Participation, 7 Pace Envtl. L. Rev. 3, 3 (1989).

144 See Danielle M. Dwyer v. Dirty World (9th Cir., Ariz. 2011).

Importantly, such a high standard also allows consideration of any claim of opinion privilege or protection for opinion, and the relevance of the identifying information to pursuing the claims.[145] Speaking to claims of statement of opinion as opposed to statement of fact, the U.S. Supreme Court has stopped short of creating a categorical defamation exemption for opinion, and it has narrowly defined opinion to statements that cannot be proved false or that cannot be reasonably interpreted as stating actual facts about an individual.[146] Statements that are not susceptible to being proved true or false should be protected, and the Brodie test's separate fifth prong allows if not invites a court to consider the published comments in this light. Where the comments constitute opinions, even rude ones, they generally should not form the basis of a libel claim. Where a court determines that published or posted online expression is merely opinion as opposed to a statement of fact, that court can dismiss the case because the First Amendment has been interpreted to exclude the government from having any jurisdiction over ideas, a notion known as the protective speech doctrine of opinion.[147] Such a consideration could help courts prevent plaintiffs from "sidestepping the protections of the First Amendment simply by engaging in creative pleading," as Mazzotta has observed.[148]

The fifth and separate balancing factor mitigates the chief weakness of requiring a prima facie case, which is that not all elements of a particular claim are within the plaintiff's control, especially the identity of the anonymous speaker, a fact noted by the Mobilisa court.[149] A court should require plaintiffs to substantiate only those elements they can control, or those elements that are not dependent on unmasking. Though this caveat lowers the prima facie standard somewhat, the fifth and separate balancing factor allows a court to consider what the plaintiff should be able to show without weakening the overall standard implicit in the whole of the test. This reason alone would seem to justify inclusion of this fifth factor in any national standard.

Finally, the fifth factor, as mentioned, allows a court to consider the status or category of the plaintiff and whether subpoenas to reveal a speaker's identity should be more difficult to obtain for public figures, recognizing that public figures typically enjoy greater access to media and, therefore, can

145 Mobilisa, 170 P.3d at 720-21, 723-24.

146 Milkovich v. Lorain Journal Co., 497 U.S. 1 (1990).

147 Gertz v. Robert Welch Inc., 418 U.S. 323, 339-40 (1974); Henry v. Nat'l Assn of Air Traffic Specialists Inc., 836 F. Supp. 1204, 1214 (D. Md. 1993); Gifford v. Nat'l Enquirer Inc., 1993 WL 767192, at *5 (C.D. Cal.); Davis v. Ross, 754 F.2d 80, 85 (2d Cir. 1985); Hotchner v. Castillo-Puche, 551 F.2d 910, 913 (2d Cir. 1977), cert. denied, 434 U.S. 834 (1977); Greenbaum v. Google, Inc., 18 Misc. 3d 185, 845 N.Y.S.2d 695, 226 Ed. Law Rep. 237 (Sup 2007). In the Greenbaum case, the court observed that the statements of the pseudonymous "Orthomom" about a school board member were protected opinion.

148 Mazzotta, supra 103 at 863.

149 Mobilisa, Inc. v. Doe 1, 170 P.3d 712, 720 (Ariz. Ct. App. 2007).

more realistically counteract or respond to false statements than can private citizens.[150] In differentiating public figures from private citizens, the courts could at the same time distinguish online harassment from public debate, the latter of which merits strong constitutional protection and, to protect that pubic debate, has inspired anti-SLAPP statutes in some states. The requirement for clear and convincing evidence of actual malice has proven, quoting Gertz v. Welch, "an extremely powerful antidote to the inducement to . . . self-censorship."[151] By applying this fifth factor, a court can require either proof of actual malice, which seems excessive at the subpoena stage, or at least a demonstration of the likelihood of being able to produce evidence of actual malice at trial. For public figure plaintiffs, a court could, in balancing the claims and the First Amendment, require that there be no other reasonable inference that is more likely to be true than that the anonymous speaker published with actual malice.[152]

Of course defining who is a public figure can be difficult; public figures typically fit one of two descriptions: those who "occupy positions of such persuasive power and influence that they are deemed public figures for all purposes" or those who "have thrust themselves to the forefront of particular public controversies in order to influence the resolution of the issues involved."[153] The plaintiff category of public official, while clearer or more clearly demarcated than public figure, also can prove difficult to apply in some cases.

In short, while admittedly inviting some variance in how the national standard is applied, a separate balancing factor would give courts a final opportunity to step back to view the claim or contest holistically and in the context of the First Amendment. Because defamation law limits expression, and because so many suits are frivolously or malevolently brought to intimidate, such a factor would offer a reasonable safeguard against unnecessary disclosure. The factor is unlikely to, in Judge Adkins's words, encourage or produce a "superlaw of Internet defamation that can trump the well-established defamation law."[154] Rather, adoption of a separate balancing factor would do much to protect anonymous expression online from frivolous claims of defamation, not to mention tort action threats against anonymous speakers brought by mainly corporate entities for such separate

150 Curtis Publishing Co. v. Butts, 388 U.S. 130, 155 (1967); Gertz v. Welch, 418 U.S. 344 (1974). It is recognized that the egalitarian nature of web publishing and Internet communication has diminished this advantage somewhat.

151 Gertz v. Welch, supra 150 at 342. The question of whether a person is a "limited public purpose" figure can be difficult and expensive to determine.

152 A similar standard was applied in a securities fraud case, Tellabs, Inc. v Makor Issues & Rights, Ltd., 127 S. Ct. 2499 (2007), a standard from the Private Securities Litigation Reform Act of 1995, specifically at 15 U.S.C. § 78u-4(b)(2) (2000). as Gleicher pointed out (at 356).

153 Gertz v. Welch, at 345.

154 Id.

claims as computer fraud, trademark infringement, Lanham Act violations, trade secret misappropriation, tortious interference with contracts, unfair competition, deceptive trade practices, unjust enrichment, violations of federal electronic communications law, and even trespass to chattels.[155]

Against a DMCA-style takedown notice

In advocating a national standard, this article argues against any sort of Digital Millennium Copyright Act-like takedown notice or policy applied to defamation or, more specifically, to potentially defamatory anonymous expression online. Because the disclosure tests emerging from the appellate courts are increasingly sophisticated, resorting to a policy that could make it much easier for plaintiffs to silence speakers, just as they have done with the DMCA, by spurring ISPs to taking down legal expression out of fear of litigation if they do not, would be to compound the free speech problems of the DMCA in a new area of the law and, therefore, reverse progress made in and by the courts.

Enacted by Congress in 1998, the DMCA subjects an online service provider to distributor liability if that provider fails to remove from its service potentially copyright-infringing content posted by a third party if that provider knows or has been notified that the content infringes another's copyright.[156] As several legal scholars have proposed it, a DMCA-style takedown provision added to the CDA would remove § 230 immunity when and where an interactive service provider as defined by the CDA fails to remove a defamatory statement after being notified or otherwise is found to have knowledge of the defamatory nature of the statement.[157] Some have argued that such a notice or takedown requirement applied to defamation online would restore the ISP and distributor liability removed by § 230 of the CDA, arguing that the CDA needs the same secondary liability provisions as those included in the DMCA.[158]

If copyright litigation involving the DMCA is any guide, a DMCA-style takedown policy governing anonymous speech would not be in the best interests of First Amendment-protected free

155 For specific cases on some of these claims and questions, see Mazzotta, supra 133, 51 B. C. L. Rev. 833 at 840, n. 64, or Gleicher, n. 38.

156 H.R. Rep. No. 105-551(II), at 53-54 (1998).

157 For arguments for DMCA-style liability policies for anonymous expression, see Robert T. Langdon, Note, The Communications Decency Act § 230: Make Sense? Or Nonsense?—A Private Person's Inability to Recover if Defamed in Cyberspace, 73. St. John's L. Rev. (1999); David E. Hallett, How to Destroy a Reputation and Get Away With It: The Communications Decency Act Examined: Do the Policies and Standards Set Out in the Digital Millennium Copyright Act Provide a Solution for a Person Defamed Online? 41 Idea 259, 277 (2001); Ryan King, Online Defamation: Bringing the Communications Decency Act of 1996 in Line with Sound Public Policy, Duke L. & Tech. Rev. (2003).

158 See, e.g., Hallett, 260-1.

expression. The DMCA has criminalized legitimate research, stunted software development, and chilled expression.[159] Merely by threatening ISPs with litigation under the DMCA, intellectual property owners can silence speakers simply because they do not like what the online speakers have to say. This intimidation has on occasion censored First Amendment-protected parody and satire.[160] The Church of Scientology invoked the DMCA in calling for Google to block links to websites critical of the church, claiming that those sites were reprinting copyright-protected content owned by the church. Google blocked the sites, stating that, "Had we not removed these URLs, we would be subject to a claim of copyright infringement, regardless of its merits."[161] It did not matter that the re-publishing was almost certainly protected by fair-use provisions of U.S. copyright law.[162]

If the DMCA has been used to erase or otherwise silence First Amendment-protected dissent and criticism, it is only logical to assume that individuals and corporate entities could and would similarly abuse a take-down policy specific to defamation. It also is probable that relatively few anonymous speakers would be willing to litigate to have their problematic expression restored. These online speakers would have to be willing to spend the money to fight back through the courts, and they would have to risk revealing their identities in order to pursue their claims, the very act of disclosure they had hoped to avoid by speaking or posting anonymously (or pseudonymously). Exposure, therefore, would be the punishment. Importantly, a federal appellate court determined that the DMCA did not allow using subpoenas to force disclosure of anonymous peer-to-peer file-sharers.[163]

Furthermore, to hold ISPs liable for content published by third parties would not be unlike holding those who own walls, bridge over- and underpasses, and train cars liable for graffiti found on their property if they did not remove the graffiti in a timely manner.[164] It would often be cheaper and

---

159 Kembrew McLeod, Freedom of Expression: Resistance and Repression in the Age of Intellectual Property 4 (2007). McLeod describes the DMCA as "one of the biggest threats to free speech online" (213).

160 Id., at 213-214, describing Dow Chemical's censoring of a group of related protest sites through the sites' ISP.

161 Id., at 215, quoting statements by Google to The Chronicle of Higher Education.

162 Title 17, U.S.C. § 107.

163 Recording Industry Association of America, Inc. v. Verizon Internet Services, Inc., 351 F.3d. 1229 (D.C. Cir. 203), cert. denied, 543 U.S. 924 (2004).

164 This analogy, presented here to demonstrate potential harm, is offered as an argument for take-down notices by Walter Pincus, in his article, The Internet Paradox Libel, Slander & the First Amendment in Cyberspace, 2 GREEN BAG 2d 279, 287 (1999), in which he quotes tort law: "One who intentionally and unreasonably fails to remove defamatory matter that he knows to be exhibited on land or chattels in his possession or under his control is subject to liability for its continued publication" (Restatement [Second] of Torts §577 (1977). To support the analogy's utility, Pincus cites two cases: Hellar v. Bianco, 244 P.2d 757 (Cal. Dist. Ct. App. 1942), which held the owner of a bar liable for not taking down graffiti in men's bathroom; and Tidmore v. Mills, 32 So. 2d 769 (Ala. Ct. App. 1947), which concerned graffiti left on the side of a barn.

easier for a website to remove problematic content whenever a third party complained or cried "defamation" than to investigate the claims or default to standing by the expression under the First Amendment, a tendency generally acknowledged in many of the arguments for a DMCA-style liability policy. An interactive computer service provider would much rather take down problematic expression than incur the expense of investigating whether in fact a statement is defamatory. It would be a greater risk, therefore, to leave up problematic expression, even First Amendment-protected expression, than to risk a lawsuit without CDA immunity.

A better solution would be for § 230 of the CDA to be rightly interpreted to grant immunity only insofar as an ISP has not made a significant contribution to the third-party material, or exercised editorial judgment that altered the meaning of that material.[165] As Karen Alexander Horowitz has established, decisions interpreting or otherwise relying on § 230 have been wildly inconsistent, from offering blanket immunity to depriving immunity when and where an ISP engaged in even minor editing.[166]

Against criminalizing defamation

If a DMCA-style takedown notice is a step backward, to criminalize defamation would mark the return to a primitive era of First Amendment understanding in and by the law. Suggestions to criminalize speech are rare, and for good reason. One such suggestion, from University of Dayton law professor Susan Brenner, recommended a reconsideration of criminalizing online defamation because of "the ever-increasing influence of the Internet."[167] Brenner's argument centers on the popularity of the Internet and, as a byproduct of that popularity, an increase in the potential harm of online defamation even to the level of becoming a state concern. As evidence, however, the author relies on a roster of cases that involve problems in online expression other than defamation, such as "ridicule," "invasion of privacy," and "false light."[168] Central in the author's argument, in fact, is the case of South Korea's "dog poop girl," an incident involving a dog owner traveling on Seoul's subway system who refused to clean up after her dog. A passenger on the train shot video of the incident and posted it to the web, where the footage quickly became a sensation. However embarrassing the video might be, its publication does not meet any definition or standard of or for

165 See, e.g., Barrett v. Rosenthal, 40 Cal. 4th 33, 60 n. 19 (2006), where the court declared that "at some point, active involvement in the creation of a defamatory Internet posting would expose a defendant to liability as an original source." This decision also expanded § 230's immunity to also cover an individual Internet "user" who is not a provider (supra note 7, at 60).

166 Karen Alexander Horowitz, When is § 230 Immunity Lost? The Transformation from Website Owner to Information Content Provider, 3 Shidler J. L. Com. & Tech. 14 (Apr. 6, 2007), *at* http://www.lctjournal.washington.edu/Vol3/a014Horowitz.html, visited Nov. 3, 2010.

167 Susan W. Brenner, "Should Online Defamation Be Criminalized?" 76 Miss. L. J. 706 (2007).

168 Id., at 723-732.

defamation, or it would not were a similar incident to happen in the United States.[169] As an event in Seoul that did not even initiate a lawsuit in the Korean courts, it is merely titillating, a red herring, and of no U.S. jurisprudential significance whatsoever.

Conspicuously absent in Brenner's argument is even one online defamation case, specifically any one of those most frequently commented upon or cited by the courts. None of the cases discussed in this article appear in the author's argument. The article states that "some contend that criminal defamation is the only realistic option" for combating defamation in online spaces, but the only voices cited as making this contention are Noam Chomsky and a Canadian appellate court in a 2004 decision in property rights dispute involving a Chilean mining company.[170] While recommending the imposition of criminal liability in cases in which the publication of defamatory matter "inflicted serious or substantial reputational harm," the author cites no test cases that meet the proposed standard.[171] As Brenner herself acknowledges, "criminal libel is, to say the least, disfavored by American law,[172] and it has been since 1964.[173] This is true because regulation of political speech is not permitted under the First Amendment unless the restriction is narrowly tailored to serve a compelling state interest.[174] Criminalizing defamation would be an extraordinarily draconian step inconsistent with the First Amendment and one now more than forty-five years removed from the mainstream of U.S. legal interpretation.

In support of a national anti-SLAPP standard or law

Though recommending specific statutory relief (and, in the instance of arguing against a take-down notice, recommending against specific statutory responses) is problematic for the reasons previously outlined, if enacted a federal anti-SLAPP law could help balance reputational and expression rights. A federally guaranteed constitutional right is being jeopardized because SLAPPs are often brought as defamation actions with the goal of silencing legitimate speech on matters of public concern. Anti-SLAPP statutes are enacted to combat frivolous suits by making it easier to

169 Brenner, supra 167 at 704. See Korean Language Immortalizes 'Dog Poop Girl', The Chosun Ilbo (Jan. 25, 2006), http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2006/01/25/2006012561027.html.

170 Id., at 704; Chomsky and Barrick Gold Corporation v. Lopehandia (Ontario Court of Appeal, Docket No. C39837) (June 4, 2004) at n. 5 and 7, respectively.

171 Id., at 704.

172 Id, at 720.

173 See Times v. Sullivan, 376 U.S. 254 (1964); McConnell v. Federal Election Commision, 540 U.S. 93, 265 (2003) (Thomas, J., dissenting) ("The very 'purpose of the First Amendment [is] to preserve an uninhibited marketplace of ideas in which truth will ultimately prevail'") (quoting Red Lion Broadcasting Co. v. FCC, 395 U.S. 367, 390 (1969)).

174 First Nat'l Bank of Boston v. Bellotti, 435 U.S. 765 (1978); McIntyre v. Ohio Election Commission (1995).

terminate such lawsuits at an early stage, but most of the twenty-nine states (as of March 2012) that have such laws have limited them to expression made about or otherwise linked to government officials.[175]

To cite one example, the state of Georgia's anti-SLAPP statute "covers only speech linked to official proceedings," according to a ruling by the Georgia state Supreme Court in August 2007.[176] By contrast, Washington state recently revised its 1989 anti-SLAPP statute, the first in the country, in order to broaden its protections for those engaging in public free speech rather than merely those making statements directly to government officials.[177] Washington's revisions, which were ratified in 2009, were based on California's progressive anti-SLAPP law. The state-by-state patchwork approach and its resulting inconsistency have inspired debate on enacting a federal anti-SLAPP law by raising the question of why should a defendant in Pennsylvania or Michigan, states with no anti-SLAPP statute at all, should incur the high costs of litigation to defend against a frivolous lawsuit that in twenty-eight other states likely would be thrown out as SLAPPs.[178]

A national standard modeled on California's anti-SLAPP statute is recommended here to prevent forum shopping and, specific to the question here, to prevent corporations from suing John Doe defendants in order to force disclosure of their identities and, in forcing disclosure, to silence them.[179] In California, "a cause of action against a person arising from any act of that person in the furtherance of the person's right of petition or free speech under the United States or California Constitution in connection with a public issue shall be subject to a special motion to strike."[180] Importantly,

---

175 Judge applies new anti-SLAPP law in Michael Moore case, news media update (Sept. 8, 2010); Texas Governor signs anti-SLAPP bill into law, news media update (June 20, 2011).

176 Berryhill v. Georgia Community Support and Solutions, Inc., 281 Ga. Sup. Ct. 439 (2006), ruling on Code of Georgia § 9-11-11.1.

177 Judge applies new anti-SLAPP law in Michael Moore case, news media update (Sept. 8, 2010).

178 Justin Kurtz, a 21-year-old college student in Kalamazoo, was sued for $750,000 in a defamation suit by a local towing company displeased with a Facebook group Kurtz started, titled "Kalamazoo Residents against T&J Towing." T&J Towing removed Kurtz's car from his apartment parking lot and left him a $118 fine despite the fact that Kurtz had a parking permit. The towing company argued that the car's removal was justified because the permit was not visible and claimed that the Facebook group has hurt its business. Michigan does not have an anti-SLAPP law. The judge's decision was pending when this article was written (see SLAPP Happy in America: Defending against meritless lawsuits and the need for a federal bill, The News Media & The Law (November 2010), available http://www.rcfp.org/news/mag/34-4/slapp_happy_in_america_22.html; visited Nov. 24, 2010). The California Anti-SLAPP Project maintains a website cataloging those states with anti-SLAPP statutes and listing those laws' verbiage: http://www.casp.net/statutes/menstate.html. For the debate on a federal version, see Dan Frosch, Critical Web postings produce spate of retaliatory lawsuits; Some legislators seek to quell tactic seen as a threat to free speech, The Int'l Herald Trib. 21 (June 2, 2010); and Sean P. Trende, Defamation, Anti-SLAPP Legislation, and the Blogosphere: New Solutions for an Old Problem, 44 Duq. L. Rev. 607 (2006).

179 U.S. House Representative Steve Cohen has introduced H.R. 4364, the Citizen Participation Act, a federal anti-SLAPP bill, which states that it is intended "to protect First Amendment rights of petition and free speech by preventing States and the United States from allowing meritless lawsuits arising from acts in furtherance of those rights, commonly called 'SLAPPs.'" When this article was written, the bill, introduced in December 2009, was before the House Judiciary Committee, but passage is not imminent.

180

California's statute extends the ability to initiate an anti-SLAPP motion to apply to the assertion of a right to remain anonymous.[181] Once an anti-SLAPP motion has been filed in California, discovery is stayed while the defendant shows that the expression in question involves a public issue and was made "in furtherance of the defendant's right to free speech."[182] There is no reason to believe that an anti-SLAPP law of this type could not prove effective at the national level. The discrepancy in the options of California defendants versus those in Pennsylvania (or Michigan or Georgia, etc.) means that plaintiffs in California would incur defendant costs only where they are shown to have brought lawsuits that are unlikely to succeed, but that defendants in Pennsylvania will always bear the substantial costs of defending, even successfully.[183] If adopted, a federal anti-SLAPP law would create full, uniform, nationwide protection, enabling victims of SLAPP suits to make a motion to dismiss, stop discovery, and recover attorney's fees in the event that the claim is deemed meritless.

The need for anti-SLAPP relief will only increase. The now-defunct John Does Anonymous Foundation, a non-profit organization established to support anonymous speakers sued for online defamation, among other torts, estimated that between 1996 and 2001, more than 200 lawsuits were initiated by companies seeking disclosure of thousands of online John Does. None of the actions during this period resulted in a verdict or judgment against any of the John Does.[184] In 2000, America Online attempted to draw attention to the threat to expression that these lawsuits represent, stating in a brief that the "proliferation of these lawsuits and subpoenas threatens to have a chilling effect on protected speech and the growth of the online medium."[185]

Anti-SLAPP laws are needed to ensure that, in the words of the majority opinion in another oft-cited online defamation case, Columbia Insurance v. Seescandy.com (1999), "people who have committed no wrong [are] able to participate online without fear that someone who wishes to harass or embarrass them can file a frivolous lawsuit and thereby gain the power of the court's order to discover their identity."[186] The Seescandy.com decision celebrated the "open communication and

---

Cal. Civ. Proc. CODE § 425.16(b)(3), author's emphasis.

181 Sean P. Trende, Defamation, Anti-SLAPP Legislation, and the Blogosphere: New Solutions for an Old Problem, 44 Duq. L. Rev. 607, 16 (2006), citing Rancho Publ'ns v. Superior Ct., 68 Cal. App. 4th 1538, 1541 (4th Dis. App. Ct. 1999).

182 Batzel v. Smith, 333 F.3d 1018, 1024 (9th Cir. 2003).

183 Trende, Defamation, Anti-SLAPP Legislation, and the Blogosphere: New Solutions for an Old Problem, 17.

184 In Victoria Smith Ekstrand, Unmasking Jane and John Doe: Online Anonymity and the First Amendment, 8 Comm. L. & Pol'y 417 (2003). The foundation's URL now belongs to the New Republicans, a conservative branch of the Republican Party.

185 Brief of Amicus Curiae America Online, Inc., at 14, Melvin v. Doe, et al., Nos. 2115 WDA 2000 & 2116 WDA 2000 (Pa. Super. Ct., appeal from order Nov. 5, 2000).

186 Columbia Insurance v. Seescandy.com, 185 F.R.D. 578 (N.D. Cal. 1999).

robust debate" that is possible when "all the facts about one's identity" are not known.[187] DiMeo v. Max (2006), a case in Pennsylvania, underlines the dangers to online expression posed by corporate entities willing to run up a defendant's court costs simply to silence a critic. Emails presented during this case's hearing demonstrated that the plaintiff was fully aware of the censoring power of even the threat of litigation, and that the plaintiff sought to leverage this power.[188]

Conclusion

After examining the difficulty in balancing a person or corporate entity's right to reputation against another's right to anonymous expression online, it is clear that a single, coherent national standard is needed, and that such a test include a separate First Amendment balancing factor. In proposing such a standard, it has been argued here that a takedown notice for online defamation similar to that legislated as part of the Digital Millennium Copyright Act would be too suppressive of otherwise protected speech, and that criminalizing online defamation no longer has any basis in the law. In proposing a single standard or test, this article also examined imbalances created by, among other things, ISP immunity, public figure-private citizen distinctions, and the lack of uniformity among state-level anti-SLAPP statutes.

Free speech is too vital to democracy, and as the manifesting of liberty of thought, it is too vital to human dignity, to be thought about exclusively as doctrine.[189] Which disclosure test the courts adopt is important, but only in the context of the larger social ethic in which freedom of speech is only a part, a social ethic envisioned by the constitution as incorporating the attainment of truth and allowing free men and women to express their opinions on the things they care about.[190]

---

187 Id.

188 DiMeo v. Max, 433 F.Supp.2d 523, 533 (E.D. Pa. 2006). The defendant filed a motion to dismiss the case for failure to state a claim upon which relief can be granted, which the court granted with prejudice.

189 See Lee Bollinger, The Tolerant Society: Freedom of Speech and Extremist Speech in America 247 (1986).

190 See Zechariah Chafee, the first major American scholar of the First Amendment, in Free Speech in the United States 46 (1941).

Los rumores como un proceso de comunicación:
Una evaluación del episodio en el oriente del Valle de México en septiembre de 212

Uriel Caballero González
Profesor e Investigador
Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México

Carlos Priego Vargas
Profesor e Investigador
Universidad Nacional Autónoma de México

RESUMEN
En este reporte se presenta el resultado de una encuesta levantada a mediados de septiembre de 2012, a raíz de una ola de rumores sobre violencia ocurridos en la zona oriental del valle de México. En el trabajo se presentan los antecedentes del hecho, se desarrolla una marco teórico para comprender el fenómeno social y se comentan los resultados del estudio. También se revisa el papel que desempeñaron de los medios de comunicación a lo largo del proceso de origen, desarrollo y contención del rumor.

PALABRAS CLAVE
Rumores / Iztapalapa / valle de México / Encuesta

Introducción

A principios de septiembre de 2012, una ola de rumores corrió como reguero de pólvora en la zona oriental del valle de México. Lo que comenzó como una reyerta que se salió de control entre grupos que controlan el transporte urbano, en pocas horas se convirtió en un movimiento social que rayó en la histeria colectiva. Muchos actores influyeron en el proceso de creación, difusión y recreación de los rumores de actos violencia en el oriente del valle de México, entre ellos encontramos los medios de comunicación tradicionales, las redes sociales, un grupo de agentes provocadores pagados por desconocidos para expandir el pánico, las autoridades civiles y la policía. En este trabajo nos proponemos evaluar, por medio de un sondeo de opinión, la percepción producida por este acontecimiento entre los habitantes del valle de México.

Los acontecimientos

El oriente del valle de México es una región densamente poblada y relativamente pobre que es compartida por delegaciones del Distrito Federal (Iztapalapa, Iztacalco, Gustavo A. Madero) y municipios el Estado de México (Ecatepec, Nezahualcóyotl, valle de Chalco, Chalco, Chicoloapan, Chimalhuacán, entre otros). Algunos de estos municipios tienen las densidades de población más elevadas del país, Ciudad Nezahualcóyotl, por ejemplo, alcanza 17 mil 536.9 habitantes por kilómetro cuadrado, mientras que en Chimalhuacán la densidad es de 13 mil 815.6 (Anaya, 2010).
A los problemas de pobreza, hacinamiento, falta de empleo y carencia de agua, se le suma que estos municipios son víctimas de la violencia provocada por grupos criminales que buscan controlar la distribución de drogas y el pago de "derechos de piso" (Redacción, 2012). Este problema social hace del valle de México una región vulnerable, como lo demostró el brote de psicosis social que tuvo como telón de fondo la lucha por el control de rutas del transporte público.

En la mañana del miércoles 5 de septiembre de 2102, dos grupos de transportistas se enfrentaron en el municipio de San Vicente Chicoloapan (Estado de México) en el oriente del valle de México. Aproximadamente, 40 miembros de una agrupación de mototaxistas afiliados a la poderosa organización Antorcha Campesina se enfrentaron a 200 bicitaxistas[1]. El altercado no fue espontáneo, sino que se incubó por varios meses. Éste fue resultado de la presión que el colectivo Antorcha Campesina ejercía sobre las autoridades municipales para expandir sus rutas en el oriente del valle de México, en detrimento de los bicitaxistas afiliados al Partido de la Revolución Democrática (PRD) (González, 2012).

En la reyerta se utilizaron garrotes, palos, armas blancas, armas de fuego y cócteles molotov. La trifulca tuvo como saldó dos muertos y más de medio centenar de heridos. Las policías estatales

1 Una forma de transporte público tolerado que consiste en una calesa tirada por una bicicleta.

y municipales acudieron a separar a los grupos pero, como respuesta, los bicitaxistas bloquearon por cinco horas la carretera Los Reyes-Texcoco. Durante la tarde y noche del 5 de septiembre el municipio fue vigilado por varios centenares de policías adscritos a la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC, la policía estatal mexiquense) y al cuerpo de policía municipal.

La gresca ocurrió en una zona densamente poblada y rodeada de comercios y escuelas. Según el reporte del diario El Economista (Torres, 2012), los directores de la primaria Diego Rivera, de un jardín de niños, de la Universidad La Salle Campus Netzahualcóyotl y del Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios 37 (CETIS) decidieron desalojar y cerrar los planteles para garantizar la seguridad de los estudiantes.

La tarde del día 5 de septiembre pasó con una calma tensa, pero en la noche comenzó a correr entre los habitantes del lugar el rumor de que gente armada, que se identificaba como miembros del grupo de la Familia Michoacana, estaba recorriendo las principales avenidas de los municipios de Chicoloapan, Chimalhuacán, Nezahualcóyotl, anunciando que ya "habían llegado a poner orden" (Servín, 2012). Las versiones se extendieron y se modificaron durante el jueves 6 de septiembre de 2012. Se decía que "grupos armados" —ya fueran identificados como de la Familia Michoacana, Antorcha Campesina, el PRD o estudiantes inconformes con el resultado electoral— estaban saqueando y quemando comercios, asaltando vehículos del transporte público o luchando entre sí en las calles. La psicosis resultante paralizó la zona —las escuelas y los comercios cerraron— y se extendió a las delegaciones Iztapalapa e Iztacalco en el Distrito Federal. Para la tarde de ese mismo día, algunas calles y avenidas del oriente del valle de México estaban desiertas (Ramón, 2012). Como suele ocurrir en esos casos, los rumores se transmitieron oralmente, pero los teléfonos móviles y los medios sociales contribuyeron a su rápida difusión. De hecho, seis palabras relacionadas con los hechos —entre ellas Nezahualcóyotl e Iztapalapa— fueron Trending Topics nacionales de Twitter durante la tarde del día 6 de septiembre. Sin embargo, la rumorología no solamente circuló por esos canales. Para aumentar la confusión, al anochecer la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSP-DF) informó sobre la detención de cuatro personas que recorrían las calles de Iztapalapa gritando que "venían antorchistas quemando carros y asaltando a los transeúntes, dos de ellos incluso con megáfono en mano" (Romero, 2012). Los detenidos afirmaron que recibieron 400 pesos por difundir el bulo, sin nunca aclarar quiénes fueron los que les pagaron.
Las autoridades comenzaron a emitir mensajes mediante sus cuentas de redes sociales e hicieron declaraciones que fueron difundidas en radio y televisión para tranquilizar a la población. A las 18 horas, el entonces jefe de gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard, escribió en su cuenta de Twitter: "…no hay motivo de cerrar escuelas o tener pánico, no está sucediendo nada que justifique eso" (Romero, 2012). Por su parte, Manuel Mondragón, quien era titular de la SSP-DF, también

utilizó redes sociales y concedió varias entrevistas a noticieros de radio y televisión. Después de una tensa noche, los medios de comunicación reportaron que el viernes 7 de septiembre las actividades comerciales se reanudaron con tranquilidad en la zona. Un vendedor ambulante declaró a un periodista: "Hoy estamos más tranquilos. Oímos en los medios que son rumores, que es pura falsa alarma" (Sánchez, 2012). Algunas escuelas tuvieron clases ese día, otras decidieron posponer el reinicio de actividades hasta el siguiente lunes.

Después del episodio de psicosis colectiva vinieron los análisis. Un senador del PRD atribuyó el problema a la lucha territorial que sostienen diversos grupos criminales por el control de la zona oriente del valle de México (Becerril, 2012). Por su parte, algunos expertos culparon de la ola de rumores al clima de violencia nacional y a la desconfianza de los ciudadanos hacia cualquier tipo de información proveniente de las autoridades (Camacho, 2012). Probablemente, el efecto más grande de la ola de psicosis colectiva que azotó al oriente del valle de México fue la facilidad con que la población aceptó el anuncio —el 20 de septiembre de 2012— del inicio de patrullajes de militares acompañados de la policía estatal. Éste fue el reconocimiento oficial de que dicha zona estaba siendo escenario de pugnas entre grupos antagónicos ligados al narcotráfico (Santos y Salazar, 2012).

La psicología del rumor

El rumor es un fenómeno de comunicación complejo y cuyo estudio ha sido abordado desde la psicología social, la sociología y la antropología cultural. El diccionario de la Real Academia de la Lengua (RAE) nos proporciona una primera definición al indicarnos que esta palabra provine del latín rumor, -ōris, y que significa "voz que corre entre el público". Esta acepción nos provee de tres elementos característicos del fenómeno: a) una versión o voz; b) que es divulgada (comunicada); c) entre una audiencia.

Más allá del mero significado nominal, la definición pionera sobre el rumor en sociedades modernas la aportaron Gordon Allport y Joseph Postman en 1946. Para ellos se trata de "una proposición relacionada con los acontecimientos cotidianos, trasmitida de persona a persona con el objeto de que todos crean en ella sin que existan datos concretos que permitan verificar su exactitud" (Allport y Postman, 1988). De esa definición podemos inferir que un rumor es: a) un fragmento de información; b) está relacionado con un acontecimiento dentro de una comunidad; c) es un proceso de comunicación interpersonal; d) los datos no son verificables.

Allport y Postman (1988) se dieron cuenta que el proceso de difusión de un rumor es un proceso dinámico. Para explicar esas mutaciones utilizaron tres términos: sobre simplificación (leveling),

enfoque (sharpening) y asimilación (assimilation). Por sobre simplificación se entiende la pérdida de detalles de la versión durante el proceso de transmisión, de manera que la versión del rumor se hace más corta y simple de explicar. Los autores explican el enfoque como el énfasis que se hace en ciertos detalles particulares en detrimento de otros más relevantes y contextuales. La asimilación es la distorsión que se hace de los hechos como consecuencia de las motivaciones inconscientes de las personas que participan en la difusión del rumor. Al revisar las notas periodísticas de los días del episodio, se puede apreciar que las versiones sobre supuestos hechos de violencia en el valle de México encajan con la tipología propuesta por Gordon y Postman, en particular, con la simplificación y la descontextualización de los datos.

Más adelante, en la década de 1960, el sociólogo estadounidense Tamotsu Shibutani nos proporcionó otra definición de rumor. Para él, ésta es "una noticia improvisada que surge como resultado de un proceso de discusión colectiva" (en Burgueño, 2008, p. 35). Es importante rescatar el concepto de "noticia improvisada" pues implica que emerge de un grupo social, sin intervención de los medios de comunicación y sin la posibilidad de verificar su origen, es decir, sin la confiabilidad de su contenido.

Se pueden criticar las definiciones anteriores por el énfasis que hacen en la comunicación oral, en detrimento de los medios de comunicación modernos. Pero los autores son de la opinión de que los rumores emergen del mundo social y los medios de comunicación quedan reducidos a casas de resonancia, en donde pueden ocurrir dos cosas: a) en el peor de los casos, el alcance de los rumores se puede amplificar, cuando estos descuidan su función de contextualizar y explicar los hechos; b) pueden servir como muro de contención del rumor si se hace una buena labor de periodismo mediante la verificación de los datos, la visita de los lugares afectados y la difusión de información de fuentes oficiales y reconocidas.

Además de los elementos comunicacionales y orales del rumor, debemos tener en cuenta la importancia del escenario social y cultural en que estos surgen y cobran vida propia. Reber (1985) nos aclara que los episodios de rumores y psicosis social ocurren "durante los periodos de tensión social y suelen relacionarse con personas, grupos o eventos sobre los cuales hay mucho interés pero poca información confiable y verificable" (p. 654). Así como el famoso episodio de La guerra de los mundos de Orson Welles en 1938 involucró a unos fantasmales extraterrestres de los que todo mundo "sabía" algo que no podía ser verificado, en el caso del oriente del valle de México en 2012 los actores fueron la Familia Michoacana o los "grupos armados".

La difusión de un rumor es entonces una combinación de elementos contextuales, de actores

poco definidos y de información poco precisa. Rosnow (1991) opina que los rumores emergen de "la combinación óptima de ansiedad personal (estado de aprehensión sobre hechos futuros), incertidumbre generalizada (situaciones sociales inestables) y el nivel percibido de afectación ante un hecho considerado relevante (importancia de la situación)" (pp. 486-496). Los tres elementos de Rosnow estuvieron presentes en el valle de México a principios de septiembre de 2012, donde los años de violencia entre las bandas criminales y la larga campaña presidencial —con todo y sus impugnaciones poselectorales— implantaron un estado de ansiedad personal. Después, el estallido de violencia entre los transportistas seguidores de Antorcha Campesina y el PRD crearon la sensación de haber llegado a un punto de quiebre social. Finalmente, a nivel personal, cada persona evaluó la importancia de la situación en función de sus intereses y actuó en consecuencia: los padres de familia sintieron amenazada la seguridad de sus hijos; los comerciantes percibieron un peligro para sus negocios; los estudiantes sintieron sus vidas amenazadas si iban a lugares públicos. Visto lo anterior, pasemos ahora al análisis de la encuesta sobre los rumores en el oriente del valle de México.

La encuesta

En este estudio se levantaron 200 encuestas entre habitantes de la ciudad de México, entre el 8 y 22 de septiembre de 2012. El 67.6% de la muestra fueron mujeres y el 32.4% hombres. Los encuestados fueron clasificados en los siguientes rangos de edad: de 18 a 25 años (39.9%), de 26 a 40 (28.7%), de 41 a 55 (27.7%) y mayores de 56 años (3.7%). Los integrantes de la muestra tenían un nivel educativo elevado. El 52.7% dijo contar con estudios de licenciatura y 7.4% de posgrado. Casi una cuarta parte contaba con bachillerato terminado (21.8%), menos fueron los que declararon tener estudios de secundaria (12.8%), primaria (4.3%), mientras que el 1.1% no contestó la pregunta.

Nivel de conocimiento de la ola de rumores

A pesar del nivel de difusión del fenómeno social, se encontraron personas que dijeron no haberse enterado de su existencia. Un 92.6% de los encuestados declaró que sí se enteró, frente a un 7.4% que dio una respuesta negativa a la pregunta: "¿Se enteró de los episodios de rumores y pánico social ocurridos en el oriente del valle de México?" Llama la atención que el cruce de variables de conocimiento por rango de edad nos muestra una leve relación inversamente proporcional entre el nivel de conocimiento y el rango de edad. Así, mientras que el 100% de los mayores de 56 años dijo haber oído de los rumores, el porcentaje baja hasta el 89.30% de los encuestados entre 18 y 25 años, como se observa en la siguiente figura.

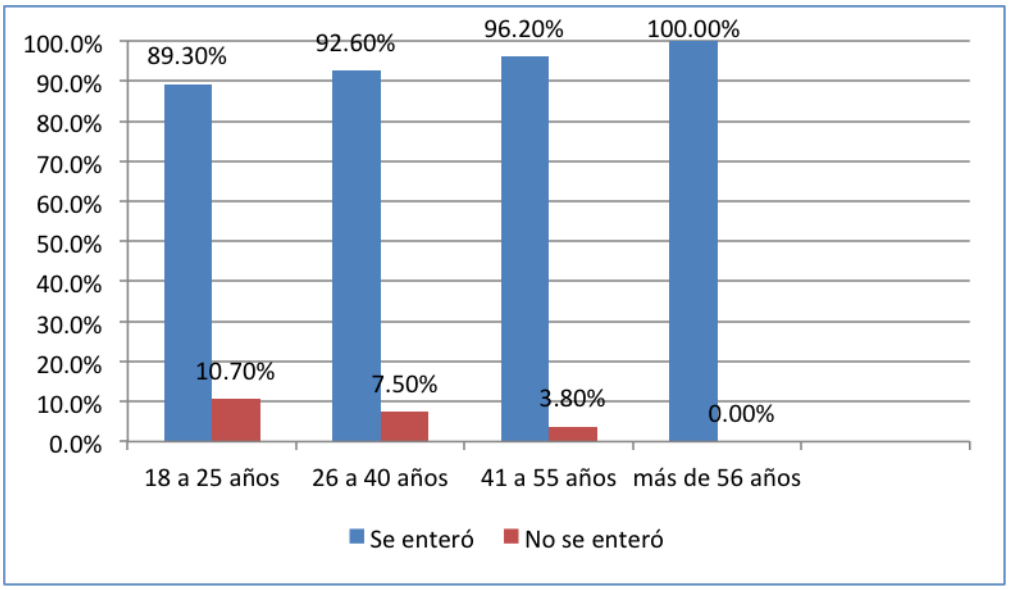


FIGURA 1: Nivel de conocimiento de los rumores

Fuente: Elaboración propia.

El nivel de escolaridad, sin embargo, parece no tener una influencia en el nivel de conocimiento del tema, puesto que no se encontró una correlación entre ellas.

Forma en que se enteró de los hechos

Como no podía faltar tratándose del tema de rumores, el 42.6% de los encuestados dijo que se enteró por medio de un proceso de comunicación interpersonal o boca a boca. Al revisar la respuestas, nos encontramos con que entre los propagadores de los rumores se encontraban amigos, parientes, compañeros de trabajo o de clase y maestros en las escuelas. A pesar de la creencia propagada como un rumor dentro del rumor, solamente un 18.1% de la muestra afirmó haberse enterado de estos por medio de las redes sociales, ya fueran Twitter o Facebook.

El que las redes no hayan sido el foco inicial de los bulos no significa que no hayan contribuido posteriormente a la recreación y distorsión de los mismos durante los días de pánico social. No muy lejos de las redes sociales, se encuentra la televisión. Un 16% dijo que se enteró por primera vez de los hechos por ese medio de comunicación, seguramente en los noticieros y cortes informativos. De manera más ambigua, un 10.6% declaró haber sabido de la existencia de los rumores por internet, en particular por los periódicos en línea. La radio (5.3%) y la prensa impresa (0.5%) tuvieron un papel marginal como medios informadores de los rumores. Finalmente, a pesar de que en la pregunta anterior declararon estar enterados del fenómeno, un 6.9% de los encuestados no fue capaz de indicar cuál fue su fuente original de información.

El cruce de variables de entre rango de edad y medio de comunicación proporciona algunas pistas sobre el uso intergeneracional de los medios de comunicación. Nótese, por ejemplo, como entre el colectivo más joven, la televisión y la radio desempeñaron un papel marginal como fuentes originarias de información (8% y 5.3%, respectivamente), en comparación con el 38.7% de las redes sociales. El mismo fenómeno ocurre de manera inversa con el colectivo de personas mayores de 56 años, quienes recurrieron más a la radio y televisión (14.3% para ambas), pero que no se enteraron por redes sociales, como se observa en la figura 2.

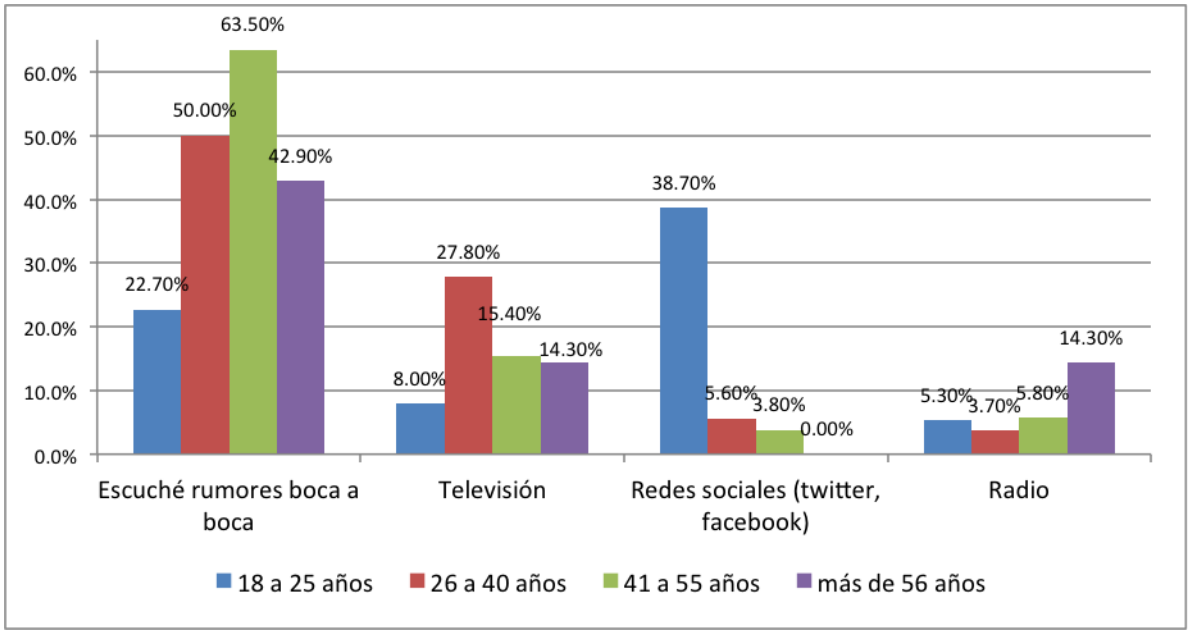


FIGURA 2: Medio de comunicación

Fuente: Elaboración propia.

Iniciadores de los rumores

Los encuestados mostraron un bajo nivel de consenso al ser cuestionados sobre quiénes, en su opinión, fueron los que iniciaron la ola de rumores. El 19.7% dijo que la fuente eran personas "mal intencionadas". Esa respuesta fue seguida de un 16% que indicó no saber a ciencia cierta a quién culpar, a ese porcentaje hay que agregar un 10.1% que se abstuvo de contestar la pregunta a pesar de que al inicio del cuestionario dijo estar enterada del episodio. El 12.8% culpó colectivamente al gobierno y a los partidos políticos que disputaban en ese momento los resultados de las elecciones presidenciales (Partido Revolucionario Institucional y Partido de la Revolución Democrática). Pero, a pesar del ambiente de crispación política imperante en ese momento, muy pocos encuestados culparon directamente a algún actor relacionado con las recientes elecciones presi-

denciales. El 2.1% acusó a los seguidores de Andrés Manuel López Obrador[2], otro 2.1% mencionó a los integrantes del movimiento #YoSoy132 y, solamente, el 0.5% achacó el inicio de los rumores a los seguidores de Enrique Peña Nieto.

Un 10.6% afirmó que la fuente de las falsedades fueron "desconocidos desde las redes sociales". La siguiente respuesta ilustra este pensamiento: "Creo que en las redes sociales hubo individuos que no tenían nada que hacer y se les ocurrió inventar un chisme o exagerar lo que realmente había ocurrido horas antes en la misma zona". De manera más ambigua, el 6.9% señaló que los incitadores de los rumores fueron "personas de la zona oriente de la ciudad", sin dar más detalles. A pesar de la mención a los grupos de narcotraficantes en los recuerdos del episodio, solamente el 5.3% atribuyó el origen de los rumores a grupos criminales.

Como una de las características del episodio fue la evacuación y el cierre de escuelas de todos los niveles educativos en la zona afectada, un 4.3% de los encuestados atribuyó a los padres de familia el origen y reproducción de los bulos, como si aquéllos hubieran tenido algún incentivo en actuar en contra de sus propios intereses. Otras respuestas minoritarias, relacionadas con los iniciadores de la crisis, señalaron como responsables a los medios de comunicación (4.3%), como punto de origen y caja de resonancia. En menos proporción, afirmaron que fue gente contratada deliberadamente (2.7%), el colectivo de bicitaxistas involucrado en la reyerta de Chicoloapan (1.1%) y los integrantes del grupo Antorcha Campesina (0.5%).

Recuerdo de los rumores

Las respuestas a la pregunta "¿Podría decirnos qué es lo que recuerda de los rumores?" fueron muy variadas. Casi todas tienen algún fragmento de verdad pero se encuentran descontextualizadas y simplificadas, por lo que siguen el modelo propuesto por Allport y Postman en la década de 1940. El 22.2% de los encuestados afirmó recordar de manera muy general que había enfrentamientos o hechos violentos en el oriente de la ciudad. De manera más específica, pero sin precisar las causas o rivales, otro 15.4% dijo acordarse que había un enfrentamiento que involucraba al grupo Antorcha Campesina. Otro 13.8% expresó que recordaba que había ataques de bandas de narcotraficantes en la zona, sin precisar nombres o hechos concretos. El cierre masivo de comercios en Iztapalapa y ciudad Nezahualcóyotl el jueves 6 de septiembre por la tarde fue recordado como "saqueos a comercios" por el 13.3% de la muestra. La cantidad de versiones y la confusión sobre el tema ocasionó que un 9.6% de los encuestados prefiriera no contestar la pregunta, a pesar de haber afirmado que estaba al tanto de la ola de rumores.

2 Andrés Manuel López Obrador fue candidato a la Presidencia de México por la coalición Movimiento Progresista —formada por el PRD, PT y Movimiento Ciudadano— en las elecciones de 2012.

Además de los comercios, el pánico social se reflejó en el cierre de escuelas, ya fuera por iniciativa de las autoridades escolares o por presión de los padres de familia que fueron a recoger a sus hijos pequeños. Relacionado con lo anterior, los encuestados dijeron recordar que había "ataques a universidades y escuelas" (4.3%) o que éstas estaban siendo evacuadas (1.6%). De hecho, el 1.1% recordó que había grupos descontrolados "secuestrando a niños".

Por el tenor de las respuestas se podría afirmar que, por momentos, la anarquía se enseñoreó de los municipios y delegaciones del oriente del valle de México. Algunos aseguraron que había gente que marchaba con antorchas por las calles de la zona (3.7%); que había agitadores que propagaban rumores a pie (2.7%) y en camionetas (2.7%); que había turbas que prendían fuego a casas y edificios (1.1); además, se realizaban desalojos forzados en Iztapalapa (0.5%). Inclusive, hubo quien dijo que se había decretado el toque de queda en Nezahualcóyotl (1.1%). Ante la perspectiva del caos, hubo encuestados que alegaron recordar que las propias autoridades recomendaron a la población no salir de las casas (1.6%).

Por último, algunos de los recuerdos tienen que ver con el aparente origen del episodio: el enfrentamiento de dos grupos de transportistas por el control de rutas (3.2%); aunque el 0.5% afirmó acordarse de un enfrentamiento entre policías y trasportistas. Finalmente, un marginal 1.1% mencionó que recordaba choques violentos entre seguidores del PRI y del PRD en el contexto de la disputa postelectoral, incluyendo las acciones de protesta del movimiento #YoSoy132 (0.5%).

La finalidad de divulgar los rumores

A la pregunta sobre la finalidad dolosa de esparcir los rumores de violencia entre la población, el 42% de los encuestados coincidió en que se trataba de general miedo entre la población. Muy por detrás, encontramos varias explicaciones que intentan vincular el hecho con el clima político y social imperante a principios de septiembre. Así, un 14.4% opinó que el episodio fue una maniobra de distracción orquestada desde el gobierno; 10.6% consideró que había una relación entre los asuntos políticos electorales y el origen de los rumores; otro 4.3% afirmó que se trató de un intento de "control social por parte de las autoridades". Finalmente, un 2.1% atribuyó el origen de la ola de rumores a una forma de protesta por la derrota electoral de López Obrador; mientras que el 0.5% consideró que el objetivo de ésta era desprestigiar al movimiento juvenil #YoSoy132. A pesar de las múltiples interpretaciones políticas, un elevado porcentaje de la muestras no pudo articular una explicación sobre la finalidad de las versiones. Un 11.1% afirmó no saber qué decir, mientras que el 7.4% dejó en blanco la respuesta.

Muy por detrás de las opiniones mayoritarias, encontramos un una gran dispersión sobre los objetivos de los rumores. Algunos encuestados consideraron que en estos influyó la mala fe de los usuarios de redes sociales, ya fuera para llamar la atención (2.7%), jugar bromas pesadas (2.1%) o tener más seguidores en los medios sociales (0.5%). Otras opiniones minoritarias, agrupadas en un 2.5%, están más en concordancia con los problemas sociales que desataron la violencia en el municipio de Chicoloapan y que fueron el origen de la ola de miedo. En éstas se menciona el problema de los bicitaxistas (0.5%), el grupo de Antorcha Campesina (0.5%), la lucha territorial entre diversos grupos de narcotraficantes (0.5%), y hacer notar que esa región del valle de México no es segura (1%).

Papel de las redes sociales

Ya hemos visto que el 18.1% de los encuestados afirmó haberse enterado de la ola de rumores por medio de las redes sociales. Sin embargo, en el momento de preguntarles sobre el papel que desempeñaron las mismas durante la crisis, el 31.9% de la muestra aseguró que las redes sociales fueron la fuente principal de la difusión de los bulos. La rapidez para compartir información y propagarla fue una función importante, tanto de Twitter como de Facebook, de acuerdo con el 17% de los encuestados. No obstante, los medios de comunicación masivos rápidamente hicieron suya la versión de que los rumores se difundían principalmente vía redes sociales, el 14.4% no contestó la pregunta, mientras que el 7.4% afirmó no tener una idea clara sobre el rol desempeñado por ellas durante la crisis.

Otro grupo adoptó una postura crítica hacia los medios sociales. El 13.8% dijo que contribuyeron a crear el clima de miedo y alarma social, otros afirmaron que se usaron para manipular a los usuarios (3.2%), mientras que el 1.6% aseguró que los instigadores aprovecharon el anonimato ofrecido por las redes para crear y divulgar los rumores. En el otro extremo, encontramos las opiniones favorables al papel desempeñado por las redes sociales. Un 5.4% apreció su función como medio de difusión de noticias frescas, otros afirmaron que las redes fueron una fuente confiable de información (3.2%) y, finalmente, el 2.1% dijo que los medios sociales fueron útiles para desmentir información falsa. Las diversas posiciones se encuentran en la siguiente figura.

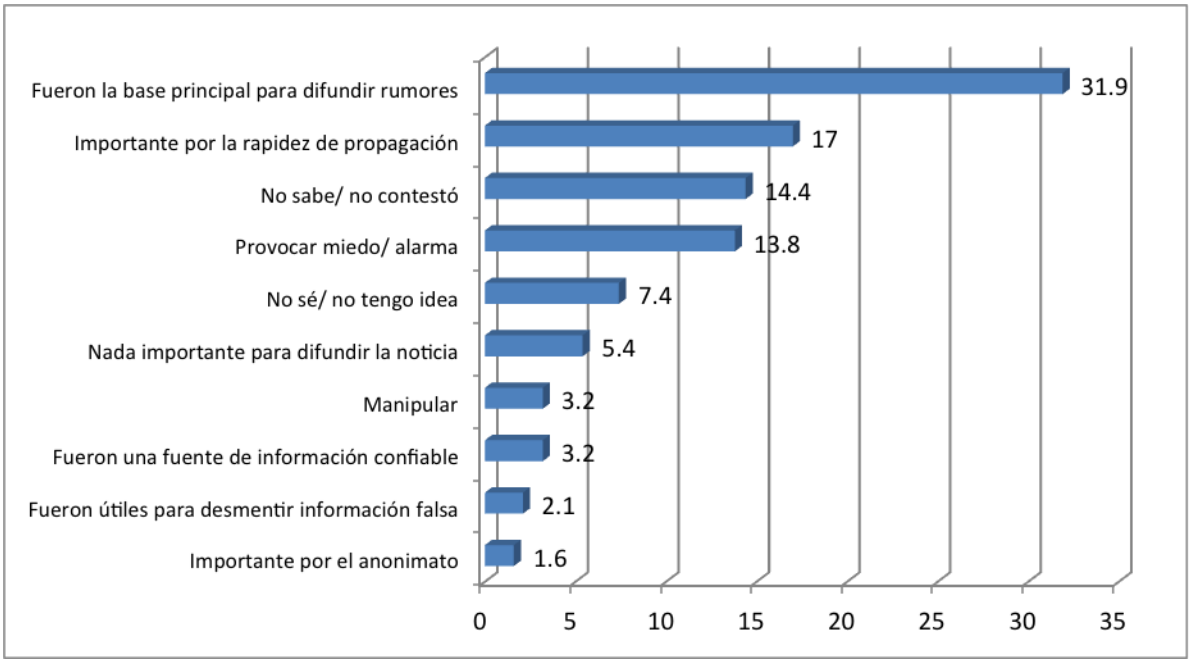


FIGURA 3: Papel de las redes sociales

Fuente: Elaboración propia.

Papel de los medios de comunicación tradicionales

Al ser cuestionados sobre el papel que desempeñaron los medios de comunicación tradicionales —radio, televisión y prensa— durante la crisis, los encuestados se dividieron en tres grupos claramente identificables. En primer lugar, podemos mencionar a los que expresaron una opinión favorable acerca de su trabajo periodístico y que afirmaron que estos contribuyeron a "desmentir los rumores" (20.7%), a tranquilizar a la población (8.5%), a informar sin más sobre los hechos (4.8%) y a "mandar reporteros a la zona para verificar la información" (2.7%). Inclusive, podemos incluir en este escenario positivo al 2.1% que opinó que los medios masivos mantuvieron una postura "neutral" frente a la ola de desinformación.

En segundo lugar, encontramos a aquéllos con una posición crítica a los medios de comunicación. Un 17.6% de la muestra dijo que estos tuvieron poca cobertura sobre el tema, el 6.9% afirmó que su función fue desinformar y crear más confusión, otro 6.9% opinó que los medios masivos minimizaron o negaron la existencia de los hechos contenidos en los bulos. Otros los culparon de ser una de las fuentes de origen de los rumores (2.1%) y de provocar el pánico entre el población (2.1%), de crear más dudas en lugar de despejarlas (1.1%) o de, simplemente, "jugar un mal papel durante esos días" (1.1%).

Finalmente, en tercer lugar, nos encontramos con un 20.2% de los encuestados que no supieron o no quisieron dar una respuesta a la pregunta sobre el papel de los medios masivos a lo largo de esos días. Desagregados, el 12.8% dejó en blanco la respuesta —codificada como "no contestó" — y el 7.4% afirmó no saber que decir sobre el tema.

El papel de las autoridades durante la crisis de los rumores

A pesar de haber tenido poca responsabilidad directa en la creación y propagación de la psicosis, las autoridades locales y estatales resultaron mal evaluadas al momento de preguntar qué papel desempeñaron durante los días de rumores. Las opiniones negativas —agrupadas— suman un 61.8%, frente a un 19.1% de encuestados que tuvieron una opinión favorable. El tercer grupo, que no contestó la pregunta, constituye el otro 19.1% de la muestra.

El desagregado de las opiniones negativas nos señala que el 34.6% de la muestra consideró que las autoridades actuaron tarde y lentamente; el 9.6% les reprochó la falta de iniciativa para desmentir las versiones con información confiable, a pesar de la apariciones públicas de los jefes de policía y presidentes municipales. Otros consideraron que sus acciones resultaron intrascendentes al momento de aclarar los hechos (6.9%), que "no actuaron" en esos días (4.3%), que dieron a la ciudadanía información falsa (3.7%) o incompleta (1.6%), y que buscaron distraer a la opinión pública de los hechos "reales" (1.1%).

El grupo que tuvo una opinión favorable sobre el trabajo de las autoridades afirmó que actuaron de una manera adecuada (9.6%) y que reaccionaron rápidamente para desmentir los rumores (7.4%). El 2.1% opinó que las autoridades de los municipios del Estado de México actuaron correctamente de acuerdo con sus posibilidades.

Conclusiones

Los rumores y chismes siempre están presentes en la vida social, son parte de la naturaleza humana. Lo que llama la atención del episodio en la zona oriental del valle de México es la extensión del mismo, con más del 90% de encuestados que afirmó recordarlo, así como la sensación de zozobra que causó entre la población por lo menos durante 24 horas. El estudio muestra la importancia de la comunicación interpersonal en la divulgación de los rumores, pero también pone de manifiesto el nuevo papel de la comunicación instantánea vía medios sociales. Estos actuaron como catalizadores y amplificadores del fenómeno más allá de los límites del entorno social o el barrio.

Muchos de los mensajes trasmitidos en Twitter y Facebook durante esos días entraron dentro de la definición de "noticias improvisadas", propuesta por Tamotsu Shibutani para precisar qué es

un rumor. Por lo anterior, es importante resaltar el papel que desempeñaron los medios de comunicación tradicionales como fuente de información confiable. Al parecer, resultó más efectivo para contener las versiones contradictorias enviar a periodistas y camarógrafos a la zona, que los mensajes de desmentido de los funcionarios vía Twitter y que solamente podían ser vistos por los abonados a la red social —público, por cierto, más crítico de los mensajes de fuentes oficiales—. En este aspecto, el trabajo periodístico tradicional —ir a la fuente, recabar, contrastar y verificar información, así como darle contexto— es más valioso que la divulgación de una noticia fragmentada y no verificada.

No cabe duda que el ambiente de opinión y los contextos socioeconómicos influyen en el origen y versiones de los rumores. Las respuestas de los encuestados muestran el estado de tensión de la población creado por el ambiente de violencia criminal en la zona, primero, y el conflicto poselectoral, después. Ambos procesos influyeron para que el enfrentamiento entre transportistas —aparatoso pero local— casi paralizara la vida de millones de personas. Los rumores seguirán emergiendo en el futuro, eso es inevitable, pero la población deberá aprender poco a poco a ponderar el efecto de compartir rumores no verificados, ya sea en comunicación interpersonal o en entornos virtuales.

Referencias

Allport, G. y Postman, L. (1988). *Psicología del rumor*. Buenos Aires: Editorial Psique.

Anaya, L (2010, diciembre 9). Los 10 municipios con más habitantes por kilómetro. El Universal. Recuperado de: http://www.eluniversaledomex.mx/otros/nota10285.html

Becerril, A. (8 de septiembre de 2012). Disputa del narco por el control territorial, detrás de los rumores del EDOMEX: Encinas. *La Jornada*. p. 4

Burgueño, J.M. (2009). *Los renglones torcidos del periodismo: Mentiras, errores y engaños en el oficio de informar*. Barcelona: Editorial UOC.

Camacho, F. (8 de septiembre de 2012). La histeria colectiva, por desconfianza de los medios oficiales y autoridades: expertos. *La Jornada*, p. 4.

Gómez, L., et al. (8 de septiembre 2012), Insta Mondragón a ignorar infundios; cuatro detenidos, *La Jornada*, p. 37

González, C. (10 de septiembre 2012). Recuento del conflicto en Chicoloapan. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/8fc4e1933ecace64d9aae6993a84a4f3

Milenio. (30 de septiembre de 2012). Edomex suma 411 ejecuciones en nueve meses, *Milenio*, p. 21.

Ramón, R. (7 de septiembre de 2012). Paraliza rumores sobre violencia el oriente de EDOMEX. *La Jornada*, p. 32.

Reber, A.S. (1995). Rumor. The Penguin Dictionary of Psychology. Londres: Penguin Books.

Romero, G. (2012, septiembre 7). Rechaza Ebrard que haya brotes de violencia. *La Jornada*, p. 32.

Rosnow. R.L. (1991). Inside Rumor: A Personal Journey. *American Psychologist*, 46, pp. 486-496.

Sánchez, T. (8 de septiembre de 2012). La gente está animada. *La Jornada*, p. 3.

Santos H. y Salazar A. (20 de septiembre de 2012). Comienzan patrullajes policiaco-militares en “Neza” por la violencia. *Milenio*, p. 12.

Servín, M. (7 de septiembre de 2012). Viven capitalinos dos días de histeria y miedo. *La Jornada*, p. 36.

Torres, R. (6 de septiembre de 2012). Gresca de antorchistas desata psicosis en el Estado de México. *El Economista*. Recuperado de: http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/09/06/cetis-nezahualcoyotl-cancela-clases-presencia-porros

La participación ciudadana en la era digital

Análisis de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de derechos ciudadanos[1]

Ariel Vercelli
Investigador Asistente del CONICET y Presidente de Bienes Comunes, A.C.
Es Doctor en Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Magíster en Ciencia Política y Sociología, Escribano y Abogado.

RESUMEN

En el artículo se analiza el concepto de gobierno abierto (open government) y se exploran sus relaciones con el ejercicio y la gestión de los derechos ciudadanos. Específicamente, se revisan y cuestionan las nuevas formas de participación política ciudadana y las tecnologías digitales y plataformas que se utilizan para estos fines. El artículo es aún exploratorio y busca responder preguntas como: ¿Los gobiernos abiertos se relacionan con las tradiciones abiertas/libres de la cultura originaria de Internet? ¿Qué significa participar políticamente en la era digital? ¿Cómo se produce la participación política ciudadana? La investigación busca fortalecer las democracias en América Latina.

PALABRAS CLAVE

Participación política, ciudadanía, gobiernos abiertos, democracia, tecnologías digitales.

1 La obra intelectual es Derecho de Autor © 2012, Ariel Vercelli. Se desarrolló gracias al apoyo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), el Instituto de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad Nacional de Quilmes, la Escuela del Cuerpo de Abogados del Estado (ECAE) y Bienes Comunes, A.C.

La construcción de ciudadanías y gobiernos abiertos en la era digital

El desarrollo de las tecnologías digitales, la expansión de Internet y el crecimiento de las redes de telefonía móvil han generado profundos cambios en las formas políticas a nivel global. Las arquitecturas abiertas, libres y de producción colaborativa —entre pares— han permitido que, como nunca antes en la historia de la humanidad, millones y millones de personas (usuarios finales, ciudadanos) a nivel global puedan informarse, comunicarse, expresar sus preferencias, gestionar parte de sus derechos ciudadanos y colaborar para producir, disponer y compartir todo tipo de bienes y obras intelectuales. Estas tecnologías están cambiando la manera de hacer política: desde las campañas y sus diferentes formas de financiamiento, hasta las mismas bases de la participación política ciudadana.

En ningún caso estas tecnologías han sido neutras. Por un lado, han renovado y fortalecido —y pueden robustecer y enriquecer aún más— el ejercicio directo e inmediato de derechos ciudadanos fundamentales: la libertad de expresión, el derecho a peticionar a las autoridades, el derecho de autor y el derecho de copia, el derecho de libre acceso y la disponibilidad de la información pública (Lessig, 2001; Benkler, 2006; Vercelli, 2009). Por el otro, lejos de una neutralidad tecnológica, estas mismas tecnologías también han servido —y pueden servir— para generar nuevas formas de censura, menoscabos a derechos intelectuales, la desaparición de la privacidad, formas autoritarias de control, la privatización de informaciones de carácter público o la formación de gobiernos totalitarios (Boyle, 2008; Lessig, 2008; Vercelli, 2009).

La relación entre las tecnologías digitales y las formas de gobierno ya tiene una larga historia. Las promesas y reivindicaciones de mejores formas de gobierno estuvieron presentes en los inicios de la digitalización: desde la informatización de las administraciones públicas, hasta los más sofisticados y ambiciosos proyectos de gobiernos electrónicos[1] (Berners Lee, 2000; Castells, 2001; 2009; Naser y Concha, 2012). En la actualidad —tal vez con más escepticismo, exigencias y urgencias—, todavía sigue en pie la pretensión de construir gobiernos más democráticos, republicanos, con una ciudadanía digital fuerte y, en suma, lograr una nueva y mejor relación entre los ciudadanos y sus gobernantes (Beas, 2011; Naser y Concha, 2012).

La idea de alcanzar "gobiernos electrónicos abiertos" ha surgido recientemente como una vía, una alternativa, un camino posible que conduzca a la construcción de mejores formas de gobierno en la era digital. Estas iniciativas procuran ser más transparentes, confiables, participativas y colaborativas en la administración de la cosa pública (Obama, 2009; Orszag, 2009; Irekia, 2010a). Se pre-

1 Además de gobierno electrónico, con diferencias y matices, también se han utilizado los conceptos de telegobierno, e-gobierno, administración electrónica, gobierno en línea o gobierno digital.

sentan a nivel internacional como un nuevo intento de llevar más apertura, diálogo y participación ciudadana a la política. En este sentido, los gobiernos abiertos parecen enfrentarse al secretismo, la clausura y, sobre todo, a la brecha que separa a los ciudadanos y a sus gobernantes dentro del sistema de representación política (Orszag, 2009; Irekia, 2010a, Ramírez Alujas, 2010).

En pocos años los gobiernos abiertos se pusieron "de moda". El primero de los gobiernos —autodenominado— "abierto" a nivel mundial se inició a principios del año 2009 en los Estados Unidos. Su actual presidente, Barack Obama, ha sido el principal impulsor de esta modalidad de gobierno electrónico. Obama inició su proyecto de gobierno abierto desde su misma campaña a la presidencia. Para ello, utilizó blogs y redes sociales —como Facebook y Twitter—, diseñó toda una nueva forma de financiar su campaña política, convocó insistentemente a la participación ciudadana y, en pocos meses de gestión, resignificó profundamente las formas de gestionar la cosa pública (Beas, 2011). Para Obama, la apertura de su gestión democratizó los datos e informaciones públicas y mejoró la vida cotidiana de los ciudadanos (Obama, 2009; Orszag, 2009).

Las principales características de los gobiernos abiertos

Los gobiernos abiertos se caracterizan por, al menos, utilizar las tecnologías digitales y las plataformas tecnológicas para buscar mejores niveles de: 1) transparencia en las formas de gestionar el patrimonio público; 2) participación política activa de los ciudadanos en la elaboración y deliberación de iniciativas, políticas y leyes —en forma directa o a través de organizaciones de la sociedad civil—; 3) colaboración entre gobiernos, ciudadanos, partidos políticos, sindicatos, empresas, organizaciones de la sociedad civil, etcétera. Estos tres elementos están presentes y caracterizan todas las iniciativas a nivel global, son los pilares sobre los que se asienta la apertura en las formas de gobierno (Orszag, 2009; Irekia, 2010a, Vercelli, 2010; Ramírez Alujas, 2010).

¿Existen otros elementos comunes que permitan caracterizar los gobiernos abiertos? Un cuarto elemento presente en estas iniciativas es: 4) la gestión de bienes intelectuales. Los bienes[2] intelectuales[3], estas formas de valor intelectual, se expresan de diferentes maneras y pueden presentarse mediante los más diversos soportes (materiales). En este sentido, las experiencias de gobiernos abiertos implican siempre una gestión —más o menos— estratégica de las diferentes formas de

2 El concepto de bien/bienes indica aquello que tiene —o puede tener— un valor, un interés, una utilidad, un mérito y que, a su vez, recibe —o puede recibir— protección jurídica. Así, los bienes son todas aquellas cosas materiales o entidades intelectuales en cuanto objetos de derecho. La definición de bien/bienes alcanza a todo lo que sea o pueda ser jurídicamente tutelado más allá del reconocimiento expreso en una ley positiva o de las interpretaciones jurídico-políticas dominantes (Vercelli, 2009).

3 A diferencia de los bienes de calidad material —o cosas—, los datos, las informaciones o las obras intelectuales se definen como bienes de calidad intelectual. Si bien se expresan en soportes materiales, estos bienes intelectuales —más aún los que se encuentran en formatos digitales— son abundantes y pueden compartirse libremente entre diferentes grupos sociales sin generar relaciones de escasez. Por su calidad, todos los bienes intelectuales tienen un carácter común. Se puede disponer de ellos para cualquier propósito de forma directa, inmediata y sin mediaciones (Vercelli, 2009).

valor intelectual. Esta gestión se divide, al menos, en tres formas de valor: 1) gestión de datos —como bases de datos—; 2) gestión de informaciones públicas; y 3) de obras intelectuales —por ejemplo, software, música, artículos de investigación científica o informes técnicos de la administración pública—[4].

Las características y elementos de los gobiernos abiertos descritos están íntimamente relacionados con la arquitectura, la política y la cultura que ha definido históricamente el desarrollo de las tecnologías digitales e Internet. Así, el concepto de gobierno abierto también deriva de la apertura de las redes electrónicas y sus protocolos, de la libertad/apertura de los movimientos por el software libre (free software) y software de fuente abierta (open source), del movimiento por el acceso abierto (open access), de los movimientos por la liberación y disponibilidad de la cultura (free culture) y, en suma, de toda una cultura abierta/libre que caracterizó el desarrollo de Internet desde sus inicios (Boyle, 2009; Castells, 2000, 2009; Lessig, 2006; Vercelli, 2004, 2009; Stallman 2004).
Más allá de estas definiciones o de las aproximaciones descritas, el concepto de gobierno abierto aún no tiene un desarrollo sistemático ni es una doctrina política. Es un concepto en construcción, ambiguo, polisémico e, incluso, redundante. Concretamente, ¿qué significa que un gobierno sea abierto? Puede parecer sorprendente e insólito, pero no queda claro a nivel internacional qué significa esta apertura en las formas políticas. En igual sentido, ¿por qué los gobiernos que ya son democráticos y republicanos deben ser también abiertos? ¿Cuál es el carácter que tienen los datos, las informaciones públicas y las obras intelectuales que se producen en cumplimiento de las funciones públicas? ¿Qué niveles de acceso y disponibilidad tienen ciudadanos, empresas u otros Estados?

En igual sentido, mucho se habla por estos días de gobiernos abiertos pero, en proporción, ¿no se habla muy poco de qué serían las ciudadanías abiertas o las nuevas formas de participación política ciudadana en la era digital? Es decir, un segundo nivel de preguntas —íntimamente relacionadas a las primeras— cuestiona qué tipo de relación se presenta entre las tecnologías digitales y estas nuevas formas de participación ciudadana. En concreto, ¿estas formas abiertas de gobierno están generando también ciudadanías abiertas y nuevas formas de gestionar derechos ciudadanos? ¿Cuánto ha cambiado la capacidad que tiene la ciudadanía para participar políticamente mediante Internet o la telefonía móvil? ¿Mediante qué canales o plataformas? ¿Es posible medir los niveles de participación política ciudadana?

4 Por ejemplo, Barack Obama comprendió de forma rápida que la información del Gobierno Federal de los Estados Unidos era parte de un "activo" o "patrimonio nacional" muy importante (national asset) (Obama, 2009). En pocos años, los gobiernos de Alemania, Holanda, Australia, Reino Unido, Israel, Francia, Corea del Sur, Japón, España, Brasil, Chile o Uruguay, entre otros, resignificaron el concepto de dominio público y comenzaron a utilizar licencias libres o abiertas para la gestión estratégica de los bienes y obras intelectuales.

Las tecnologías digitales y la gestión de los derechos ciudadanos

Lejos de ser pacíficos, los cambios en las formas de gobierno y sus correlatos en las formas de participación y gestión de derechos ciudadanos estuvieron —y aún están— atravesados por todo tipo de tensiones, negociaciones y luchas. Muchas de las tensiones son cotidianas y se encuentran presentes a cada clic de ratón: al momento de escribir un correo electrónico o una entrada en un blog, dejar un comentario en una red social, chatear, intercambiar archivos en redes de pares, construir un avatar en un mundo virtual, enviar un mensaje de texto por teléfono móvil, jugar en la red mediante consolas de videojuegos o participar políticamente en un portal web gubernamental. Sin embargo, a pesar de su cotidianeidad, muchas veces la ciudadanía no alcanza a percibir cuánto se afectan sus derechos por el uso de ciertas tecnologías y plataformas digitales.

Por ello, desde un abordaje socio-técnico[5], es necesario analizar cómo se construyen las experiencias de gobiernos abiertos y de qué forma se relacionan los derechos ciudadanos y las tecnologías digitales que se utilizan para su gestión. En otras palabras, cada una de las relaciones jurídicas, bienes, artefactos, tecnologías o portales de gobierno abierto, son resultado de un proceso continuo de luchas, discusiones, negociaciones y redefiniciones por parte de los diferentes "grupos sociales relevantes" (Thomas, 2008; Vercelli, 2009). Los grupos sociales relevantes están formados por actores que atribuyen significados (Bijker, 1995, p. 46), entre otros: ciudadanos que usan redes sociales; gobiernos nacionales, provinciales y municipales que implementan soluciones de gobierno abierto; empresas de desarrollo de software; corporaciones transnacionales; académicos dedicados al tema; ingenieros; los partidos políticos; organizaciones no gubernamentales (ONG)[6].

5 El artículo y esta línea de investigación se basan en un análisis socio-técnico (Bijker, 1995; Thomas, 2008; Vercelli, 2009). Para el enfoque socio-técnico el significado de un artefacto tecnológico —en sus múltiples y diversas expresiones— no puede encontrarse dentro del mismo artefacto. Un artefacto tecnológico no es auto-explicativo, no tiene razones internas, inmanentes o intrínsecas que lo expliquen por sí mismo, más allá de sus diversas inter-relaciones sociales, técnicas, económicas, políticas que lo constituyen históricamente. Este enfoque socio-técnico reconstruye analíticamente tanto el momento dónde los artefactos tecnológicos son partes constitutivas de las relaciones sociales, políticas, económicas como —a su vez— el momento en que estas diversas relaciones se expresan, codifican y materializan en artefactos tecnológicos.

Es decir, analiza cómo las tecnologías son construidas socialmente y cómo las sociedades son construidas tecnológicamente. El análisis socio-técnico permite [des] construir la interrelación entre lo social y lo tecnológico. Este enfoque busca evitar [y superar] las posiciones deterministas y lineales tanto socio-jurídico-políticas como tecnológicas. El marco de análisis socio-técnico propuesto se ubica dentro de un abordaje constructivista y relativista del desarrollo tecnológico (Thomas, 1999). El abordaje es constructivista, puesto que busca captar el momento en que, mediante sus acciones, los diferentes grupos sociales —más o menos relevantes— van construyendo problemas y soluciones en función de la protección o garantía de sus intereses. A su vez, el abordaje es relativista, puesto que en este enfoque no existen tecnologías, regulaciones, políticas, bienes o cualquier tipo de construcciones sociales, que se mantengan sin cambios, que sirvan en todo tiempo y lugar o puedan considerarse universales. Estas construcciones son socio-históricamente situadas (Thomas, 2008; Vercelli, 2009).

6 El análisis socio-técnico permite enfocar —seguir— los grupos sociales que, con su accionar, van construyendo tanto las tecnologías como las regulaciones. En este sentido, se puede observar cómo las regulaciones o las tecnologías son construidas por las mismas personas —ciudadanos— que son usuarios finales de una red distribuida de telefonía móvil, lectores de una biblioteca de una agencia gubernamental, usuarios hogareños de la televisión digital terrestre o ciudadanos que utilizan servicios de gobierno abierto. En esta investigación se pretende mostrar cómo es que las regulaciones y las tecnologías son construidas por la acción de los diferentes grupos sociales y hacen que éstas tengan una composición heterogénea, que sean una construcción híbrida (Bijker, 1995; Callon, 1998; Latour, 2004).

Mediante este enfoque se busca captar el conjunto de relaciones que provocan el diseño de tecnologías para gestionar datos, que se sancionen leyes sobre acceso a las informaciones públicas, que se produzcan licencias para liberar obras intelectuales o que se construyan plataformas orientadas a la participación política ciudadana. Por ello, dentro de esta investigación, el funcionamiento o no-funcionamiento de una solución de gobierno abierto no responde a una propiedad intrínseca. Por el contrario, es el resultado de un complejo proceso de construcción socio-técnica en el que se evidencian las negociaciones e imposiciones de significados atribuidos por los diferentes grupos sociales[7]. El funcionamiento o no-funcionamiento de una solución de gobierno abierto o de una plataforma comunitaria de gestión de derechos ciudadanos es el resultado de un proceso complejo en el que se evidencia su éxito o fracaso, su viabilidad o abandono, según las negociaciones e imposiciones de significados atribuidos por los diferentes grupos sociales[8].

Las relaciones que se producen entre las regulaciones[9] y las tecnologías son profundas. En las dos instancias se codifican intereses, valores y posiciones políticas de los grupos sociales (Vercelli, 2004, 2009), además, se articulan en la gestión digital de los derechos ciudadanos. Los procesos políticos de codificación y de-codificación pueden verse sintetizados en las formas de gestión, plataformas web o redes sociales que son, simultáneamente, tanto tecnologías como regulaciones. En este sentido, tanto las regulaciones como las tecnologías se orientan hacia el control de procesos, conductas humanas o espacios. Ambas buscan ajustar, balancear, estabilizar el relacionamiento social. Son parte de un proceso complejo de intervención política sobre las conductas y los espacios a nivel social (Vercelli, 2004, 2009).

7 El análisis del proceso de imposición y negociación de estos significados permite comprender el desarrollo histórico, el cambio, o bien, el éxito o fracaso de cualquiera de estas construcciones (Thomas, 2008). Según Bijker (1995), la existencia de diversos significados atribuidos a un artefacto por parte de los distintos GSR es un indicio su "flexibilidad interpretativa" en un tiempo y lugar determinados. Esta flexibilidad interpretativa aumenta o disminuye en la medida que se negocian, discuten, consensúan o imponen diferentes significados sobre un artefacto (Bijker, 1995).

8 La noción de funcionamiento puede definirse como un emergente, como algo contingente, relativo a un tiempo-espacio determinado y sujeto a una diversidad de fuerzas y tensiones (políticas, técnicas, sociales, económicas o legales). En esta investigación el concepto de adecuación socio-técnica permite describir por qué una política de gobierno abierto, unas regulaciones o determinadas tecnologías "funcionan". El concepto de adecuación es complementario al concepto de funcionamiento. Por lo general, las tecnologías funcionan o no-funcionan por un compromiso entre la asignación y negociación de sentido de los grupos sociales y la materialidad de los artefactos (Thomas, 2008).

9 Como ocurre con las tecnologías, para esta investigación las regulaciones también tienen una composición heterogénea. Están compuestas por leyes, modelos de gestión, normas sociales de los usuarios, costumbres, condiciones de mercado, políticas, arquitecturas, tecnologías y, en suma, todo lo que haga funcionar las construcciones jurídicas. A diferencia de lo que indica el sentido común, una regulación no es sólo una ley o un conjunto de leyes. A diferencia de éstas y otras expresiones jurídicas, las regulaciones siempre tienen una faz práctica que debe ser contrastada empíricamente. Más que una proyección o la expresión de intenciones, son el resultado de un proceso complejo que va delineando las formas repetidas, las formas medias del acontecer social. Una regulación, una política o cualquier artefacto tecnológico funciona o no-funciona a partir de las negociaciones de sentidos, de los usos y de las prácticas de los diferentes grupos sociales.

Específicamente, las regulaciones y las tecnologías digitales mantienen una relación estrecha, íntima y profunda frente a las diferentes formas de control político y social. Son parte de un proceso mayor donde ambas se articulan, cambian simultáneamente, co-evolucionan, co-varían a través del tiempo[10]. Esta relación se define como un proceso de "co-construcción" entre regulaciones y tecnologías[11]. Así, el concepto de co-construcción permite analizar cómo, mediante el mismo proceso —en el mismo momento, en el mismo acto, simultáneamente—, se construyen regulaciones para tecnologizar la sociedad y se construyen tecnologías para regular y gobernar las sociedades. Las experiencias de gobiernos abiertos no dejan de ser gobiernos electrónicos mediados por la relación entre regulaciones y tecnologías digitales. Los gobiernos abiertos pueden analizarse desde un abordaje socio-técnico, es decir, mediante el enfoque de los procesos de co-construcción que se producen entre regulaciones de derechos ciudadanos y las tecnologías necesarias para la gestión de estos derechos. De allí que las regulaciones y las formas de gestión de derechos ciudadanos puedan analizarse como instancias tecnológicas, como artefactos tecnológicos, como mediaciones socio-técnicas. A su vez, correspondientemente, las tecnologías digitales, el software, las aplicaciones, los códigos digitales y las plataformas de gobierno abierto pueden ser analizados como instancias regulativas.

Este enfoque permite plantear nuevas interrogantes, tanto a nivel global como a nivel local y regional. Entre otras, si las formas políticas para regular los sistemas de gestión de derechos ya no son sólo leyes, entonces, ¿qué actores/grupos sociales están capacitados para participar en su gestión? ¿Quiénes pueden desarrollar estas nuevas instancias de gestión basadas en el diseño de la tecnología? ¿Qué ocurre con las asimetrías existentes entre los países más desarrollados —y sus empresas transnacionales— y los países menos desarrollados? La articulación entre regulaciones de derechos intelectuales y las tecnologías digitales necesarias para expresar y ejecutar esos derechos comenzó a analizarse como un proceso político (socio-técnico) donde se codifican valores, posiciones e intereses de los diferentes grupos sociales involucrados (Vercelli y Thomas, 2008; Vercelli, 2009).

10 En los entornos digitales, las regulaciones y las tecnologías mantienen históricamente una relación estrecha, complementaria y de retroalimentación (Kapor, 1990; Barlow, 1994, 1996; Mitchell, 1995). En el libro Código y otras leyes del Ciberespacio, Lawrence Lessig (2006) es uno de los primeros en explicitar cómo los "códigos eran la ley" (code is law) dentro de los entornos digitales y en mostrar cómo este proceso afectaba políticamente la red de redes. Los estudios sobre las regulaciones en Internet comenzaron a extender su análisis más allá de la esfera estrictamente legal. Internet comenzó a observarse como una red regulada mediante todo tipo de leyes, arquitecturas, costumbres, reglas de mercado y tecnologías (Lessig, 2006; Vercelli, 2004; Benkler, 2006). El diseño de las tecnologías comenzó a ser uno de los puntos de análisis de las regulaciones (Feenberg, 1999, 2002) y emergió, con mayor claridad, la íntima relación entre la producción de regulaciones de derechos intelectuales y las tecnologías digitales diseñadas para gestionar estos derechos (Vercelli y Thomas, 2007; Vercelli, 2009).

11 Es decir, como un proceso socio-técnico, dinámico, auto-organizado, interactivo, de condicionamiento recíprocos, de mutua determinación, tensión, negociación y retroalimentación entre elementos heterogéneos: artefactos, actores, conocimientos, regulaciones, usuarios, políticas, formas de funcionamiento (Oudshoorn y Pinch, 2005; Vercelli y Thomas, 2007; Thomas 2008; Vercelli, 2009).

La participación política ciudadana y sus posibles formas de institucionalización

La participación política ciudadana es uno de los cuatro elementos sobre los que se asientan y construyen los gobiernos abiertos (Ramírez Alujas, 2010; Calderón y Lorenzo, 2010). La participación política de la ciudadanía bien puede considerarse su piedra basal y fuente de la soberanía popular. Justamente, es la participación política la que debería favorecer, permitir y construir los diferentes gobiernos —sean estos más o menos abiertos—. En la era digital, si hay gobiernos abiertos, entonces estos tienen que nacer, articularse y sustentarse mediante las diversas formas de participación política de sus ciudadanías (Serrano y Serrano, 2009; Beas, 2011; Naser y Concha, 2012).

A diferencia de la transparencia, la colaboración y la gestión bienes intelectuales —los otros elementos de los gobiernos abiertos—, la participación política ciudadana ha sido uno de los temas menos trabajados y con menos cambios evidentes dentro de los casos de gobiernos abiertos a nivel mundial, no sólo en Estados Unidos, sino también en Canadá, Corea del Sur o Japón. No deja de sorprender esta situación y bien puede considerarse una paradoja. ¿Es posible que a nivel internacional todavía no esté muy claro qué son y cómo se construyen tecnológicamente estas nuevas formas de participación?

No existen grandes cambios en relación a la participación política ciudadana en los gobiernos abiertos. Éste es, justamente, uno de los puntos que debe ser profundizado mediante el análisis de casos e investigaciones de base empírica. El análisis socio-técnico puede ayudar a conocer si la participación política en los gobiernos abiertos es sólo una quimera o, realmente, está produciendo cambios a nivel global. El sentido común indica que a medida que crece la inclusión digital, que aumenta la cantidad de ciudadanos que pueden expresarse y ejercer sus derechos mediante los medios electrónicos, la participación política ciudadana también debería hacerlo y podría verse enriquecida y comenzar un proceso de renacimiento[12].

Hoy existe la posibilidad real de que cualquier ciudadano —que esté incluido tecnológicamente— pueda armar en minutos una página web, un blog o suscribirse a una red social que lo habilite a expresarse y le permita recibir comentarios, citas o referencias. Esto favorece la construcción de diálogos distribuidos que cambian y complementan la relación política que la ciudadanía mantenía con los gobiernos y los grandes medios de comunicación: prensa, radio y televisión. En este

12 ¿La participación política ciudadana es sinónimo de voto electrónico? El voto popular es, sin duda, una de las formas de participación política: es, hasta el momento, la forma de participación política por antonomasia. Sin embargo, el voto y las urnas electrónicas son un tema muy diferente y, en muchos puntos, forman parte de soluciones indeseables y riesgosas (fraude) para el futuro de las democracias a nivel global.

sentido, las tecnologías digitales e Internet han permitido que la ciudadanía pueda expresarse y participar en el diálogo político mediante el uso de los más diversos canales digitales, plataformas y redes sociales: los correos electrónicos, los foros de discusión, las cadenas de diapositivas, los salones de chat, la mensajería instantánea, los mensajes de texto, las páginas web y los blogs significaron y significan un cambio sustancial en este tipo de participación a nivel global.

Algo similar ocurre con las diferentes formas de obtener información, expresarse y alcanzar un diálogo político, que permiten las plataformas comerciales y las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Google Plus o Ning. Sin embargo, rápidamente surgen diversas y profundas preguntas. ¿Cualquier forma de expresión puede entenderse como una participación política ciudadana? ¿Todas las formas de participación mediadas por las tecnologías digitales son necesariamente buenas y deseables para la democracia? Entre otras cuestiones: ¿Expresar ideas, preferencias o discutir algo en una lista de distribución, foro o Twitter implica una participación política ciudadana? ¿La construcción de un foro temático en Facebook se compara con la elaboración de un presupuesto participativo?

¿La participación política ciudadana sólo puede ser crítica y reactiva o también puede darse de forma constructiva y alcanzar resultados institucionales tangibles? ¿Expresarse y opinar es igual que presentar formalmente un proyecto para reformar leyes, decretos o resoluciones? Cada vez es más claro que las nuevas formas de participación ciudadana pueden ir mucho más allá del ejercicio pleno de la libertad de expresión y del ejercicio constitucional de peticionar a las autoridades. En este sentido, ¿es posible pensar en soluciones de gobierno abierto que permitan y favorezcan a los ciudadanos la gestión de otros derechos constitucionales? ¿Cuáles serían las tecnologías digitales, redes o plataformas que favorecerían estas nuevas formas de participación política ciudadana? ¿Existen casos y experiencias de ciudadanías y gobiernos abiertos en América Latina que evidencien estos niveles de gestión de derechos ciudadanos?

A su vez, en relación con los canales de participación, ¿cualquier plataforma comercial puede servir para los fines de la participación ciudadana? ¿Es igual utilizar redes sociales comerciales masivas que canales o plataformas de las instituciones y partidos políticos de un país? Por ejemplo, ¿cuántos canales y redes sociales institucionales se pueden enumerar en América Latina en ministerios, congresos, direcciones nacionales, sindicatos, municipios o universidades públicas? Ahora, entre muchas otras interrogantes que emergen: ¿Es conveniente institucionalizar estas nuevas formas de participación ciudadana? ¿Esta institucionalización favorecería mejores democracias o las limitaría? ¿Qué tan institucional puede o debe ser la participación ciudadana? ¿Un poco, mucho, completa? Entonces, si la participación política ciudadana se institucionaliza y se logran

desarrollar canales público estatales, ¿la participación se hace más fuerte, se enriquece o rápidamente pierde diversidad y se empobrece? ¿Esta participación debe darse con nombre y apellido o también puede ser anónima?

Hacia la construcción de mejores democracias en la era digital

La apertura descrita en las nuevas formas de gobierno es, sin duda, tributaria de la cultura abierta de Internet, de su arquitectura política, de las luchas por el software abierto/libre y de las luchas por la liberación de la cultura en todas sus formas. Éste no es un tema menor, cierto nivel explicativo sobre los conceptos de gobiernos y ciudadanías abiertas depende de estas tradiciones. Las arquitecturas distribuidas, abiertas y de producción colaborativa entre pares —que definieron y todavía definen la red de redes— marcan un punto clave para el análisis de estas nuevas formas de ciudadanías y gobiernos a escala global. En otras palabras, las tecnologías digitales y las plataformas que se usen o se construyan serán de gran relevancia política e impactarán en el tipo de democracia que pueda alcanzar cada uno de los países a nivel mundial.

Los gobiernos electrónicos abiertos están lejos de ser alcanzados por una plácida y descomprometida neutralidad tecnológica. Las tecnologías digitales —y las tecnologías en general— traducen, codifican y solidifican estados de relaciones e intereses. Tienen una historia, un presente y un futuro. Así, las tecnologías con las que se diseñan y construyen los gobiernos y ciudadanías abiertas alrededor del mundo también codifican tensiones, negociaciones, luchas e intereses de los diferentes grupos sociales.

Las nuevas formas de gobierno no se producen por generación espontánea ni pueden transferirse desde otras realidades socio-históricamente situadas. Éstas son una construcción situada y cotidiana, son un emergente de producción colaborativa. Se construyen diariamente a partir del aporte de cada uno de sus ciudadanos. En este sentido, los gobiernos abiertos serán un emergente de producción colaborativa o no serán. Por ello, analizar el aporte ciudadano —individual o colectivo— puede ser muy relevante al momento de estudiar cómo es que se construyen estas nuevas formas abiertas de gobierno/ciudadanía. La construcción socio-técnica de los gobiernos abiertos debe encontrar su correlato en nuevas formas abiertas de las ciudadanías.

Esta línea de investigación debe indagar y analizar si, correspondientemente, también se están coconstruyendo nuevas formas de ejercer y gestionar derechos ciudadanos. ¿Se están desarrollando también ciudadanías abiertas en la era digital? La aparente inmutabilidad de la participación política ciudadana es una de las claves que debe ser analizada empíricamente. En este sentido, la participación política de la ciudadanía es, sin duda, el punto más importante en la construcción de los

gobiernos abiertos. Estas nuevas formas de participación deben poder caracterizarse y analizarse dentro de marcos más institucionales. Una parte sustancial de la democracia comienza a pasar por el ejercicio y la gestión de estos derechos ciudadanos. El análisis de las formas de gestión permite conocer mejor qué tipo democracias se están construyendo en la era digital.

Hasta el momento estos análisis han tenido una peligrosa desatención en las agendas político-científicas de los países en desarrollo. Las nuevas regulaciones vinculadas al diseño y producción de tecnologías impactan directamente sobre la autonomía, la soberanía y la defensa de los intereses nacionales/regionales. Van construyendo aspectos significativos del desarrollo y democratización de procesos decisorios a nivel global/regional. La construcción de gobiernos y ciudadanías abiertas se ha transformado en un tema estratégico para toda América Latina. Las relaciones que se producen entre el ejercicio de los derechos ciudadanos y las tecnologías digitales diseñadas para su gestión pueden definir —y así lo hacen— aspectos importantes del futuro político, cultural, social y económico de las sociedades.

La construcción de los gobiernos y ciudadanías abiertas en América Latina debe estar guiada por la apertura, la libertad y la disponibilidad del software libre. En este sentido, los gobiernos y las ciudadanías abiertas deben construirse sobre las bases de la soberanía tecnológica. A su vez, es necesario que los países de la región desarrollen sus propias soluciones de gobierno abierto y que éstas respondan a sus identidades, formas productivas, industrias, intereses nacionales y, en suma, que sean parte de una estrategia basada en la soberanía nacional y popular, así como en la integración regional.

Referencias

Australian Government. (2010). Copyright. Recuperado de: http://australia.gov.au/about/ copyright

Barlow, J., P. (2 de febrero de 1994). *The Economy of Ideas: A framework for patents and copyrights in the Digital Age*. (Everything you know about intellectual property is wrong). Wired. Recuperado de: http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html.

Barlow, J., P. (8 de febrero de 1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Recuperado de: http://www.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html.

Beas, D. (2011). *La re-invención de la política. Internet y la nueva esfera pública*. Avellaneda. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Benkler, Y. (2006). *The wealth of the networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Estados Unidos: Yale University Press.

Berners Lee, T. (2000). *Tejiendo la red: el inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI España.

Bijker, W. (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press.

Calderón, C. y Lorenzo, S. (Eds.). (2010). *Open Government - Gobierno Abierto*. Algón Editores, Alcalá la Real (Jaen).

Callon, M. (1998). Redes tecno-económicas e irreversibilidad. En *Revista Redes*, 17 (8), pp. 83-126.

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Madrid: Areté.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Ellis, J. (2010, 21 de enero). Licensing and data.gov.uk launch. Perspectives. Recuperado de: http://perspectives.opsi.gov.uk/2010/01/licensing-and-datagovuk-launch.html

Feenberg, A. (1999). *Questioning Technology*. New York: Editorial Routledge.

Feenberg, A. (2002). *Transforming Technology: A Critical Theory Revisited*. New York: Oxford.

Intendencia de Montevideo (2011). Principios para el manejo de datos abiertos en el gobierno. Recuperado de: http://www.montevideo.gub.uy/institucional/datos-abiertos/principios-para-el-manejo-de-datos-abiertos-en-el-gobierno.

Irekia. (2010a). Irekia, Gobierno Abierto. Irekia, *Gobierno Vasco*. Recuperado de: http://www.irekia.euskadi.net/es/pages/798-acerca

Irekia. (2010b). Irekia, Gobierno Abierto. Irekia, *Gobierno Vasco*. Recuperado de http://www.irekia.euskadi.net/

Kapor, M. (1990). The Software Design Manifesto. En Winograd, T. (ed.) *Bringing Design to Software*. Recuperado de: http://hci.stanford.edu/bds/1-kapor.html.

Latour, B. (1994). *Jamais Fomos Modernos*. Río de Janeiro: Editora 34.
Lessig, L. (2001). *The future of the ideas: the fate of the commons in a connected world*. Nueva York: Random House.

Lessig, L. (2004). *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. Nueva York: Penguin Press.

Lessig, L. (2006). *Code: Version 2.0*. Nueva York: Basic Books.

Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Nueva York: Penguin Press.

Lessig, L. (4 de junio de 2007). Retiring standalone DevNations and one Sampling license. *Creative Commons*. Recuperado de: http://creativecommons.org/weblog/entry/7520.

Librecultura. (2006). Manifiesto por la Librecultura: parte del movimiento por la liberación de la cultura en todas sus formas. Recuperado de: http://www.librecultura.org/manifiesto.html. Versión 1.1. del 17/11/2008.

Mitchell, W. (1995). *City of Bits: Space, Place and Infobahn*. Cambridge, MIT Press.

Naser, A. y Concha, G. (2012). Panorama de Gobierno Electrónico en la región: resultados e impactos. En Gastón, C. y Naser, A. (Ed.). El desafío hacia el gobierno abierto en la hora de la igualdad. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Recuperado de: http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/ xml/9/46119/W465.pdf

Obama, B. (2009). Transparency and Open Government. *The White House*. Recuperado de: http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Transparency_and_Open_Government

Open Data Euskadi. (2010). Qué es Open Data. *Gobierno Vasco*. Recuperado de: http://opendata.euskadi.net/w79-opendata/es/contenidos/informacion/que_es_opendata/es_que_es/que_es_opendata.html

Orszag, P. (8 de diciembre de 2009). Open Government Directive. *The White House*. Recuperado de: http://www.whitehouse.gov/open/documents/open-government-directive

Oudshoorn, N. y Pinch, T. (2005). *How Users Matters: the co-construction of users and technology*. Cambridge, MA: MIT Press.

Ramírez Alujas, A. (2010). Innovación en la Gestión Pública y Open Government (Gobierno Abierto): Una vieja nueva idea... Revista *Buen Gobierno*, 9, pp. 2-35.

Rijksoverheid. (2010). Copyright: Auteursrechtelijke informatie over de inhoud van deze website. *Rijksoverheid*. Recuperado de: http://www.rijksoverheid.nl/copyright

Serrano, J. L. y Serrano, J. L. (2009). La participación política ciudadana; sus límites y controles institucionales en el caso mexicano. Revista *Estudios Políticos*, 9 (16), Recuperado de: http://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/ article/view/18769

Stallman, R. (2004). *Software libre para una sociedad libre. Madrid: Traficantes de Sueños*. Recuperado de: http://www.traficantes.net/index.php/ trafis/content/download/ 18110/185232/file/softlibre%20enriquecido.pdf.

The White House. (2009). Copyright Policy. Recuperado de: http://www.whitehouse.gov/copyright

Thomas, H. (1999). *Dinâmicas de inovação na Argentina* (1970-1995): Abertura comercial, crise sistémica e rearticulação. (Tesis de doctorado). Universidad Estadual de Campinas, Brasil.

Thomas, H. (2008). *Estructuras cerradas vs. procesos dinámicos: trayectorias y estilos de innovación y cambio tecnológico*. En Thomas, H. y Buch, A. (Eds.) Actos, actores y artefactos: Sociología de la Tecnología. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, pp. 217-262.

Vercelli, A. (2004). *La Conquista Silenciosa del Ciberespacio: Creative Commons y el diseño de entornos digitales como nuevo arte regulativo en Internet*. Recuperado de: http://www.ariel vercelli.org/lcsdc.pdf.

Vercelli, A. (2006). *Aprender la Libertad: el diseño del entorno educativa y la producción colaborativa de los contenidos básicos comunes*. Recuperado de: http://www.aprenderlalibertad.org/aprender lalibertad.pdf.

Vercelli, A. (2009). *Repensando los bienes intelectuales comunes: análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho de copia y las tecnologías digitales para su gestión*. (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Recuperado de: http://www.arielvercelli.org/rlbic.pdf.

Vercelli, A. y Thomas, H. (3 de abril de 2008). *Repensando los bienes comunes: análisis socio-técnico sobre la construcción y regulación de los bienes comunes*. Versión 1.1. Recuperado de http://www.bienescomunes.org/archivo/rlbc-1-1.pdf.

Vercelli, A., Thomas, H. (2007). La co-construcción de tecnologías y regulaciones: análisis socio-técnico de un artefacto anti-copia de Sony- BMG. Revista *Espacios*, 3, pp. 5-30.

Old Economy v. New Economy:

Intellectual Property, Global Wrongs and Private Remedies

Giovanni Maria Riccio

Professor of Comparative Law
University of Salerno. Italy

ABSTRACT

During the last decade both US and Europe have regulated internet service providers liability (hereinafter referred to as ISPs). In 1998, the Congress has approved the Digital Millennium Copyright Act (DMCA) which has modified the Copyright Act of 1976, stating that ISPs are not liable if their activity is limited to a mere technical role which consists in transmitting information on digital networks.

The same inspiration has been followed by the E-commerce directive (directive 2001/31/EC) which has imitated, verbatim in some cases, the American law.

Two are the main differences among these laws. Firstly, the DMCA covers exclusively copyright infringements, while e-commerce directive can be applied both to criminal and civil liabilities. The latter difference is that e-commerce directive is limited to some activities developed by ISPs (mere conduit; caching; hosting), while the DMCA also regulates liability of search engines (like Google) and hyperlinks.

The DMCA as well as the EU directive is based on the neutrality principle: ISPs are not liable as long as they do not select contents or recipients of the information transmitted. The most remarkable issue, however, is probably the fact that both regulations have refused to apply strict liability to ISPs.

Starting from these regulations, the paper will analyze some examples of private regulations. It will be specifically examined YouTube's Video ID and eBay's Vero Program, probably the most relevant examples of cooperation between ISPs and IP holders, and the recent cases which has involved these tools in US, Spain, France and Italy.

The paper aims at demonstrating that IP violations are not the crucial matter of these legal actions, which reflects a clash between different business models.

Private remedies for IP violations, even if efficient, have not reached their goals. The reason is probably extralegal and is given by the fact that new economy services are attracting customers in the entertainment sector from traditional media (people watching YouTube rather than TV programs) and are diverting luxury brands consumers from traditional shops (people buying luxury products on eBay rather than on local dealers).

KEYWORDS

Economy, intellectual property, private remedies, digital copyright

1. What is the role of self-regulation – and, in general, of private remedies – in cyberspace? What is the support that a regulation not directly connected to the authority of a specific State can offer in relation to intellectual property infringements committed via cyberspace? It is extremely difficult to answer to this question properly. We probably need to take a step back, briefly analyzing what happened during the last decade.

During the '90s, some American scholars tried to diffuse the idea that the Internet, as a free virtual place, should also be free from any form of regulation. More cautiously, some other scholars suggested the use of forms of self-regulation, most famous among them being Netiquette[1]. Not surprisingly, these proposals soon manifested their limits. Self-regulation works for small groups with similar purposes and activities (such as physicians, lawyers), but it is much less successful with heterogeneous groups[2].

Considering the evolution and the diffusion of the Web, it could be argued that at the very beginning of the nineties, when the Internet was overwhelming "populated" by university researchers or by computer scientists, self-regulation and Netiquette might have been a good solution. However this same solution does not fit with the Internet in its current state. Not only in cyberspace, but in every sector and in every environment, regulation is restricted to matters falling within national boundaries.

The Internet is not a brave new world, as someone would argue. It is a mass-media and, even if the most innovative one, it must be treated as such[3], regardless of the cultural, social and economic revolution it has provoked[4]. And it would be frankly naive to imagine that in a market, whose value was more than 600 billion dollars in 2008[5], conflicts do not arise or that these conflicts could be regulated by Netiquette, which lacks enforceable remedies. This is the reason behind suggestions for the adoption of narrower forms of self-regulation. In fact, even though general self-regulation failed to regulate the Internet, other interesting examples of private remedies developed by ITC companies have been created in recent years.

1 I.Trotter HARDY, The Proper Legal Regime for "Cyberspace", 55 U. Pitt. L. Rev. 993 (1994); David G. POST, Governing Cyberspace, 43 Wayne L. Rev. 155 (1996); David R. JOHNSON, David G. POST, Law and Borders: The Rise of Law in Cyberspace, Stanford Law Review 1367 (1996).

2 See e.g. Margaret J. RADIN - R. Polk WAGNER, The Myth of Private Ordering: Rediscovering Legal Realism in Cyberspace, 73 Chi.-Kent L. Rev. 1925 (1998); Neil WEINSTOCK NETANEL, Cyberspace Self-Governance: A Skeptical View from Liberal Democratic Theory, 88 Calif. Law Rev. 433 (2000).

3 Jack L. GOLDSMITH, Unilateral Regulation of the Internet: A Modest Defence, 11 European J. of Int'l L. 135 (2000): "The Internet is not a separate place removed from our world. Like the telegraph and the telephone it is a means of transborder communication in which someone can cause real-world harms".

4 See for instance Marc LE GLATIN, Internet: un séisme dans la culture?, Editions de l'Attribut, Paris, 2007.

5 According to the data collected by Digiworld during the last year.

2. The most relevant of these remedies are probably eBay's Vero Program[6] and YouTube's Video Identification (or Video ID)[7]. Compared to Netiquette, these models of self-regulation are quite different. First of all, the Vero Program and Video ID have been created by a single party, a private entity, and are not the result of a previous agreement among these companies and the other stakeholders. Stakeholders (such as copyright holders) can adhere to the agreement, but they can not modify the terms of it. Secondly, these examples of self-regulation are considered to be part of the general law, and not alternative to it. This means that these tools could be an efficient way of avoiding all the legal problems related to the Internet, such as judicial competence, applicable law, and so on.

Ebay's Vero Program is one of the oldest examples of self-regulation, or rather of cooperation between intellectual property owners and ISPs. It is an agreement between e-Bay and private companies, which allows the companies to ask for the removal of auctions if they consider that these auctions violate their rights. Counterfeiting is the most common infringement committed via eBay, but not the only one. Once an authorized representative of the rights owner properly reports – following the specified procedure – that an item may be counterfeit, the Vero Program removes the auction. After the removal, eBay contacts the seller, forwarding him the e-mail sent by the rights owner. In this way, if the item is not counterfeited, the seller can sue the rights owner. The Vero Program can be considered an efficient solution to the problem of IP infringements in cyberspace, as it is quick and cost-free for rights owners. On its side, eBay has a strong interest in ensuring that infringing bids are removed from the site since the success of the auction platform is essentially based on the trust of its users. Removing counterfeited items raises the level of trust in the site, as buyers will be surer of the both quality and the originality of the items.

This procedure is interesting for at least two reasons. The first reason is that the removal of the bid is without the prior authorization of the sellers. According to the user agreement, eBay may issue users "with warnings, limit, suspend, or terminate our service and user accounts, restrict or prohibit access to, and your activities on, our sites (including, without limitation, cancelling bids and removing listings), delay or remove hosted content, remove any special status associated with the account (including, without limitation, PowerSeller status), reduce or eliminate any discounts, and take technical and legal steps to keep you off our sites if […] we think that you are infringing the rights of third parties". The second interesting aspect is that the eBay procedure is modeled upon the notification system under the Digital Millennium Copyright Act, which modified the Copyright Act of 1976[8]. According to this Act, as soon as they are informed of assumed infringing information,

6 http://pages.ebay.com/help/policies/programs-vero-ov.html

7 http://www.youtube.com/static?hl=en-GB&template=video_id_about

8 The Digital Millennium Copyright Act has ratified the WIPO Treaties of 1998 (Copyright Treaty and Performances and

internet service providers (ISPs) are expected to begin the procedure. Before disabling or removing the material, the ISP has to send a formal notice to the content provider. The content provider, in turn, is entitled to send to the host provider a counter-notification (which must mention the same information about the notification), declaring that the material is not unlawful.

YouTube's copyright policies are also modeled upon the notification (and counter-notification) system, although with slight differences to the e-Bay procedure. In addition to the "manual" takedown procedure, YouTube has developed particular software, called Audio ID and Video ID. Rights holders deliver YouTube reference files (audio-only or video) of content that they own and metadata describing that content. Once the technology finds a match and identifies the copyrighted content, the rights holder can decide whether or not to block users' access to this content.

3. Despite the financial efforts made by eBay and YouTube, the companies have been recently sued for IP infringements in different countries. Before analyzing these judicial disputes, it is useful to consider articles 12-15 of directive 2000/31/EC of June 2000, on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market, which regulates ISP liability in Europe.

The European directive has imitated, verbatim in some cases, the above mentioned Digital Millennium Copyright Act[9]. There are two main differences between these laws.
Firstly, the DMCA covers exclusively copyright infringements (vertical approach), while the e-commerce directive can be applied both to criminal and civil liabilities (horizontal approach)[10]. This means that the e-commerce directive is limited to some activities developed by ISPs (mere conduit; caching; hosting), while the DMCA also regulates the liability of search engines (like Google) and hyperlinks. Neither of them explicitly covers services like YouTube or Google Video or auction platforms like eBay. The DMCA, like the EU directive, is based on the neutrality principle: ISPs are not liable as long as they do not select the contents or the recipients of the information transmitted. The most interesting similarity, however, is probably the fact that both laws have refused to apply strict liability to ISPs.

Phonograms Treaty), see generally Pamela Samuelson, The U.S. Digital Agenda at WIPO, 37 Va. J. Int'l L. 369 (1997). Title 2 of the Act (Limitations on liability relating to material online) has introduced the § 512 into the Copyright Act of 1976, which is expressly dedicated to ISP liability.

9 The e-commerce directive has imitated the DMCA, but also the German Act (TeledienstGesetz of 1997).

10 Rosa Julià BARCELO, Kamiel J. KOELMAN, Intermediary Liability in the E-Commerce Directive: So Far So Good, But It's Not Enough, in 16 Computer Law & Security Report 231, 232 (2000); Etienne MONTERO, La responsabilité des prestataires intermédiaires de l'Internet, Revue Ubiquité 101 (2000).

This kind of legal transplant should be applauded for several reasons. To begin with, the aim of the directive is harmonization. It is significant, indeed, that this process of legal uniformity involves, on one side, EU members and – on the other side, in a broader view - the U.S. legal system. This directive could, therefore, be considered as a first step towards a "soft" worldwide law. From a comparative perspective it is notable that the DMCA has deeply influenced the EU directive. This legal framework (DMCA and EU directive), in its turn, has influenced third countries: not only the applicant states which are trying to join the EU, but also the countries that are trying to improve their commercial relations with the European economic area (e.g. the northern Africa countries and some South American countries).

Similarly to the DMCA, the directive considers the activities actually engaged in by the ISPs and not their abstract role. This prevents the application of a strict liability regime, as in the French law on the press with its responsabilité à cascade ("waterfall" liability).

The European directive covers three different roles developed by ISPs, mere conduit, caching and hosting.

Article 12 exempts access providers from liability, if they: (a) do not initiate the transmission; (b) do not select the receiver of the transmission; and (c) do not select or modify the information contained in the transmission. The directive, in this way, guarantees an almost absolute immunity for these intermediary functions (referred to by article 12 as "mere conduit"), treating access providers as if they were common carriers like telecommunications operators. Caching and access providing are treated differently. In the case of caching, the directive imposes a higher diligence standard. In fact, in certain circumstances, it is expected, for example, that ISPs will remove the infringing information or otherwise comply with technological rules.

The third activity mentioned by the EU directive is hosting. Even in this case, the provider who acts only as an intermediary is not liable, if:

> (a) it does not have actual knowledge of the illegal activity or information and, in relation to claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or information can be discerned;
> (b) upon obtaining such knowledge or awareness, it acts expeditiously to remove or to disable access to the information.

Host providers liability is probably one of the most controversial issues of Internet regulation and article 13, because of the terminology used, does not explain it sufficiently. First of all, the concept of actual knowledge has a specific meaning in the American copyright law context[11], but in the field of ISP liability its boundaries are unclear. It should also be mentioned that article 13 is applicable only when there is effective knowledge and not in cases where it is impossible to know whether the information is legal. The directive's reference to apparent illegality is to blame. Frankly speaking, it does not make sense. An activity or some information can be legal or illegal, but never apparently illegal. The only way to interpret this expression is to say that the ISPs are not liable if they remove information that is manifestly illegal (e.g. in case of child pornography, but not in case of copyright infringement)[12]. The host providers, in fact, could find themselves playing the role of "institutionalised censors", because they are required to remove all illicit information as soon as they have knowledge or awareness of it[13]. But article 14 does not specify who is authorized to inform the host provider, nor does it specify the notice and take down procedure that the host provider has to follow. The greatest risk is that the host provider removes – after being informed by a third person – information which is not illicit. And, in this case, it could be sued by content providers because it has violated its contractual obligation.

Finally, article 15 has solved the complex problem of monitoring the activities of content providers. The article establishes that Member States can not impose a general obligation on providers to monitor the information which they transmit or store, or a general obligation to search actively for evidence of illegal activity.

The EU directive has drawn a clear line between those who develop content for the Internet, and those who, in their capacity as technological intermediaries, provide the means and the tools to make this content publicly available. Refusing the application of strict liability, despite the suggestions of some European (and especially French) courts, the directive has realized several positive goals.

First of all, it has avoided a reduction in the number of the operators. Indeed, the application of a strict liability regime would have limited the access to the market to only those parties with deep

11 Aro Manufacturing Co. v. Convertible Top Replacement Co., 377 U.S. 476 (1964). See also RCA Records Inc. v. All-Fast Systems Inc., 594 F. Supp. 335 (S.D.N.Y. 1984).

12 Antonio DELGADO PLANÁS, *Responsabilidad de los operadores en el proyecto ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, 43* ***Rev. Electrónica de Derecho Informático 2 (2002).***

13 For further details see: Giovanni M. RICCIO, La responsabilità civile degli internet providers, Giappichelli editore, Torino, 200-214 (2002).

pockets, that is, operators with significant economic resources. In the same way, imposing strict liability on ISPs would have also jeopardized the "quality" of information. If an ISP were always liable, regardless of its efforts to prevent illicit conduct by third parties, it would probably choose to provide its services exclusively to the content provider supplying comfortable information[14]. For example, in such a situation it would be economically more efficient, and less risky, for an ISP to host a web site dedicated to French cuisine rather than a web site discussing political events. Ultimately, it seems very likely that the application of a liability regime based on fault avoids a chilling effect in the marketplace for information. Accordingly, this approach should also lead the legislative process for search engines, web 2.0 operators and all the other providers of services not regulated by directive 31/2000, in order to safeguard the rapid growth of the Internet and the development of the new digital economy within the European Union.

4. During the last few months both eBay and YouTube have been sued by several companies. The plaintiffs can be divided into two types: the so-called luxury brands (such as Hermes, etc.) have sued eBay for trademark infringement; and TV companies have sued YouTube for copyright infringement.

However it should be noted that the kinds of violations committed via e-Bay and YouTube involve infringements other than copyright infringement of TV programs or trademark infringement of luxury brands. For example, on YouTube it is not hard to find music transmitted by subjects who are not allowed to do it because they are not the copyright owners. But, as far as we know, there are just a few cases – and against YouTube they do not involve the so-called majors from the music sector. The same is true in relation to the movies. There are loads of clips excerpted from famous motion pictures on YouTube: despite this, the movie sector is not attacking the channels of distribution.

The situation can be properly understood only taking into account the peculiarities of the Internet market and how this market influences consumers' commercial behaviour and users' preferences. First of all, the Internet facilitates the creation of monopolies[15]. Regardless of the distances, since the Internet cuts across geographical barriers, if a specific tool or service is efficient, all users – or a large part of them, at least – will probably use this service instead of any other. Consider, for example, what happened with search engines. During the nineties, several search engines shared the

14 See also Christian C.M. Beams, The Copyright Dilemma Involving Online Service Providers: Problem Solved…for Now, 51 Fed. Comm. L. J. 823, 830 (1999): "The added burden of monitoring every message that passes through an OSP would dramatically increase overhead costs. Many smaller service providers have been forced out of business. It follows that OSPs that would still have had to be quite discriminating as to whom they granted access. Regardless, these increased costs would be passed on the consumer. Fifteen dollars a month for Internet access would become a thing of the past. The Internet is for everyone, not just wealthy people who are able to afford an increase (probably significant) in access costs".

15 See, in general, Mark NEWMAN, Albert-Laszlo BARABASI, Duncan J. WATTS, The Structure and Dynamics of Networks, Princeton University (2006).

market: Altavista, Yahoo, Google, and so on. After a few years, the vast majority of these web sites have lost their segment of market and changed their business activities. The same is happening to the auction platform. E-Bay has more than the 50% of the market and its only competitor – excluding some specific national competitors, like for example Ricardo in Germany – is Yahoo (and only in some specific areas of the world). This has happened because e-Bay has conquered the market by offering a tool considered by users as friendly and safe for their transactions. The nature (and the simplicity) of the creation of these monopolies (or rather "almost monopolies" as they must be considered more properly as operators in oligopolistic markets dominated by one player) has also caused an incredibly fast growth in the income of the companies. It is also interesting to note that the creation of monopoly is made faster by the fact that developing Internet businesses generally does not require major capital investment as it is based principally on an idea. For example, if a company wants to create a new car, it will need preliminary studies, designers, testing materials, prototypes, and so on. Nothing is generally required (at least at the moment of start-up) in a Internet business. Google was based on the idea of finding information using relatively simple software (although at the very beginning, the new software was much more complicated), e-Bay on the idea that there are loads of people who are not so keen on some of the Christmas gifts they have received, Facebook on the idea that people are excited by being reconnected with the friends they had at school, and so on.

Finally, Internet services do not have geographical boundaries (all web sites are equidistant for a consumer), they are often free for the users (costs are generally paid for by advertising) and there are no specific difficulties in exporting these services. All these peculiarities have been critical to the growth of Internet empires, as confirmed by recent research, which shows that 6 out of 10 of the most valuable brands belong to the so-called new economy sector[16].

Secondly, the explosion of the new economy has had positive effects on the old economy. This is because consumers have changed their commercial behavior, shopping on-line rather than in traditional shops. Economic rules regarding the effect of scarcity of resources in the market-place mean that if a consumer buys a Gucci bag on e-Bay for a better price than he would have paid in a Gucci store, he is unlikely to buy another Gucci bag in a Gucci store. Obviously, this will negatively affect Gucci's business, which will likely consider e-Bay a sort of competitor, even if they operate in different market sectors.

16 Google is the most valuable brand of 2009 (value: 100,0039 $M, with a 16% brand value change '09 vs. '08). Among the ten most valuable brands of 2009 there are also Microsoft (76,249 $M), Apple (63,113$M), IBM (66,622 $M) and Vodafone (53,727 $M).

In the end the Internet is just the latest version of post-Fordism, in which an industry is based on the production of goods, but on services[17]. These services provide the tools for eliminating traditional selling and business models, which paves the way for new market-players (whether private individuals or established businesses) that offer more efficient solutions (like lower prices or better contractual conditions).

5. In 2004, Tiffany & Co. filed suit against e-Bay for trademark infringement, false advertising and unfair competition. The US District Court for the Southern District of New York ruled that e-Bay could not be held liable either for direct or for contributory infringement. According to the decision, "Tiffany must ultimately bear the burden of protecting its trademark. Policymakers may yet decide that the law as it stands is inadequate to protect rights owners in light of the increasing scope of Internet commerce and the concomitant rise in potential trademark infringement[18]. Nevertheless, under the law as it currently stands, it does not matter whether eBay or Tiffany could more efficiently bear the burden of policing the eBay website for Tiffany counterfeits – an open question left unresolved by this trial". Similarly, in a Belgian case, the Court of Brussels ruled that e-Bay could benefit from the hosting safe-harbors provision of the e-commerce directive[19].

Unlike these cases, in France, a Court has ruled against e-Bay, requiring it to pay a huge amount (1.7 million euros) to Moët Hennessy Louis Vuitton (LVMH) for trademark counterfeiting. This has been the first decision which has held an auction platform liable for a direct infringement[20]. However, in May 2009, another French court rejected a claim made by the cosmetics company L'Oréal, accusing e-Bay of profiting from the selling of counterfeited items on its site. According to the decision, e-Bay was not liable as long as it made reasonable efforts to prevent bids for fake goods[21]. The same approach has been adopted by other French courts, which have admitted the applicability of the hosting regime to auction platforms[22].

6. Analogous lawsuits have involved also YouTube, which has been sued by several TV companies. In the U.S., Viacom, a television company, has filed an action for copyright infringement and inducement of copyright infringement against YouTube. According to the plaintiff, YouTube had

17 See Giuseppe MAIONE, Le merci intelligenti, Bruno Mondadori editore, Milano, 53-86 (2001).

18 Tiffany (NJ) Inc. and Tiffany and Company v. eBay, Inc. 04 Civ. 4607 (RJS).

19 "Les seules activités d'eBay critiquées par Lancôme sont celles par lesquelles eBay héberge (ou affiche) les annonces de vente émanant des candidats vendeurs", Tribunal de commerce of Brussels, July 31, 2008. As far as we know, the decision is still unpublished.

20 Tribunal de Commerce of Paris, June 30, 2008 (the text of the decision is available here: http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=2353).

21 Tribunal de Grande Instance of Paris, May 16, 2008 (the text of the decision is available here: http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=2306).

22 Court of Appeal Paris, November 9, 2007 (the text of the decision is available here: http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=2560); Tribunal de Grande Instance of Troyes, June 4, 2008 (the text of the decision is available here: http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=2320).

committed a "massive intentional copyright infringement", permitting users to watch on its network thousands of hours of Viacom's programming[23]. The case, as far as we know, is still ongoing.
In Italy, in an interim decision, the Court of Rome has ordered YouTube to remove Mediaset's materials from their sites immediately. The Italian broadcasting company complained that that it found 4,643 videos and clips (equivalent to more than 325 hours of transmission) transmitted on YouTube violating Mediaset copyright. The interim decision, so far, relates solely to the clips of the TV program "Big Brother 10"[24].

The outcome of the Italian case follows a similar decision by a Spanish tribunal, which had granted an injunction to stop the distribution of videos without the express authorization of Telecinco, the commercial television owner of the copyright on the videos. However, in September 2010 the Federal Court of Madrid has rejected allegations of copyright infringement made by Telecinco, emphasizing two main aspects. On the one hand, Youtube is "only" a hosting platform, not liable for content being uploaded onto its site.

On the other hand, Youtube must not perform a precautionary control of content: broadcasters may already use the "content ID" tool, that allows them to delete, automatically and for free, online contents uploaded by users[25].

Finally in July, 2011, the Court of Justice of the European Union has given judgment in the long-standing dispute between L'Oréal and e-Bay, concerning the sale, without L'Oréal's consent, of L'Oréal products on the online marketplace operated by eBay.

The ECJ has provided clarification on the liability of companies operating internet marketplaces for trade mark infringements committed by users. In summary the Court, following the trend of Google "AdWords" decision[26] (and its restrictive interpretation of article 14 of the Electronic Commerce Directive), rules that "where the operator of the online marketplace has not played an active role within the meaning of the preceding paragraph and the service provided falls, as a consequence, within the scope of Article 14(1) of Directive 2000/31, the operator none the less cannot, in a case

23 Viacom International, Inc., et al v. YouTube, Inc., et al.. The case documents can be found here: http://dockets.justia.com/docket/court-candce/case_no-5:2008mc80211/case_id-208062/

24 Tribunale Ordinario di Roma, Sez. IX civ., RTI (Reti televisive italiane)v. Youtube LLC, December 15, 2009, available here: http://www.tgcom24.mediaset.it/res/doc/sentenzatribunale.pdf/.

25 The decision is available here: http://danielelepido.blog.ilsole24ore.com/files/sentenza-youtube_telecinco_anticipata-dal-sole-24-ore-5.pdf/.

26 ECJ (Grand Chamber), March 23, 2010, cases Google France SARL and Google Inc. v Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08), Google France SARL v Viaticum SA and Luteciel SARL (C-237/08) and Google France SARL v Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL and Others (C-238/08), in Reports of Cases, 2010, I-2417.

which may result in an order to pay damages, rely on the exemption from liability provided for in that provision if it was aware of facts or circumstances on the basis of which a diligent economic operator should have realised that the offers for sale in question were unlawful and, in the event of it being so aware, failed to act expeditiously in accordance with Article 14(1)(b) of Directive 2000/31". Furthermore the ECJ states that national courts must be able to order the operator of an online marketplace to take measures which contribute, not only to bringing to an end infringements of those rights by users of that marketplace, but also to preventing further infringements of that kind[27]. Taking into account the cases involving e-Bay, it is possible to make some preliminary observations, which deal not with the legal aspects of the cases but rather with the business reasons which have led TV companies to attack YouTube.

The important point is that these companies (e.g. Telecinco or Mediaset) are not really worried about the copyright violations per se. Their real concern is that people spend their spare time watching video on YouTube instead of watching television. The fact that people are changing their habits radically influences commercial investments. Recent research clearly shows this trend: in the first half of 2009, Internet advertising in UK grew by 4.6% to £1,752.1m. This data is impressive considering that, in the same period, the entire advertising sector has been reduced by 16.6%. The total share of the Internet advertising is now at 23,5% (£1.75 billion), while television advertising has decreased by up to 21.9% (£1.75 billion)[28].

7. This quick (and necessarily incomplete) report of the cases which have involved YouTube and e-Bay is useful for showing how self-regulation is evolving in cyberspace. As stated above, now that the idea of a general and all-comprehensive regulation has been abandoned, some companies have developed unilateral forms of cooperation with other companies. Even if narrower and probably less ambitious, these kinds of cooperation can be a good answer to some frequent problems connected with Internet law, like jurisdiction and applicable law.

However the two examples discussed above demonstrate that this type of regulation is not efficient in relation to competitors or other opposed stakeholders. In fact, it is noteworthy that YouTube has been attacked by television broadcasters and not by record labels or video producers. These latter companies are using YouTube for promoting their new releases, with dedicated channels, and are not in a competitive relationship with it. So self-regulation efforts, regardless how efficient they might be, are going to be sacrificed in a clash between competitors (or rather between opposite

27 ECJ, July 12, 2011, case C-324/09, L'Oréal SA v. eBay International AG, not yet published but available here: http://www.curia.europa.eu/.

28 See Internet Advertising Bureau, UK Online Adspend Study Results for the Half Year to the June 2009, available here: http://www.iabuk.net/en/1/adspendgrows300909.mxs

business models), not in relation to a copyright issue. The same could be argued in relation to the e-Bay disputes. Even in this case, as already pointed out, trademark violations are not the breaking point and luxury companies are not aiming at singling out the real authors of the violations, but at discouraging a competitive activity.

The directive has not regulated either the activities of auction platforms operators, or of search engines and web 2.0 operators, nor has it affected notice and take-down procedures. We have already underlined why the neutral principle is a good approach, even if there is much pressure for the strengthening of the liability regime for ISPs across Europe. In particular, in France, the so-called Hadopy Law, strongly supported by the entertainment industry, has already increased the obligations which are imposed on ISPs, trampling on users' fundamental civil and human rights[29].

It is likely that some other EU Member States (Spain, Italy) will soon walk in the French footsteps. Unfortunately, this way frustrates all the efforts of self-regulation among different stakeholders, regardless how efficient these kinds of self-regulation are or could be, jeopardizing the development of the Internet and sacrificing it on altar of intellectual property high-handedness.

29 The French Senate has passed the Loi favorisant la diffusion et la protection de la création sur Interneton May 13, 2009, by 189 yeas against 14 nays (Hadopi is the acronym of the National agency created by the law, Haute autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur internet). The law introduced the 3-strikes procedure. According to this procedure, ISPs can be obliged to suspend users' internet access in case of repeated infringements committed via Internet. However, the Constitutional Court a part of the act unconstitutional as contrary to presumption of innocence and freedom of speech as consecrated in the Declaration of the Rights of Man and of the Citizen of 1789. For this reason the French Parliament has slightly modified the text of the act, passing a new law on September 15, 2009 (the so-called Hadopi 2). In 2012 the new President of France, François Hollande, have announced that he want to close Hadopi and replace it with "something else".

El ineludible consenso sobre Internet

Reseña

María Elena Meneses Rocha

Profesora e investigadora.
Coordinadora de la Cátedra Sociedad de la Información
Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. México
marmenes@gmail.com

¿De quién es Internet? Se trata de una pregunta cuya respuesta resulta ineludible cuando la red está siendo atacada por diversos frentes. Rebecca Mackinnon, académica de la New American Foundation, cofundadora de la Organización Global Voices y excorresponsal de la cadena CNN en China, intenta responder esta pregunta en su libro Consent of the Networked (No sin nuestro consentimiento), publicado en 2012.

La disertación de la académica y periodista estadounidense parte de que los Estado pretenden controlar Internet por medio de la censura al estilo Pekín, o bien, como los malogrados líderes del Magreb. Lejos de lo que pudiera pensarse de la batalla por el control de la red, ésta no sólo parte de los gobiernos, sino también de las empresas de la economía digital.

El control se da de forma más blanda —pero no por ello menos implacable— mediante la pretención de leyes y tratados que tienden a garantizar la supervivencia del modelo industrial de la cultura basada en la propiedad intelectual. Una muestra son las iniciativas domésticas como la Stop Online Piracy Act (SOPA) y la Protect Intellectual Property Act (PIPA), congeladas en enero de 2012 por el Congreso de Estados Unidos luego de una protesta histórica, conocida como "El apagón de Internet".

Este momento, que pasará a la historia de Internet, fue encabezado por algunas empresas tecnológicas pero, sobre todo, por organizaciones como Wikipedia y Mozilla que se mantuvieron firmes hasta el último momento. La SOPA y la PIPA fueron objeto de cabildeos millonarios por parte de Hollywood y de la industria discográfica, los cuales se resisten a aceptar un paradigma de producción cultural diferente.

El problema de fondo es que la vigilancia de las prácticas culturales de los internautas, mediante procesos en los que participan los proveedores de servicios de Internet, pudiera afectar derechos

fundamentales como la libertad de expresión y el derecho a la información. Mackinnon explica con rigurosidad y sentido crítico las batallas por Internet en este siglo. Se trata de una lucha económica que ninguna de las partes parece poder ganar por sí sola, no sin el consenso de los internautas. Para comprender Internet, señala la autora, resulta necesario analizar las luchas y dinámicas de poder entre los diversos actores en juego, así como indagar en la forma en que nuestras libertades cada vez son más dependientes de servicios y plataformas que pertenecen al sector privado. Contra lo que pudiera pensarse, esta lucha con estrategias opacas no sólo se da en países autocráticos, sino también en democracias y, además, atraviesa ideologías y culturas.

La propuesta de Mackinnon es la articulación de una sociedad centrada en el ciudadano, en la que los gobiernos y la tecnología estén al servicio de la sociedad. Un enfoque humanista, necesario e impostergable en tiempos de preeminencia tecnológica y de discursos entusiastas ligados más con la mercadotecnia que con el desarrollo humano de las personas.

Para MacKinnon, Google, Facebook y otras empresas constituyen la esfera pública global en red (Global Networked Public Sphere) que, paulatinamente, toman el control de nuestra vida social mediante procesos poco transparentes, como el manejo de datos personales y una vigilancia de la que los ciudadanos sabemos poco y que de manera invisible o imperceptible provoca una suerte de ciberdependencia. Dependencia paradójica observada en las revueltas de África del Norte y en los movimientos de activistas que encuentran en las redes un espacio habilitador del disenso.

El llamado de Mackinnon es forjar un contrapoder ciudadano para el cual la naturaleza y arquitectura de Internet —cuyo protocolo no ha sido patentado, sino que permanece libre— son las mejores aliadas. Para Mackinnon, Internet es un bien común digital (Digital Common) que, en sus palabras, es el equivalente virtual a la sociedad civil observada por Alexis de Tocqueville. El lenguaje HTML, el sistema operativo Linux, las licencias Creative Commons y la enciclopedia Wikipedia son para la autora ejemplos de bienes comunes digitales que facilitan la producción social y, por tanto, el activismo de todo tipo. Además considera que estos promueven lo que Manuel Castells ha denominado contrapoder en red.

El libro reconstruye la Primavera Árabe para la cual los comunes digitales fueron fundamentales para la disidencia. Aunque cautelosa, la periodista reconoce que aún no sabemos si estos coadyuvarán a construir la democracia, sin embargo, es innegable que los protocolos abiertos sí ayudaron a los blogueros, tuiteros y hackers derrocar a dictadores como Zine El Abidine Ben Alí en Túnez y más tarde a Hosni Mubarak en Egipto.

Estos ciudadanos en la red, diversos, variopintos —desde la disidencia árabe hasta el colectivo Anonymous— articulan una sociedad civil digital que se autoimpone reglas y códigos de cooperación y convivencia. Este espacio, señala la periodista y activista, merece ser defendido en calidad de espacio público al margen de gobiernos y empresas. Ésta es quizá la propuesta central de este extraordinario libro, de indispensable lectura, que llama a los ciudadanos a ser los pilares de la sociedad digital que traspasa las fronteras, los controles gubernamentales y las corporaciones globales.

La batalla a la que invita MacKinnon no se mira fácil, los gobiernos tienen estrategias para imponer controles, desde filtros de censura —tecnología que paradójicamente es occidental—, hasta el uso de focus group para la toma de decisiones políticas y el trazo de políticas públicas. Otras formas de control más burdas son ejemplo de cómo los gobiernos desean controlar Internet. En Rusia se pagan a blogueros para incomodar a la disidencia, una práctica que en México fue frecuente durante el proceso electoral de 2012, sobre todo en la red social Twitter, en la cual trolls pagados por los partidos instigaban y provocaban sin descanso a los opositores. También hay casos extremos, como el del apagón de Internet en Egipto ordenado por Mubarak en el año 2011.

MacKinnon se desmarca de autores y enfoques ciberoptimistas —posturas llamadas por el crítico Evgeny Morozov "el delirio de Internet" por la escasez de distancia crítica sobre los supuestos beneficios que acarrea la red para la sociedad, como si ésta fuera mágica, transparente y neutra— y reafirma que el uso de la tecnología descansa en su generalización y en una conducta social y ética, así como en un cúmulo de derechos como la accesibilidad, la diversidad, la libertad y la seguridad en la red. Un deseo que convertido en movimiento pueda alcanzar algún día a la concientización observada en casi todo el mundo en torno al cambio climático.

La libertad en Internet, se lamenta MacKinnon, no ha dejado de ser un tema de expertos que no fluye a otras capas de la población. De esta forma, No sin nuestro consentimiento es un llamado a crear un ecosistema de ciudadanos informados sobre sus derechos en tiempos de Internet, para evitar así los abusos del poder gubernamental y corporativo. Es la hora de los ciudadanos en la red.

Referencias

MacKinnon, R. (2012). *Consent of the Networked: The Worldwide Struggle for Internet Freedom*. New York: Basic Books.

MacKinnon, R. (2012). *No sin nuestro conocimiento*. Deusto S.A. Ediciones

El poder mediático y la república de telenovela

Reseña

Javier Esteinou Madrid

Profesor Investigador del Departamento de Educación y Comunicación
Universidad Autónoma Metropolitana. México

No obstante que los medios masivos de difusión electrónicos en México, particularmente la radio y la televisión, tienen límites sistémicos muy precisos, con la nueva reubicación estructural destacada que han alcanzado dentro del sistema social —a partir de diversos factores de posicionamiento global que conquistaron— son un poder real que superó la autoridad político-ideológica del Estado nación mexicano. Se convirtieron en un poder autocrático —cada vez sin mayor control— que influye, presiona, orienta y juzga a todos los grupos sociales, instituciones y sectores, sin que el interés del bien público o el bienestar común de los ciudadanos los pueda acotar y dirigir. De esta forma, los medios electrónicos paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: renunciaron a ser puentes de relación simbólica para edificar la comunicación entre los hombres y se transformaron en eficientísimas herramientas del poder, especialmente privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos, según los proyectos económicos y políticos que los determinan.

La supremacía de este nuevo primer poder ideológico ha llegado a ser tan fuerte que la tendencia histórica refleja que —cada vez más— es la fuerza mediática la que domina al poder político y no el poder político el que ordena al poder ideológico mediático en México. Así, a pesar de que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas ya comprobadas profesional e históricamente. Estos con capaces de crear y cambiar las formas de pensar y actuar, así como de imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencias de los mexicanos: su principal poder proviene de la virtualización mediática del conocimiento cotidiano de la realidad y, de ello, se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre las comunidades.

Dichas tendencias se generan mediante la práctica de su agenda setting, que es la capacidad informativa, pedagógica y organizativa que despliegan los canales de información masivos para operar como intermediarios técnicos entre las relaciones sociales y para centrar cotidianamente la atención de los diversos auditorios en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de programación. Con ello, de forma silenciosa y permanente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula o desarticula a los ciudadanos. Así, la agenda setting se ha convertido en una de las principales herramientas comunicativas para construir diariamente algunos de los ejes básicos de la hegemonía social en México. En este sentido, la creación o destrucción de la realidad masiva cotidiana —es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etcétera— cada vez más, se elabora desde los medios de difusión masivos, especialmente en las grandes ciudades.

De esta forma, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero estos contribuyen sustancialmente a construir virtualmente la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son los partidos, pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los tribunales electrónicos que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio (Scherer, 2004, p. 23). En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de estos no puede existir la vida.

De esta manera, con la enorme concentración histórica de fuerza que ha conquistado el mega poder mediático, los demás poderes menores o disminuidos le rinden tributo y aceptan la imposición de sus reglas y permiten que los primeros se posicionen como los nuevos administradores y usufructuarios de las principales tensiones, conflictos o contradicciones sociales de los otros poderes en el país, especialmente en coyunturas de vacío político (Caballero y Dante, 2004, p. 36). En este sentido, el poder de dirección ideológica —cada vez menos— radica en las capacidades del gobierno, de los partidos políticos, del Congreso de la Unión o del Estado; pues dichas instituciones han sido rebasadas por la acción de los medios y ahora el poder mediático se ubica como la fuerza

virtual, particularmente privada-comercial, que dicta la principal dirección racional y emocional de la sociedad. Así, el poder de los medios compite con el poder del Estado. El primero subordina a los poderes constitucionales, para decidir quién participa con visibilidad —vía los medios— y quién no; quién habla en el espacio público y quién no; qué mensajes se difunden y cuáles no; quién es reconocido y quién no; qué candidato político se apoya y cuál no; qué leyes se aceptan y cuáles no; qué dinámicas culturales se incorporan y cuáles no, etcétera.

Con el poder que han adquirido los medios y los excesos que cometen en el ejercicio de una fuerza impune —sin contrapeso y sin posibilidad hasta hoy de sanción o resarcimiento— estos, especialmente la televisión, unifican criterios, atropellan con cinismo, informan con estrechez y dan la espalda a la pluralidad, practican el escándalo como política informativa traicionando su función social, aplican el mercantilismo vaciando a la política de contenidos, se burlan de las instituciones y substituyen a la democracia mediante un permiso que les otorgó el Estado para transmitir contenidos y no sólo para vender aire (Corral, 2004).

Así, uno de los signos de los tiempos en el México de principios del siglo XXI es la descolocación creciente –con su correspondiente disminución o pérdida de fuerza– de la centralidad de las instituciones tradicionales del Estado mexicano y de lo tradicionalmente público. Éstas ahora son remplazadas por los proyectos de desarrollo ocurridos mediante la acción de las grandes redes tecnológicas del poder mediático, cada vez más desarrolladas y perfeccionadas. Con ello, la creación del consenso cotidiano y de la dirección ideológico-política de la sociedad le ha sido arrebatado históricamente a las instituciones del Estado nación y se concentra ahora en las fuerzas del poder informativo, la cultura y la reedificación de la memoria cotidiana reencantadora que construyen diariamente en México las industrias culturales –especialmente las electrónicas–.

El despliegue de todo este poder mediático, que se ha concentrado a lo largo de muchas décadas en México, cobra relevancia mayúscula en los periodos electorales de sucesión de los poderes públicos, pues en estas fases de los ciclos políticos aparece con mayor notoriedad su capacidad para influir sobre los resultados electorales. Éste fue el caso, por ejemplo, de las elecciones federales de julio de 2012, cuando los poderes fácticos de la radiodifusión apoyaron, de manera directa e indirecta, con todo su arsenal de recursos a Enrique Peña Nieto, candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), para que ganara las elecciones.

Es por ello que el texto República de Telenovela. Medios, Campañas y Elección 2012 (García, 2013), coordinado por la doctora Carola García Calderón y que cuenta con la participación de diversos académicos, adquiere una relevancia especial, pues permite analizar las estrategias que ejercieron

las industrias mediáticas para definir los resultados de las elecciones de 2012 en México. Dicha obra examina el fenómeno electoral desde sus avances y limitaciones, la cultura política y su vinculación con la televisión, las reformas electorales y su relación con los medios, la tensión existente entre telecracia y democracia, la debilidad del Estado ante la telepolítica, la características de las precampañas, la lucha por el gobierno del Distrito Federal, la función de los Tribunales Electorales, las encuestas y la orientación del voto, la "República Amorosa", la democracia sin dinero, el uso de las redes sociales para la sucesión de poderes públicos, el rol del movimiento #YoSoy132, entre otros aspectos de esta compleja realidad.

Frente a este escenario es conveniente tener en cuenta la avalancha de hechos que cotidianamente transmiten los medios de difusión colectivos hacia la opinión pública en México. Los medios, especialmente la televisión, sepultan sistemáticamente el recuerdo y el análisis de importantes realidades para comprender y corregir el futuro de la historia de la comunicación política moderna en el país. Por ello, resulta muy importante considerar que a través del fuerte desafío ejercido por el poder mediático como poder fáctico contra el Estado nación y la incapacidad notable de la clase política para ejercer su autoridad rectora a favor de las mayorías nacionales, se confirmaron las siguientes 15 realidades en el ámbito nacional y, en particular, en el terreno de la comunicación política.

1.- El comportamiento empresarial intolerante. El duopolio televisivo corroboró su tendencia mediática de oponerse a la edificación de la democracia en México, con el fin de evitar que este proceso pudiera crear otro proyecto abierto y plural de comunicación social que pusiera en peligro sus intereses monopólicos ya conquistados. Con dicho objetivo, boicotearon sistemáticamente la creación de los sistemas comunicativos plurales de gobernabilidad nacional con mira a seguir conservando los enormes privilegios unilaterales e ilimitados que han conquistado por décadas al aliarse al funcionamiento del viejo prototipo de autoritarismo político en el país.

2.- La actitud prepotente de los monopolios informativos constató el desprecio por la democracia, así como la debilidad de los actores políticos y de sus instituciones frente al poder fáctico de las televisoras. También comprobó el nulo interés de estas empresas oligopólicas por respetar el derecho a la información y los procesos plurales del país. Así, dichas empresas optaron por proporcionar "pan y circo" para las mayorías al priorizar la cobertura informativa del futbol y los concursos de los "nuevos valores musicales" infantiles frente a lo que fue uno de los comicios más importantes para definir el destino de la nación, en el año 2012 (Calleja y Nassif, 2012), y que sólo se practica cada seis años en el país.

3.- Este capítulo de la historia de la comunicación política nacional exhibió la debilidad del Estado mexicano frente a los poderes fácticos mediáticos cuando estos últimos se oponen al avance de la democracia en México. Desde el derrumbe del presidencialismo metaconstitucional, se constata que el Estado abdicó ante el poder mediático (Cantú, 2012, pp. 56 y 57). Dicha situación llegó a tal extremo cuando después de oponerse frontalmente las principales televisoras del país a difundir el primer debate presidencial, el IFE publicó un desplegado en el que afirmaba que "reconocía públicamente el compromiso democrático de los concesionarios de radio y televisión" (Cantú, 2012, pp. 56 y 57).

4.- La acción desafiante de los poderes fácticos mediáticos hacia el Estado fue producto, por una parte, de un gobierno mexicano cada vez más débil que no tuvo capacidad para ejercer su autoridad rectora y regular el funcionamiento social de los medios de comunicación electrónicos y, por otra parte, de los legisladores que fueron ineptos y omisos para crear una nueva ley que democratizara la radiodifusión nacional y facilitara mayores opciones para que los concesionarios realizaran una difusión masiva de los debates presidenciales.

5.- La consolidación de la democracia no se puede cristalizar sin la "construcción de la ciudadanía", pero esta función no es responsabilidad exclusiva del Estado y sus instituciones, sino también de los medios de difusión colectivos. Sin embargo, el prototipo monopólico del duopolio televisivo en México se resiste sistemáticamente a colaborar en este proceso fundamental al privilegiar el lucro y la restricción comunicativa y no su fin social, como lo demanda el otorgamiento estatal de las concesiones que han sido otorgadas como un bien público para el buen funcionamiento de la sociedad (Córdova, 2012).

6.- A pesar del gran interés mostrado por los ciudadanos para conocer las diversas propuestas de cambio para el país formuladas por los distintos partidos políticos en la fase de cambio de poderes públicos, los propietarios de los grandes medios de difusión electrónicos impusieron un cerco informativo eludiendo difundirlas en gran cobertura. Gracias a esto, evitaron la polémica y protegieron la imagen del candidato Enrique Peña Nieto, con mayor ventaja en las encuestas electorales (Garduño, 2012, p. 10).

7.- El sabotaje al primer debate fue un elemento más de fuerza que ejerció el poder mediático en su empeño por impulsar la contrarreforma electoral. Esto con objeto de regresar al viejo modelo de comunicación política electoral privado que les dejaba ganancias millonarias y les permitía presionar coyunturalmente a los candidatos, partidos y funcionarios para obtener más privilegios monopólicos (Olivares, 2012, p. 9). De esta forma, se constató que su responsabilidad con la democracia y el derecho a la comunicación sólo es viable si pueden lucrar contra las elecciones (Cantú, 2012, p. 2).

8.- Para el poder de la Telecracia fue más importante realizar el business publicitario que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, con la cual se opuso a la creación de la democracia deliberativa en México, que es una de las vías relevantes que permite elevar el nivel civilizatorio en el terreno político. De esta forma, apostó por la ganancia comercial y por la información acotada para continuar conservando su control político y no por edificar bases de mayor racionalidad civilizatoria.

9.- El duopolio —acostumbrado a imponer sus privilegios por encima de la sociedad— sabe que cada vez puede ir más lejos sin ninguna consecuencia, porque ni el gobierno ni los partidos harán nada para detenerlos. Un ejemplo, la toma ilegal que hizo TV Azteca en 2002 del canal 40 mediante un comando armado, sin que hubiera autoridad alguna que hiciera valer el estado de derecho (Cantú, 2012, p. 2).

10.- El fallido intento de TV Azteca para entorpecer la difusión del debate presidencial y la reticencia de Televisa para darle toda la cobertura posible, confirmaron las consecuencias indeseables que tiene para el país la desmedida concentración de muchas frecuencias de televisión en manos de solamente dos empresas. Por consiguiente, no se puede tener confianza alguna en la vocación social de dichos consorcios que reiteradamente se han opuesto al avance de la democracia en México (AMEDI, 2012).

11.- Con todo ello, la política dejó de ser política y se convirtió el telepolítica, adoptando las reglas y dinámicas de la televisión que son: la virtualidad, el espectáculo y la obtención de su respectivo rating. Con esto que se dejó de lado la discusión integral a fondo de los grandes problemas nacionales. De esta forma, los candidatos a la presidencia de la República tuvieron éxito o no en la medida en que fueron buenos actores televisivos ante las cámaras y no dependiendo de que sus propuestas planificadoras como estadistas encararan los grandes desafíos de la nación. La forma se convirtió en fondo y éste prácticamente desapareció del horizonte de la transformación del país.

12.- En la contienda electoral del 2012, los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral emplearon los mayores recursos de difusión de toda la historia de la comunicación nacional. Usaron los tiempos oficiales del Estado para difundir más de 43 millones de spots con sus mensajes proselitistas a la sociedad, sin destinar un solo segundo de estos apoyos informativos para que los ciudadanos —que son quienes pagan dichos tiempos de Estado— pudieran discutir con tales instituciones políticas sus diversas propuestas de gobierno para el futuro nacional. Es decir, la clase política construyó un macro modelo comunicativo electoral de mordaza masiva donde sólo los partidos pudieron hablar a la colectividad mediante sus spots y sus seudodebates. El resto de los

ciudadanos no tuvieron la oportunidad de utilizar dicho sistema con el fin de comunicarse con los candidatos para confrontar sus promesas sobre el futuro de la colectividad nacional.

13.- La incapacidad de los partidos para comunicarse con la sociedad durante el proceso electoral del 2012 fue tan paupérrima que la estrategia fundamental de la mercadotecnia política de los candidatos a los cargos de representación popular giró alrededor de aplicar el "moderno" recurso mercadológico de la guerra sucia. Ésta consiste en difamarse, ridiculizarse, denostarse, acusarse, descalificarse, anularse y desprestigiarse entre sí y no en polemizar a fondo sobre los urgentes conflictos de la grave agenda nacional, con lo que se dejaron de lado las propuestas de las alternativas viales para la resolución de los mismos. Los pocos diagnósticos presentados por los candidatos a la jefatura de la República, a los gobiernos de los estados, al Distrito Federal y a los cargos en el poder Legislativo sobre la situación de nuestras comunidades, fueron grandes lugares comunes que no fueron acompañados con las formas específicas y los recursos concretos que aseguraran como alcanzarlos, sino quedaron como simples ofrecimientos oportunistas de campaña, que cumplieron con el dicho popular "¡Prometer no empobrece!"

14.- Este capítulo de la historia de la comunicación político-electoral demostró que el poder mediático ya no es el cuarto poder, sino que ahora es el primer poder político que está por encima del IFE, de los poderes públicos y de los órganos constitucionales de gobierno legítimos, imponiendo sus intereses particulares sobre las necesidades colectivas básicas de la nación (Reforma, 2012; Muñoz, 2012). Por ello, ahora es prioritario preguntarse y esclarecer: ¿Qué poder está por encima del otro en la República? ¿Quién determina y hace valer el interés general? ¿Quién manda en el país? (Aristegui, 2012, p.13).

15.- Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopólico permanecieron gobernando cotidianamente al país. Esto lo hicieron vía la administración privatizada del nuevo espacio público mediático, sin la necesidad de haber sido elegidos por la ciudadanía para este fin hegemónico y sin aparecer ante la conciencia colectiva como fuerzas de poder nacional, sino presentándose frente a la opinión pública como meras instituciones neutras de "esparcimiento", "información" y "distracción".

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del poder mediático que se consolida cada vez más en el territorio nacional, es necesario preguntarnos: ¿Para qué el Estado y la sociedad mexicana realizan el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto ciudadano y el financiamiento de las múltiples campañas electorales en el territorio nacional y en el extranjero si en última instancia el poder real habitual —en un alto porcentaje— lo define y lo ejerce el poderío

ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía? Estos se imponen a las comunidades mediante su propia fuerza fáctica, específicamente la Telecracia. Asimismo, vale la pena cuestionarnos: ¿Por qué al mismo tiempo que la población selecciona a los representantes políticos de los diversos poderes públicos recurrentemente, no vota igualmente por la renovación y la dirección del proyecto comunicativo de las industrias mediáticas que también ya son poderes públicos que participan medularmente en la dirección cotidiana de la nación? Si todas las instituciones del Estado que participan en el proceso de gobernabilidad nacional están sujetas a las reglas de la transparencia gubernamental: ¿Por qué los medios electrónicos de difusión colectivos, que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública? Entre otras preguntas.

Es por ello que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia en México, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras políticas a la participación civil, ahora requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los poderes fácticos de los monopolios informativos a un nuevo orden de derecho virtuoso que sitúe a los oligopolios mediáticos bajo la dinámica constitucional de la igualdad, la transparencia y la democracia. De lo contrario, los partidos políticos continuarán impulsando la promoción cíclica de una fantasía democrática electoral de carácter formal que en la realidad diaria quedará subordinada a la verdadera estructura de poder diario real que gobierna a la nación que es la telecracia mediática —que cada vez más supera a las capacidades de los poderes públicos constitucionales—.

Es por ello que la iniciativa de coordinación intelectual, realizada por la doctora Carola García Calderón, para generar esta obra colectiva es un esfuerzo académico muy valioso que permite comprender a posteriori el rol que desempeñó la estructura del poder mediático para ya no sólo influir sobre las decisiones electorales, sino incluso para imponer su propio candidato presidencial a la sociedad mexicana. De esta forma, la lectura de República de Telenovela resulta indispensable. Debe ser consultada para asimilar hasta dónde ha avanzado la fuerza del poder mediático para dirigir a la nación y cuáles serían algunas alternativas viables a las que podría recurrir la sociedad civil para fijar contrapesos a este “demonio desatado” que se opone a la construcción de la verdadera democracia en México.

Referencias

AMEDI. (2012). Televisión nacional para el segundo debate. Boletín AMEDI. Recuperado de: www.amedi.com.mx

Aristegui, C. (4 de mayo del 2012). El verdadero debate. *Reforma*. México, D.F.

Caballero, P. y Virgilio, D. (abril, 2004). *Los medios en el lodazal: ¿El poder del poder? Los Periodistas*. México: Fraternidad de Reporteros de México, A.C.

Calleja, A. y Aziz, A. (2012). Televisora desafía a instituciones del Estado. Boletín AMEDI. Recuperado de: www.amedi.com.mx

Cantú, J. (6 de mayo del 2012). TV Azteca y el Estado que abdica. Proceso. Recuperado de: http://www.proceso.com.mx/?p=306592

Córdova, L., (4 de mayo del 2012). Los medios y el debate. *El Universal*. Recuperado de: www.eluniversal.com.mx

Corral, J. (2 de noviembre del 2004). Encendida discusión. *El Universal*, México, D. F.

García, C. (2013). *República de telenovela. Medios, campañas y elección 2012*. México: Seminario Interdisciplinario de Comunicación e Información (SICI) y Editorial Comunicación Política.

Garduño, R. (6 de mayo del 2012). Los medios imponen cerco informativo a propuestas de cambio verdadero: AMLO. La Jornada. Recuperado de: http://www.jornada.unam.mx/2012/05/06/politica/010n1pol

Huchim, E. (8 de mayo del 2012). El debate y el Estado débil. *Reforma*, México, D.F.

Muñoz, A. (4 de mayo del 2012). Se confirma que las televisoras están por encima del organismo electoral: AMLO. *La Jornada*. Recuperado de: http://www.jornada.unam.mx/2012/05/04/politica/003n2pol

Olivares, E. (7 de junio del 2012). Faltan condiciones para unos comicios limpios y equitativos, señalan expertos. *La Jornada*. Recuperado de: http://www.jornada.unam.mx/2012/06/07/politica/009n1pol

Redacción. (3 de mayo del 2012). Advierte WSJ de duopolio. *Reforma*. Recuperado de: www.reforma.com

Scherer, M. (27 de marzo del 2004). Telearquía. *Proceso*, 1427, México, D.F.

http://www.ceis-itesm.com

Centro de Estudios sobre Internet y Sociedad