



PRIMERA SECCIÓN

PERIODISMO DIGITAL
EN EL SIGLO XXI,
ANÁLISIS DE CASOS

Imágenes tomadas <http://observer.co.uk>

The Observer
www.observer.co.uk | Sunday 18 March 2018 | £3.00

Revealed: 50m Facebook files taken in record data breach

Exclusive
Christopher Wylie, who worked with a Cambridge University academic to obtain the data, told the Observer: "We exploited Facebook to harvest millions of people's profiles. And built models to explain what we know about them and target their inner demons. That was the heart of the entire company we built on."

Facebook: How his destructive ethos imperils democracy
Observe Comment, 44

The Cambridge Analytica Files
Full Interview
Whistleblower
Christopher Wylie lifts the lid
Cover story
New Review

Like or dislike The algorithm that reveals all about you
Report, page 9

Whistleblower tells of bid to influence votes
Tech giant suspends controversial data firm

Documents seen by the Observer, and confirmed by a Facebook spokesman, show that by late 2015 the company had found out that information had been harvested on an unprecedented scale. However, at the time it failed to alert users and took only limited steps to recover and secure the private information of more than 50 million individuals.

The New York Times is reporting that copies of the data harvested for Cambridge Analytica could still be found online; its reporting team had viewed some of the raw data.

The data was collected through an unvetted third-party developer, built by British, WP

LE FIGARO
+ Sans le Secret de Vénus, il n'y a pas d'Épiphanie - Boucard/Alcibiade

PMA, GPA LES MISES EN GARDE DE LA PHILOSOPHE SYLVIANE AGACINSKI PAGE 16

RÉCIT GAÛCHET, LE GOFF, YONNET LES DÉSENCANTÉS DE MAI 68 PAGE 14

Le rituel social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en action d'été a révélé, à des politiciens, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuum, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois, en public, « des erreurs ».

Facebook: le géant du numérique tombe de son piédestal

Le rituel social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en action d'été a révélé, à des politiciens, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuum, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois, en public, « des erreurs ».

Imágenes tomadas <https://www.lefigaro.fr>

Facebook: le géant du numérique tombe de son piédestal

Le rituel social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en action d'été a révélé, à des politiciens, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuum, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois, en public, « des erreurs ».

Imágenes tomadas <http://theguardian.com>

The Guardian
Monday 19 March 2018
Issue N°51360
www.theguardian.com
£2.00

Pressure grows on Facebook and data firm over mass breach of personal files

Cathy Newman On Jordan Peterson, trolls & Max Mosley

Facebook and the analytics firm election team were under mounting pressure last night with calls for new investigations and hearings to explain millions of people.

In Britain, the head of the parliamentary committee investigating fake news accused Cambridge Analytica and Facebook of misleading MPs after revelations in the Observer that more than 50m Facebook profiles were harvested and used to build a system that may have influenced voters in the 2016 US Presidential campaign.

Danish Collins MP said he would call the heads of both companies - Alexander Nix and Mark Zuckerberg - to give further testimony.

His intervention came after a whistleblower spoke to the Observer and described how the profiles, mostly of US voters, were harvested for Cambridge Analytica, in one of Facebook's biggest ever data breaches.

The disclosures caused outrage in the US, a state attorney general has accused the company of greater accountability and regulation.

The pressure comes amid reports the broadcast of an undercover Cambridge Analytica is trying to stop a News expose in which Nix, the company CEO, is said to talk unguardedly about the company's practices.

According to the Financial Times, reporters posed as prospective clients and secretly filmed a series of meetings, including one with the chief executive. The report is due to air this week.

Labour said news of the vast data breach should be a spur to further action. The party will now call for a new law to control online advertisements and improve transparency about what advertisements are being put out and who is paying for them, to mirror the Honest Ads Act that has been proposed in the US Congress.

"It would mean voters finally learn who is targeting them with what 'news' - and who's writing the digital minister, writing in today's Guardian. He plans to put forward an amendment to

Inside Labour Momentum on the rise in fight for party

Dan Sabbagh Heather Stewart

Momentum is a powerful and increasingly independent political force that is radically transforming the Labour party, with local groups challenging membership rules and fighting to get their activists selected, a Guardian investigation has revealed.

A Grassroots reporting project by the Guardian in four local parties demonstrates that Momentum, often described as a "party within a party", has rapidly become the most powerful force on the ground with Labour members frequently defining themselves as for or against it.

Some local groups are even prepared to defy the wishes of Jeremy Corbyn's office to support their chosen candidates in parliamentary selections - while a rule that bans both Labour members from joining Momentum is frequently ignored in practice.

In Mansfield, Momentum and local party officers were

1. El caso Cambridge Analytica en el periódico francés "Le Figaro": enfoque pragmático y discursivo del estudio de los acontecimientos

Camila Pérez Lagos¹

Resumen

Sobre la base de un enfoque pragmático y discursivo del estudio de los acontecimientos, nos preguntamos si ¿el acontecimiento de CA contribuyó a que el tema de la vigilancia digital fuera visible en la escena mediática? El estudio concluyó que el relato del acontecimiento, nominado como escándalo, tematiza las consecuencias económicas para la empresa Facebook, por sobre las consecuencias para los usuarios. Estas últimas aparecen en el relato, por tanto afectan la imagen de la empresa. Junto con ello, la discusión sobre los derechos ciudadanos en internet se menciona a través de testimonios de los usuarios y de la difusión de la nueva norma sobre la protección de datos personales en Europa.

Palabras claves: Cambridge Analytica; vigilancia; acontecimiento mediático; enfoque discursivo, enfoque pragmático.

1. Investigadora asociada al laboratorio Comunicación, Información y Medios (CIM) de la Universidad Sorbonne Nouvelle Paris 3. Doctora en Ciencias de la información y de la comunicación de la Universidad Sorbonne Nouvelle Paris 3. Máster en Ciencias del lenguaje por la misma universidad. Especialista en comunicación digital, análisis del discurso y semiótica de la imagen. Correo electrónico: perez.lagos.camila@gmail.com

The Cambridge Analytica case in the French newspaper “Le Figaro”: pragmatic and discursive approach to the study of events

Abstract

On the basis of a pragmatic and discursive approach to the study of events, we ask ourselves if the CA event contributed to the fact that the issue of digital surveillance was visible in the media scene.

The study concluded that the story of the event, nominated as a scandal, thematizes the economic consequences for the company Facebook, over the consequences for users. The latter appear in the story so they affect the image of the company. Along with this, the discussion on citizen’s rights on the Internet is mentioned through testimonies from users and the dissemination of the new rule on the protection of personal data in Europe.

Keywords: Cambridge Analytica; surveillance; media event; discursive approach, pragmatic approach.

Introducción

A diferencia de mecanismos de vigilancia tales como cámaras, huellas dactilares y oculares, la vigilancia digital permanece invisible para los ojos de los usuarios de Internet (Lyon y Bauman, 2013, 2016; Han, 2016). Casos como el escándalo de Cambridge Analytica (desde ahora CA) aparecen en el espacio público haciendo visibles los mecanismos y las consecuencias de la captación de datos personales con el propósito de manipular la participación política de los ciudadanos.

CA fue una empresa londinense de publicación estratégica, creada en 2013 y cerrada en 2018, que combina el análisis y la explotación de datos para campañas electorales. El slogan de la empresa fue “Data drives all we do” (Los datos conducen todo lo que hacemos). La misión de la empresa era cambiar el comportamiento gracias a los datos, con métodos que combinan la psicometría, la sicología comportamental y el tratamiento cuantitativo de datos. El escándalo sale a la luz pública el 17 de marzo de 2018 cuando periódicos como “*The Guardian*”, “*The New York Times*”, y “*The Observer*”, gracias a las informaciones otorgadas por el denunciante, Christopher Wylie (ex empleado de la empresa), acusan a CA de haber utilizado datos privados (provenientes de cuentas de *Facebook*) para influir en la campaña de Donald Trump¹. Lo anterior, fue posible gracias a una aplicación del “*GSR Global Science Research*” de la Universidad de Cambridge, concebida por el investigador Aleksandr Kogan. La aplicación, llamada “*This is your digital life*” “absorbió” los datos de quienes la usaron y, también de sus amistades.

En abril y mayo de 2018 Mark Zuckerberg, fundador y director ejecutivo de *Facebook*, es escuchado en audiencia frente al senado estadounidense y al parlamento europeo. El 17 de abril del 2018, el mismo Mark Zuckerberg, admite haber recolectado

1. Estas informaciones eran de conocimiento público desde fines del 2015 cuando el mismo periódico “*The Guardian*” había realizado un artículo donde exponía el origen “dudoso” de los datos que la empresa usaba para sus campañas.

los datos de al menos 87 millones de cuentas sin consentimiento de los usuarios. Por lo anterior, CA se declara en quiebra, dando por cerrada la empresa² y la red social Facebook es multada por violación a la ley de protección de datos de Inglaterra con la suma de USD \$644.000 (multa máxima por la Ley de protección de datos de 1998)⁴.

En este contexto, se buscó identificar e interpretar las características simbólicas y discursivas de la narrativa de los medios de comunicación en torno al evento CA, en particular del diario francés “Le Figaro” y así identificar si el acontecimiento contribuyó a hacer emerger en la escena mediática las cuestiones relativas a la vigilancia generalizada en internet.

A continuación, en una primera parte se abordan las razones principales de una vigilancia generalizada en internet. En segunda instancia se plantean los aspectos teóricos y metodológicos del estudio del acontecimiento, desde un enfoque pragmatista y discursivo. Y en una tercera parte, se presenta el análisis del *corpus de prensa*, seguido de las principales conclusiones.

Aspectos contextuales: sobre la vigilancia generalizada en internet

En los años 90 Internet apareció como un espacio de comunicación descentralizado y horizontal (Ganjon, 2018). Esto se debe principalmente a la falta de canales con visibilidad y al monopolio de los medios oficiales. En este marco, los movimientos se apropiaron de las redes sociales y de internet para romper con el llamado cerco mediático (Sierra Caballero y Gravante, 2016). Las primaveras árabes fueron un ejemplo emblemático de cómo las redes sociales pueden jugar un rol esencial en las movilizaciones ciudadanas. Manuel Castells (2012) explica que, en Túnez, la difusión de videos de violencia policial en la calle hizo que la movilización se organizara y visibilizara. Algunos ejemplos más recientes sobre el uso de las redes sociales son el caso del movimiento de los indignados en España (15M), #yosoy123 en México, #nuitdebout en Francia, #occupywallstreet en Estados Unidos, el movimiento #niunamenos en Latino América y España, #meetoo en Estados Unidos, o #balancetonporc en Francia, entre otros. En estos casos, la ciudadanía encuentra en la red un espacio para compartir sus problemas sociales y políticos en general. En este sentido, la circulación de relatos, de argumentos y de convocatorias en la red, permite la creación de espacios de libertad de expresión (Rayman, 2015), de construcción y de definición de grupos ciudadanos.

2. La empresa matriz Strategic Communication Laboratories (SCL), sigue en funcionamiento.

4. La multa equivale a lo que recauda la compañía cada cinco minutos y medio, de acuerdo con la facturación de los primeros meses del 2018 (Fuente: el mundo.es 11 de julio del 2018).

Ahora bien, Internet se ha ido transformando de un medio de emancipación a un instrumento de vigilancia generalizada (Morozov, 2011). En este marco se distinguen, al menos, dos razones por las que Internet se ha convertido en una herramienta de vigilancia: el creciente temor al terrorismo y la aparición de un capitalismo cognitivo. Con respecto al miedo creciente al terrorismo, según Armand Mattelart (2009), los ataques terroristas han servido para justificar un acceso soberano a las informaciones de los ciudadanos. Por citar algunos ejemplos, después del 11 septiembre del 2001 en Estados Unidos, a través de la ley antiterrorista “Patriot Act”, los servicios de seguridad nacional instauraron dispositivos de vigilancia para acceder a datos informáticos sin autorización previa ni informar al usuario, todo con el fin de obtener información sobre individuos sospechosos de terrorismo. En este contexto, Mattelart (2009) plantea que estamos frente a una democracia restringida que incluiría, 1) la instauración de un régimen de excepción o de urgencia permanente, 2) la ampliación de los poderes policiales y la merma de los poderes judiciales, y 3) la criminalización de la oposición política.

Un ejemplo más reciente son los ataques terroristas de 2015 en Francia, que llevaron al Estado francés a promulgar de urgencia la ley nº 2015-912 “Relative au renseignement” (relativa al espionaje) que sirvió para legalizar el uso de cajas negras en los servidores de acceso a internet. Esto permitió vigilar el tráfico en internet, captar datos y luego tratarlos con algoritmos que identificarían comportamientos terroristas. Al respecto, el CNum (Consejo Nacional de lo Numérico) advierte que este mecanismo es ineficaz, debido a la cantidad significativa de falsos positivos, además del hecho de que “los comportamientos terroristas no presentan una frecuencia suficiente para permitir elaborar un método automatizado” (CNum, “*Note à l’attention des membres du Conseil constitutionnel sur le projet de loi relatif au renseignement*”, 2015, traducción personal).

Edward Snowden, ex empleado de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) y la Agencia de Seguridad Nacional (NSA), fue uno de los primeros en hacer visible la vigilancia indiscriminada a los ciudadanos, revelando en 2013 a la documentalista Laura Poitras y al periodista de “The Guardian” Glen Greenwald, los programas de vigilancia masiva desarrollados por servicios secretos de Estados Unidos como la CIA y la NSA, en complicidad con los servicios comerciales de internet. Según Benabou y Rochfeld (2015), las denuncias hechas por Edward Snowden mostraron no solo que se está vigilando a los ciudadanos, sino también la fusión entre el Estado y las GAFAM, empresas comerciales de Internet como *Google Facebook, Apple, y Microsoft*. En suma, cada vez se encuentra más evidencia que comprueba que la vigilancia no se efectúa exclusivamente sobre quienes se sospecha de terrorismo, sino también sobre el ciudadano común.

Con respecto al segundo fenómeno, el capitalismo cognitivo o la trazabilidad constante y la subsiguiente monetización de nuevas formas de participación en la red, Dominique Cardon y Antonio Casilli (2015) plantean que cada clic produce un valor comercial, se trata de un trabajo invisible o digital labor de una nueva forma de capitalismo, un capitalismo cognitivo donde el trabajo sería inmaterial (Granjon, 2012). En este contexto, cada huella dejada por el usuario es analizada y procesada por algoritmos que permitirán predecir (*Data Mining*) e influir en los comportamientos (*Data Analytics*). Predecir, ya que a través de estos datos es posible identificar objetivos de consumo cada vez más precisos. Y prescribir porque, como explica Dominique Cardon (2015), «las medidas predictivas destinadas a personalizar la información presentada al usuario se despliegan, desde métodos estadísticos de aprendizaje para calcular las huellas de navegación de los usuarios de Internet y predecir su comportamiento a partir del de los demás» (Cardon, 2015: 18).

Ante la mercantilización de datos privados en internet, algunos investigadores la identifican como consecuencia de actos voluntarios, una especie de auto-explotación, mientras que otros hablan de una opresión frente a leyes cada vez más laxas. Por ejemplo, para el filósofo Byung-Chul Han (2015): “los ocupantes del panoptismo numérico, no son en absoluto prisioneros. Viven en la ilusión de la libertad. Alimentando el panóptico numérico con toda suerte de informaciones, se exponen y se revelan por sí mismos, voluntariamente” (Han, 2015: 93). Por el contrario, Nikos Smyrniotis (2017) señala que el rastreo omnipresente de los usuarios es un tema eminentemente político del cual los usuarios de Internet difícilmente pueden escapar, principalmente porque no pueden apoyarse en las regulaciones actuales.

Enfoque pragmatista del estudio de los acontecimientos

Un enfoque pragmatista del estudio de los acontecimientos permite entender estos fenómenos como una experiencia, es decir, como un momento de transformación social (De Blic y Lemieux, 2005). En este contexto, los acontecimientos pueden definirse por su temporalidad, configurada en una narrativa, en este caso mediática⁵. Por narrativa, entendemos el establecimiento de un orden en lo real (Ricoeur, 1983) conformado por un tiempo, personajes y elecciones estilísticas. Según la hermenéutica de Paul Ricoeur, contar es hacer inteligible una realidad que no lo es a priori. En consecuencia, la narrativa sirve para comprender y el acto de narrar es reunir lo heterogéneo y unificar lo diferente bajo

5. Compartimos la idea que la narración del acontecimiento no es únicamente configurada por la cobertura mediática, “la construcción de los acontecimientos es un trabajo colectivo de constitución que va mucho más allá de la actividad de los medios, y que no puede ser entendida como la representación más o menos distorsionada de hechos o eventos que existirían como tales en la realidad” (Arquembourg, 2011: 161).

una descripción y/o una explicación. Según el mismo autor, la mimesis de la acción opera en tres niveles en un proceso circular, la mimesis I donde los agentes, intenciones, motivos, metas, consecuencias, circunstancias, etc. están vinculados. Según Paul Ricoeur (1983), aquí respondemos las preguntas sobre el «qué», el «por qué», el «quién», el «cómo», el «con» o el «contra quién» de la acción. La mimesis II, donde a estos elementos se les aplica una temporalidad, es decir, la historia se organiza como una totalidad inteligible. La acción tiene un comienzo, un medio y un final donde se lleva a cabo la historia, todo esto está marcado por una trama que “media entre los acontecimientos o incidentes individuales, y una historia entendida como un todo» (Ricoeur, 1983: 127). Y, por último, la mimesis III donde se toma en cuenta al lector activo, quien se apropia de la narración interpretándola, «la mimesis III marca la intersección del mundo del texto y el mundo del oyente o el lector» (Ricoeur, 1983: 136).

Desde el punto de vista de la publicización de los eventos en la escena mediática, Barthélémy y Quéré (1991) se refieren a una dramaturgia del acontecimiento que se configura en un espacio público, con una trama, orden y actores (personas individuales o colectivos); en este sentido, los acontecimientos presentan:

“1) categorías, creencias, expectativas normativas, usos, prácticas y conocimientos relacionados con la esfera pública, 2) capacidades, responsabilidades y formas de intervención que constituyen el dominio de la acción pública, 3) confianza en cuanto a la posibilidad de que, si una colectividad se ve afectada, se puede, según una modalidad u otra, intervenir en el curso de los acontecimientos” (Barthélémy y Quéré, 1991: 12).

Por su parte, Luc Boltanski (1990), para hablar de la denuncia de la injusticia, desarrolla un sistema actancial de la denuncia donde se incluye 1) al que denuncia, 2) al que está a favor de que la denuncia se haga, 3) al que está en detrimento de que esta se ejerza y 4) aquel ante quien se opera la denuncia:

“La denuncia de la injusticia supone en efecto la designación de un culpable o responsable que puede [...] ser representado por una sinécdoque o abstracción (por ejemplo, “el capitalismo”, en un enunciado sindical destinado a protestar contra despidos) o ser identificado y designado nominalmente. El denunciador debe convencer a otras personas, asociarlas a su protesta, movilizarlas” (Boltanski, 1990: 300, traducción personal).

Ahora bien, la transmisión del acontecimiento en los medios no es un proceso transparente. Erik Neveu y Louis Quéré (1996), destacan que en los medios de comunicación

se elabora una puesta en escena (forma y sentido) que es producto de las estrategias de una serie de actores que de alguna u otra forma están interesados por el acontecimiento, cuando se identifica al acontecimiento como ataque político, huelga, revuelta, etc., “su explicación e interpretación están orientadas y delimitadas por el contenido semántico de los términos utilizados por esta descripción» (Neveu y Quéré 1996: 15).

Asimismo, además del carácter público de los acontecimientos, estos tienen un carácter inaugural. En palabras de Louis Quéré, «cuando [un acontecimiento] ocurre, no es solo la culminación de un proceso, sino que también marca el final de una era y el comienzo de otra» (Quéré, 2006: 189). En el caso de los escándalos, la ruptura del orden de las cosas es brutal ya que, como plantea Cyril Lemieux (2007) el vuelco de las relaciones y de las creencias previamente instituidas no se hace de manera abierta. Por su parte, John B. Thompson (2001) define el escándalo como lo que “denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimientos de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública” (Thompson, 2001: 32). Siguiendo a los sociólogos Damien De Blic y Cyril Lemieux (2005):

“El escándalo lleva al reposicionamiento, a una redistribución de los roles institucionales, incluso al cuestionamiento brutal de las relaciones establecidas. A menudo conduce al replanteamiento organizativo, a la producción de nuevos dispositivos legales y a la validación colectiva de nuevas prácticas” (De Blic y Lemieux, 2005: 71, traducción personal).

En este mismo sentido, los escándalos involucran un grado de conocimiento público de los acontecimientos, una audiencia compuesta por no participantes y un proceso a través de la cual los eventos se hacen visibles a los demás. Cualquier escándalo, según Thompson (2001), estaría entonces atravesado por una dramaturgia del ocultismo y de la revelación donde los implicados buscan que la información no sea conocida por la opinión pública.

En definitiva y desde un punto de vista pragmatista, los escándalos pueden también ser entendidos como una forma de movilización política, ya que tendrían un componente transformador. Por ejemplo, en el caso del escándalo político Watergate, luego de la revelación del Washington Post se desencadena el pedido de impeachment contra el presidente Nixon. En este sentido, la denuncia constituye “una mediación necesaria de la orientación hacia la acción” (Boltanski, 2007: 124, traducción personal). A su vez, los medios de comunicación se convierten en una herramienta de visibilidad, es decir para «obtener un tipo de presencia o reconocimiento en el espacio público que puede ayudar

a llamar la atención sobre una situación o hacer avanzar una causa» (Thompson, 2005: 86), de ahí que proviene el interés por su estudio.

Enfoque discursivo del estudio de los acontecimientos

Un enfoque discursivo es esencial al momento de identificar e interpretar las características simbólicas de la narrativa del acontecimiento en los medios de comunicación. Por enfoque discursivo entendemos, como Patrick Charaudeau (1984), el estudio, en una situación de comunicación, de las relaciones entre los aspectos internos (puesta en escena de los actos de lenguaje) y los aspectos externos (aspectos situacionales del acto de habla). En este marco, partimos de la hipótesis que señala que el lenguaje participa en la construcción de un sentido social sobre los acontecimientos del mundo. Los medios participan en la significación del acontecimiento, clasificando, jerarquizando la información, nombrando los hechos, etc.

“El acontecimiento nunca puede transmitirse en estado bruto a la instancia de recepción; para lograr la significación, depende de cómo se lo mire, de la mirada de un sujeto que lo integra en un sistema de pensamiento y al hacerlo lo vuelve inteligible” (Charaudeau, 2013: 118-119).

Mediante la observación del material lingüístico, nuestro objetivo es identificar los mecanismos de construcción del sentido social del acontecimiento. Para ello, nos focalizamos principalmente en dos observables discursivos⁶ la tematización y la nominación. Con respecto al acto de tematización, según Charaudeau (2013), además de generar una fragmentación semántica del mundo (nombrar), inscribe los acontecimientos en un propósito comunicativo. Por ejemplo:

“Cuando se anuncia que un avión se ha estrellado, aquello de lo que se habla difiere según las personas que se enteran de esta noticia y las circunstancias en que lo hacen. Para unos será la causa (accidental o criminal), para otros serán las consecuencias (individuales o políticas) y para otros serán los detalles del accidente (morbosos o técnicos)” (Charaudeau, 2013: 117).

6. Desde un punto de vista metodológico, los observables del discurso no son un material previo a la lectura profunda de los documentos institucionales, al contrario, emergen de la lectura del corpus y de una investigación de tipo inductivista (Santander, 2011) Asimismo, los observables del discurso no tienen características “ni de pertinencia ni de tamaño de la unidad, o de función de la unidad, es decir, las realidades lingüísticas estudiadas pueden ser tanto unidades lexicales como unidades de la frase o superiores a una frase” (Krieg-Planque, 2012: 45-46).

A través de la tematización, se puede focalizar la información en la causa, en las consecuencias, o en los detalles que van a configurar el encuadre del acontecimiento⁷. Por su parte, Marie Veniard (2013) interesada en el estudio de un conflicto social (de los intermitentes de espectáculos) y de un conflicto militar (la guerra de Afganistán), plantea que la nominación participa en la atribución de un sentido social del acontecimiento, pero también orienta el pasado (causas, explicaciones) y el futuro (las acciones esperadas). Por ejemplo, la denominación “guerra de Algeria” se atribuyó retrospectivamente, ya que durante el evento, las designaciones en los discursos gubernamentales y en la mayoría de los periódicos eran: “operaciones de mantenimiento del orden” (desde Francia) y “guerra de independencia o liberación” (desde Algeria). Otro ejemplo, son los estudios de Laura Calabrese (2007) sobre la nominación “Le voile” [el velo] en el marco de la polémica uso del velo en la escuela en Francia. La autora constata una inestabilidad denominativa entre velo v/s foulard que permitiría negociar el significado según sean los actores del conflicto (a favor o no del velo en la escuela), en este sentido, esta nominación hace emerger un conflicto más global sobre la laicidad en la escuela, la diversidad, el estatus de la mujer, etc. Dicho de otro modo, la designación “velo” (la que esconde el cabello y la que esconde el conflicto social) se convierte en un espacio de negociación para el referente. En este mismo sentido, el acto de nombrar un acontecimiento dado implica una toma de posición sobre el conflicto en relación con los enunciadores: “la nominación permite comprender el evento, en dos sentidos del término: una operación de hacer existir el evento (referencia) y de volverlo inteligible en una operación de interpretación del evento (significación)” (Veniard, 2013: 24). Ver por ejemplo las parejas nominativas que indican un mismo referente guerra v/s guerra civil, resistentes v/s rebeldes.

Corpus de análisis

Desde un enfoque pragmatista y discursivo del estudio del acontecimiento, se analizó un conjunto de textos periodísticos, que tratan el caso de Cambridge Analytica, provenientes del periódico francés “Le Figaro”⁸. El diario fue seleccionado intencionalmente por ser el primer medio de difusión pago en papel de Francia (Fuente: Alianza por las cifras de la prensa y medios, ACPM 2018). Se conformó un corpus de 138 artículos extraídos de la base de datos de prensa FACTIVE. Los artículos fueron seleccionados por palabras claves: todos los textos donde figuraba Cambridge Analytica ya sea en el titular o al interior del artículo; y por fecha: todos los artículos desde marzo hasta septiembre de 2018, periodo que corresponde al desarrollo del acontecimiento.

7. Entman (1993) plantea el encuadre como una acción estratégica y mediática que genera cuatro consecuencias en el discurso: 1) la definición del problema, 2) la atribución de causalidad, 3) el juicio moral, y 4) la recomendación de tratamiento.

8. Cabe mencionar que “Le Figaro” es un periódico de circulación nacional, y que su línea editorial es de derecha y centro derecha conservadora.

La pregunta que guió esta investigación fue: ¿el acontecimiento de CA contribuyó a que el tema de la vigilancia digital fuera visible en la escena mediática? El objetivo principal fue observar, describir e interpretar las características simbólicas y discursivas de la narrativa mediática de la prensa francesa sobre el acontecimiento CA y en particular en el periódico «Le Figaro». El estudio fue de carácter exploratorio y cualitativo, se buscó “identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas” (Cazau, 2006: 26). Con esto se busca aportar pistas para el estudio del acontecimiento desde una metodología discursiva y pragmatista del análisis de la prensa. A continuación, se presenta el análisis de los resultados.

Análisis de los resultados

La definición del problema: La sorpresa de los acusados y las consecuencias económicas

Una vez que el escándalo sale a la luz pública, los artículos tematizan el hecho como sorpresivo para los potenciales culpables: *Facebook* (1) y *Cambridge Analytica* (2).

1. El día anterior, en un comunicado, **la red social se dice “escandalizada por haber sido engañada”** por la utilización de datos de sus usuarios por Cambridge Analytica (Por qué Cambridge Analytica hunde Facebook en una tormenta, 20/03/2018, traducción personal).
2. Por su lado, **Cambridge Analytica afirma que ignoraba que** Aleksandr Kogan había tenido acceso ilegal a los datos (Facebook frente al enojo de las autoridades americanas y europeas, 21/03/2018, traducción personal).

Que los hechos se enuncien por parte de los implicados en el acontecimiento como sorpresivos, permitiría exculpar de responsabilidad, al menos ética, a los acusados. En este sentido, la actualización de la nominación “escándalo” en el caso de Facebook refiere a la sorpresa por conocer esta información, más que a los hechos mismos. Desde un punto de vista enunciativo, el periódico se distancia de las palabras de los acusados, mediante una modalisation autonymique (Authier-Revuz, 1997), como el uso de comillas o introductores de referencia como: “X afirma que...”, o “X dice que...”.

En los primeros días del anuncio del acontecimiento se ponen de relieve los efectos económicos que tendría el escándalo para la empresa Facebook (3). Este aspecto resurge en los artículos de fines de julio, luego de que se le asignara una multa a la empresa (4):

3. La red social **ha perdido casi 30 mil millones de dólares** luego del escándalo Cambridge Analytica (*Facebook* se hunde en la Bolsa tras una fuga de datos, 20/03/2018, traducción personal).

4. *Facebook* **pierde** 114 mil millones de dólares en la bolsa (26/07/2018, traducción personal).

Asimismo, “Le Figaro” tematiza las consecuencias del escándalo para Facebook, como empresa, tanto a nivel económico como a nivel comunicacional nombrando el hecho como una crisis mayor:

5. *Facebook* está saliendo de una **crisis mayor con el caso de Cambridge Analytica**, que crea un estigma en la minería de datos. ¿Cuál es la posición de los anunciantes? (Debemos cuestionar el valor y la efectividad de las plataformas, 06/05/2018, traducción personal).

La imagen de la empresa y su reputación son aspectos que también afectan a los inversores. Por la misma razón, el relato de “Le Figaro” incluye otras empresas de internet, como Qwant, que se desmarca de las prácticas de Facebook:

6. Qwant defiende una visión europea de protección de datos personales contra Gafam (*Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft*). **No explota comercialmente los datos de sus usuarios** (Qwant, el pequeño motor francés que quiere comerse a google”, 13/04/2018, traducción personal).

En definitiva, las consecuencias tanto económicas como comunicacionales, se presentan por sobre la influencia que pudo tener el hecho en las elecciones estadounidenses de 2016.

La atribución de la causalidad: las disculpas, las promesas y la desconfianza

A medida que el relato del acontecimiento avanza, el principal acusado apunta a Mark Zuckerberg, dejando fuera de la matriz del escándalo la figura del director general de CA: Alexander Nix. El 23 de marzo de 2018 el acusado reacciona públicamente a través de su cuenta de Facebook, y posteriormente en otros medios como “The New York Times”, “CNN”, la revista “Wired” y el sitio web “Recode”. Los artículos de “Le Figaro” mencionan las disculpas de Zuckerberg así:

7. “Nuestra responsabilidad es proteger sus datos y si nosotros fallamos, **no merecemos servirles**”, escribió el dirigente [...]. “Lo que pasa afecta la confianza

de nuestros usuarios y lo siento mucho” explicó al micrófono de CNN (**Mark Zuckerberg se disculpa** y defiende a Facebook, 23/03/2018, traducción personal).

El 30 de marzo del mismo año, se filtran dos memos internos de la empresa Facebook, en los que se demuestra que Mark Zuckerberg estaba al tanto de lo que CA hacía. Este nuevo hito en el desarrollo del acontecimiento da lugar a nuevas disculpas por parte del acusado y un reconocimiento del escándalo denominado por Zuckerberg como un error. Aquí nuevamente, el periódico cita directamente las palabras del acusado:

8. “Está claro que nosotros **no hicimos lo suficiente para evitar que nuestras herramientas puedan ser utilizadas para hacer mal**. Ya sea transmitiendo “Fake News”, permitiendo la interferencia de extraños en nuestras elecciones, transmitiendo discursos de odio, o en el control de programadores y en el uso de datos privados. **No teníamos una visión suficientemente amplia de nuestra responsabilidad y fue un gran error**”. (Mark Zuckerberg promete un cambio de filosofía en Facebook, 10/04/2018, traducción personal).

Junto a la tematización de las disculpas del acusado y el reconocimiento del denominado “error” en la narración del acontecimiento, surge la desconfianza:

9. Avergonzado por el caso de Cambridge Analytica, la red social atraviesa una de las crisis más graves de su historia. En la mira, su jefe y fundador, Mark Zuckerberg, habló el miércoles, reconociendo «errores» (Facebook: el gigante de lo digital cae de su pedestal, 21/03/2018, traducción personal).

10. Facebook ha abierto un nuevo frente a la crítica tras la filtración de dos memos. Estos dos documentos, que datan de 2016 y 2014, respectivamente revelados por BuzzFeed y el Financial Times, sugieren que Facebook tenía todas las claves para evitar **lo que hoy llaman «errores»** (La fuga de un memo interno incomoda a Facebook, 30/03/2018, traducción personal).

En la narración del acontecimiento en “Le Figaro” se retoman las palabras del acusado usando las comillas, este recurso permite al enunciadador no tomar parte del discurso del acusado y, al mismo tiempo, exponer una opinión sobre la calificación del acontecimiento. El 10 y 11 de abril de 2018 un nuevo hito en el desarrollo del acontecimiento emerge cuando Mark Zuckerberg testifica ante el congreso de Estados Unidos. En los artículos de “Le Figaro” se tematizan las promesas del acusado frente al congreso así:

11. Lejos de rechazar los caprichos de la legislación, **prometió**, por ejemplo, al senador Lindsey Graham, republicano de Carolina del Sur, sugerir qué nuevas reglas podrían imponerse a todos los actores en su sector (Mark Zuckerberg **promete** un cambio de filosofía en Facebook, 10/04/2018, traducción personal).

Mientras que Mark Zuckerberg promete: limitar el acceso a los datos personales e informar a los usuarios sobre el uso de sus datos, en el relato del acontecimiento, emerge nuevamente la desconfianza. Lo anterior, se realiza, a través de una enunciación testimonial:

12. **Yo** pongo un mínimo de informaciones en Facebook (24/03/2018, traducción personal).
13. Todo lo que Facebook sabe **de mi (y de usted)** (09/04/2018, traducción personal).

Junto con lo anterior, emerge un llamado al boicot y dejar la red social, reunido en la etiqueta: #deleteFacebook, en este sentido, además de la falta de confianza en las soluciones, emerge la acción por parte de los usuarios.

14. Las firmas de abogados de Estados Unidos anunciaron el miércoles que presentaron acciones colectivas en nombre de ciudadanos y accionistas, y **Facebook se enfrentó a una campaña de llamados para cancelar la suscripción (#deletefacebook)** (El patrón de Facebook se disculpa y reconoce “errores”, 22/03/2018, traducción personal).

Sobre este punto, el relato de “Le Figaro” pone el foco de la enunciación en los personajes públicos que se revelan para dejar la red social:

15. Con Cambridge Analytica, las tensiones han revivido. **Brian Acton, quien dejó WhatsApp en septiembre, participó en el boicot de la primera de las redes sociales con #DeleteFacebook** (El segundo cofundador de WhatsApp cierra la puerta a Facebook, 02/05/2018, traducción personal).

La aparición de personajes públicos como portavoces del boicot permite al enunciador acreditar el real alcance del boicot hacia Facebook. Al tratarse de personajes involucrados en empresas digitales, sus acciones, funcionan como argumentos de autoridad.

El juicio moral y las recomendaciones: la nueva norma de protección de datos personales.

Una vez que la investigación en contra de *Facebook* se abre y que la empresa CA es acusada de haber explotado ilegalmente datos personales a través de la red social, los artículos de “Le Figaro” tematizan la violación de la vida privada de los usuarios,

para ello se recurre a una enunciación testimonial sobre la base de encuestas:

16. **Ya no se sienten seguros en la red social más grande del mundo.** El escándalo de Cambridge Analytica ha creado, para muchos usuarios franceses de *Facebook*, una toma de conciencia del alcance de la recopilación de sus datos personales, su vulnerabilidad y la laxitud con la que podrían ser tratados. Según sus propias palabras, **Maxime es una de las personas que tiene una cuenta en la mayoría de las redes sociales y que las usa con mucha intensidad: «Me fui de Facebook y Messenger hace más de una semana»** («Decidí borrar mi cuenta», 12/04/2018, traducción personal).

El 25 de mayo de 2018, en Europa entra en vigor la norma sobre privacidad y protección de datos personales, este hito es citado en el relato de la prensa identificando un antes y un después de la ley. En los artículos se ficcionaliza sobre cómo habría afectado al escándalo Cambridge Analytica la nueva norma, indicando que el principal acusado tendría que haber asumido consecuencias económicas mayores que solo sus disculpas públicas:

17. Con el próximo reglamento general para la protección de datos personales (RGPD), Europa podrá aplicar sanciones tan duras como las de la ley antimonopolio. En caso de incumplimiento, las empresas podrán pagar hasta el 4% de su facturación global y una multa de 20 millones de euros. **Mark Zuckerberg tendrá que formular algo más que un «lo siento»** (Todo lo que Facebook sabe sobre mí (y usted), 09/04/2018).

En este mismo sentido, la legislación emerge como la solución al problema, sin mención de los aspectos críticos de la misma. La nueva norma se enuncia como la fórmula de protección al usuario de las empresas de internet, en particular de *Facebook*:

18. En Europa este caso llega en un momento crucial para la industria de la Web, que pronto estará sujeta al nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos (GDPR). **El texto obligará a Facebook a adaptar sus reglas para proteger aún más la información de los usuarios europeos de Internet** (Facebook afirma que el caso de Cambridge Analytica llegó a 87 millones de cuentas, 04/04/2018).

Finalmente, la tematización sobre la puesta en funcionamiento de la nueva norma en “Le Figaro” se sitúa en una línea temporal, una suerte de hito que permitiría, en el futuro, evitar escándalos digitales sobre la protección de datos personales, como el de Cambridge Analytica.

Conclusiones

El estudio concluyó que el relato del escándalo Cambridge Analytica en los artículos de prensa entre marzo y septiembre de 2018 del diario francés “Le Figaro” pone de manifiesto que el acceso a los datos personales de los ciudadanos comunes es una realidad y el acontecimiento así lo evidencia. En el corpus de “Le Figaro”, el acusado se focaliza en Mark Zuckerberg, CEO de Facebook. El hecho nominado como escándalo se encuadra desde el punto de vista de las consecuencias económicas para la empresa Facebook, por sobre las consecuencias para los usuarios. Junto con lo anterior, una vez que el acusado es escuchado en audiencia, se abordan las consecuencias comunicacionales. En este mismo sentido, se denuncia la desconfianza hacia las promesas del acusado. Dicho de otro modo, la desconfianza ciudadana y el peligro que estas prácticas implican en la democracia, surgen en el relato, por tanto, afectan la imagen de la empresa, nuevamente en términos económicos y por sobre todo frente a la desaprobación de los inversionistas.

Asimismo, desde una enunciación testimonial, se tematiza la toma de conciencia por parte de los usuarios, lo que evidencia una emergencia de la discusión sobre los derechos ciudadanos en la era de internet por parte de los mismos usuarios. Junto con lo anterior, la puesta en funcionamiento de la nueva norma sobre datos personales aparece como hito fundamental, por tanto, funciona como la solución al problema. Sobre lo anterior, creemos necesario, por una parte, contrastar estos resultados con otros periódicos de líneas editoriales opuestas, con el fin de obtener una perspectiva más amplia del caso. Por otra parte, insistimos en la necesidad de estudiar esos fenómenos, relativamente recientes, sobre los usos de internet y las redes sociales vinculados con la protección de la vida privada en internet. Esto aseguraría el buen funcionamiento de la ciudadanía digital, entendida como la capacidad de vincularse de manera crítica con el entorno digital.

Referencias

- Arquembourg, J. (2011), *L'évènement et les médias. Les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics*, Paris, Editions des Archives contemporaines.
- Barthelemy, M. y Quéré, L. (1991), *La mesure des événements publics: Structure des événements et formation de la conscience publique*. Rapport polycopié, Paris, ATP CNRS Communication et société.
- Benabou, V.-L., y Rochfeld, J. (2015). *À qui profite le clic?* Paris: Odile Jacob.
- Boltanski, L. (1990). *L'Amour et la Justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*. Paris: Métailié.
- Calabrese, L. (2007). «Quel(s) objet(s) de discours se dissimule(nt) sous la dénomination le voile?». Dans Cislaru, et al. *L'acte de nommer*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, p. 135-148.
- Cardon, D. (2015), *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, La République des idées.

- Cardon, D. et Casilli, A. (2015), *Qu'est-ce que le Digital Labor?* Bry-sur-Marne, INA Editions.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza editorial.
- Charaudeau, P. (2013): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, P., y Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Éditions du Seuil.
- De Blic, D. et Lemieux C. (2005), « Le scandale comme épreuve: Éléments de sociologie pragmatique », *Politix*, 71, (3), 9-38.
- Entman, R. (1993). “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”. *Journal of Communication*, 43, pp. 51-58.
- Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris: Minit.
- Granjon, F. (2012), *Reconnaissance et usages d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Paris, Presses des Mines.
- Granjon, F. (2018). “Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'internet”. *Pouvoirs*, 164,(1), pp. 31-47.
- Han, B.CH. (2015). *Dans la nuée, réflexions sur le numérique*. Paris: Actes Sud.
- Krieg-Planque, A. (2014), *Analyser les discours institutionnels*, Paris, Armand Colin.
- Lemieux, C. (2007), « À quoi sert l'analyse des controverses? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1: 191-212.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós.
- Moirand, S. (2004) “L'impossible clôture des corpus médiatiques: La mise au jour des observables entre catégorisation et contextualisation”. *Tranel*, (40), p. 71-92.
- Neveu, E. (2015). *Sociologie politique des problèmes publics*. Paris: Armand Colin.
- Neveu, E. et Quéré, L. (1996), « Présentation », *Réseaux, Le temps de l'événement II*, volume 14, n°76 : 5-7.
- Quéré, L. (2006). *Entre fait et sens, la dualité de l'événement*. *Réseaux*, no 139(5), 183-218.
- Rayman, D. (2015). “Chile: Vigilancia y derecho a la privacidad en internet”. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 4 (1), pp. 187-232.
- Ricoeur, P. (1983), *Temps et récit I: L'intrigue et le récit historique*, Paris, Seuil, Coll. « Points ».
- Sierra Caballero, F., y Gravante, T. (2016). “Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales”. *La Trama de la Comunicación*. V. 20, N°1, pp. 163-175.
- Smyrnaio, N. (2017), *Les GAFAM contre l'internet: une économie politique du numérique*. Bry-sur-Marne, INA Éditions.
- Thompson, J. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (2005), « La nouvelle visibilité », *Réseaux*, 2005/1 (n° 129-130): 59-87.
- Veniard, M. (2013). *La nomination des événements dans la presse*. Besançon: Presses universitaires de Franche-Comte.