

Tan cerca de Mark Zuckerberg y tan lejos de José Woldenberg

Edgardo Bermejo Mora
@edgardobermejo



Puede también titular a esta entrega: “Facebook, Harfuch, Brugada, y las reglas rotas de la competencia electoral”.

Ocurre que hace unos días ese limbo preelectoral en el que nos encontramos, que se abisma entre la oscuridad y el engaño, entre la manipulación y la ausencia de rendición de cuentas, que toca -o cruza- los linderos entre la legalidad y su contrario, se hizo patente en el muro de mi cuenta en Facebook: me apareció publicidad pagada y transmitida a través de entidades fantasma -disfrazadas de medios de comunicación- de dos de los precandidatos de Morena a gobernar la Ciudad de México: Omar García Harfuch y Clara Brugada.

Ignoro si los otros precandidatos de Morena o los de la oposición recurren a las mismas prácticas en Facebook y otras redes sociales que no consulto. Supongo que sí. Estoy seguro en cambio que no hay alcalde de las entidades que comprende la Ciudad de México que no gaste cantidades millonarias de publicidad en pendones, carteles, volantes, bardas y sobre todo anuncios espectaculares en los que aparecen por toda la ciudad luciendo sonrientes y empoderados en las portadas de una larga lista de publicaciones de existencia dudosa, o de dudosa reputación.

Las revistas lavadero se han convertido en las principales beneficiarias de este gran negocio preelectoral que navega en el océano de la opacidad, la ausencia de reglas, o peor aún, la abierta violación de las ya existentes. Es un fenómeno nacional, un agujero negro por destaparse, y el signo más claro de un sistema democrático que ha sido sometido y rebasado por sus principales actores.

Mientras tanto y de regreso a mi muro, advierto que los dueños del gran cor-

porativo mundial que incluye a Facebook se tapan un ojo, se benefician de esta ambigüedad y en México le abren sus puertas -o lo que resulta más delicado, sus algoritmos- a la publicidad política pagada con recursos del erario de las alcaldías, de las partidas presupuestales de los partidos -que es dinero público también-, o a través de donaciones privadas, alejadas del ojo fiscalizador en tierra de nadie.

Con la leyenda en letras naranjas y blancas sobre un fondo negro que dice: “*Harfuch el favorito en la Ciudad de México*”. Un fantasmal medio de comunicación llamado “Noticias y datos”, contrató a Facebook para que se asegurara de que apareciera en mi *timeline* -y me imagino que también en la de otros millones de usuarios- los resultados de una supuesta encuesta de Arias Consultores (despacho que tiene una página web en la que aparece una dirección en Reforma 483 de la Ciudad de México, y un teléfono que nadie contesta).

En esta encuesta -no sabemos si fruto de la rigurosa demoscopia, de las exigencias del mercado electoral o del pensamiento mágico- el ex secretario de Seguridad Pública de CDMX aventaja por 10 puntos a Clara Brugada. Tampoco sabemos con certidumbre, pero lo cierto es que de algún lugar debió salir el dinero para pagarla, para pagar a su vez a la empresa que la uso en su publicidad, y para pagarle finalmente a Facebook por el favor de transmitirla y abusar de sus algoritmos sin el consentimiento previo de sus usuarios.

Facebook, pese a todo, tuvo la cortesía de aclarar ahí mismo -con letras más pequeñas- que lo que estaba viendo en mi pantalla era “publicidad pagada por Noticias y Datos” y en una pestaña al calce ofrecía, lo cito: “*información sobre este anuncio*”.

Le piqué a la pestaña y me apareció esto: “*¿Quién pagó este anuncio? Noticias y Datos pagó este anuncio de Noticias y Datos*”. Lo reproduzco íntegro con todo y la reiteración obtusa.

Enseguida Facebook advierte: “*Si un anunciante indica que su anuncio es sobre temas sociales, elecciones o política, se le exigirá que especifique quién lo financió*”. Ofrece por lo tanto en otra pestaña “más información” y cuando le pi-

qué de nuevo apareció lo siguiente:

“*El anunciante envió esta información*”: un teléfono al que marqué y resultó inexistente (5541725513), un correo electrónico al que escribí sin obtener respuesta alguna (admin@noticias-y-datos.com) y una página web creada en 2023 (www.noticias-y-datos.com) en cuya cabeza reporta la temperatura de Bombay en India, y algunas noticias en inglés de temas intrascendente que han permanecido sin cambio en varios días, en lo que se revela a todas luces que es una página postiza e inexistente, sin directorio de sus editores responsables, datos de contacto o cualquier otra información que la haga aparecer como real. No obstante, a Facebook le pareció que cumplía con los requisitos para admitir que publicara publicidad política en su plataforma. Una tomada de pelo a tres bandas.

Lo mismo ocurre con otro anuncio en Facebook en favor de García Harfuch a cargo de otro medio fantasma llamado “Sin Zigzagueos”. En este caso reproduce el fragmento editorializado de una entrevista de televisión con Sabina Berman a la que le agregan el titular temerario: “*Harfuch el secretario de seguridad más exitoso de la ciudad de México*”.

De nuevo aquí la información que ofrece Facebook para conocer al anunciante conduce a la nada: una página web, un mail y un teléfono inexistente. Por vía de la plataforma X le pregunté a Sabina Berman si acaso había autorizado que se utilizara su entrevista para favorecer a García Harfuch, pero no obtuve respuesta.



Cuando me afané en la búsqueda en Google de algún medio con ese nombre sólo me apareció que estas dos palabras fueron pronunciadas en un discurso de Claudia Sheinbaum y por lo visto recogidas como insignia y emblema de algunos de los seguidores de Harfuch que quieren quedar bien con ella. “No es tiempo de zigzagueos”, declaró la ex jefa de gobierno en alguno de sus discursos de la pre pre campaña, y a alguien por lo visto le gustó la frase y se apropió de ella.

Horas después me aparecieron dos nuevos anuncios políticos, en este caso en favor de la ex alcalde Iztapalapa.

El primero a cargo de otro medio cachirul llamado “Enfoque” en cuya página web creada en 2023 (www.enfoque-noticia.com) se presenta como “Periodismo digital de México”, prescindiendo de información de contacto, directorio, ni nada que la sostenga con un mínimo de credibilidad, salvo algunas notas muy favorables a la precandidata, como la que precisamente apareció en Facebook a manera de noticia con el titular norcoreano: “Clara Brugada: Honestidad, trabajo y resultados. La opción favorita para dar continuidad a la 4T en la capital del país”. De no creerse que pretendan presentar esto como una nota periodística.

El segundo es igual al anterior, un “reportaje” con la foto de la precandidata y el encabezado: “*30 años de servicio, Clara Brugada es la elección clara de MORENA y del pueblo para CDMX*”, en este caso a cargo de otro medio patito llamado “De opinión” (de-opinion.com), cuya página web aparece en blanco -ya no tuvieron la molestia de rellenarla con paja-.

El mismo teléfono inexistente es el que aparece en la nota aclaratoria de ambas publicaciones en Facebook (5554166742) y el formato de la página web es exactamente el mismo en ambos casos. La torpeza es directamente proporcional a la impunidad con la que se saben protegidos sus creadores.

Quiero pensar que el INE y el Instituto Electoral de la Ciudad de México harán algo al respecto, y que los directores de Facebook en México leerán mi artículo y tendrán la decencia de responder a mis inquietudes. Pobre de México, tan cerca de Mark Zuckerberg y tan lejos de José Woldenberg●

web: edgarobermejo.info

Las revistas lavadero se han convertido en las principales beneficiarias de este gran negocio preelectoral que navega en el océano de la opacidad...





Clara Brugada.



Omar García Harfuch.



2023-10-27

Tan cerca de Mark Zuckerberg y tan lejos de José Woldenberg

Autor: Edgardo Bermejo Mora

Género: Nota Informativa

Pude también titular a esta entrega: "Facebook, Harfuch, Brugada, y las reglas rotas de la competencia electoral". Ocurre que hace unos días ese limbo preelectoral en el que nos encontramos, que se abisma entre la oscuridad y el engaño, entre la manipulación y la ausencia de rendición de cuentas, que toca -o cruza- los linderos entre la legalidad y su contrario, se hizo patente en el muro de mi cuenta en Facebook: me apareció publicidad pagada y transmitida a través de entidades fantasma -disfrazadas de medios de comunicación- de dos de los precandidatos de Morena a gobernar la Ciudad de México: Omar García Harfuch y Clara Brugada.

Ignoro si los otros precandidatos de Morena o los de la oposición recurren a las mismas prácticas en Facebook y otras redes sociales que no consulto. Supongo que sí. Estoy seguro en cambio que no hay alcalde de las entidades que comprende la Ciudad de México que no gaste cantidades millonarias de publicidad en pendones, carteles, volantes, bardas y sobre todo anuncios espectaculares en los que aparecen por toda la ciudad luciendo sonrientes y empoderados en las portadas de una larga lista de publicaciones de existencia dudosa, o de dudosa reputación.

Las revistas lavadero se han convertido en las principales beneficiarias de este gran negocio preelectoral que navega en el océano de la opacidad, la ausencia de reglas, o peor aún, la abierta violación de las ya existentes. Es un fenómeno nacional, un agujero negro por destaparse, y el signo más claro de un sistema democrático que ha sido sometido y rebasado por sus principales actores.

Mientras tanto y de regreso a mi muro, advierto que los dueños del gran corporativo mundial que incluye a Facebook se tapan un ojo, se benefician de esta ambigüedad y en México le abren sus puertas -o lo que resulta más delicado, sus algoritmos- a la publicidad política pagada con recursos del erario de las alcaldías, de las partidas presupuestales de los partidos -que es dinero público también-, o a través de donaciones privadas, alejadas del ojo fiscalizador en tierra de nadie.

Con la leyenda en letras naranjas y blancas sobre un fondo negro que dice: "Harfuch el favorito en la Ciudad de México". Un fantasmal medio de comunicación llamado "Noticias y datos", contrató a Facebook para que se asegurara de que apareciera en mi timeline -y me imagino que también en la de otros millones de usuarios- los resultados de una supuesta encuesta de Arias Consultores (despacho que tiene una página web en la que aparece una dirección en Reforma 483 de la Ciudad de México, y un teléfono que nadie contesta).

En esta encuesta -no sabemos si fruto de la rigurosa demoscopía, de las exigencias del mercado electoral o del pensamiento mágico- el ex secretario de Seguridad Pública de CDMX aventaja por 10 puntos a Clara Brugada. Tampoco sabemos con certidumbre, pero lo cierto es que de algún lugar debió salir el dinero para pagarla, para pagar a su vez a la empresa que la uso en su publicidad, y para pagarle finalmente a Facebook por el favor de transmitirla y abusar de sus algoritmos sin el consentimiento previo de sus usuarios.

Facebook, pese a todo, tuvo la cortesía de aclarar ahí mismo -con letras más pequeñas- que lo que estaba viendo en mi pantalla era "publicidad pagada por Noticias y Datos" y en una pestaña al calce ofrecía, lo cito: "información sobre este anuncio".

Le piqué a la pestaña y me apareció esto: "¿Quién pagó este anuncio? Noticias y Datos pagó este anuncio de Noticias y Datos". Lo reproduzco íntegro con todo y la reiteración obtusa.

Enseguida Facebook advierte: "Si un anunciante indica que su anuncio es sobre temas sociales, elecciones o

política, se le exigirá que especifique quién lo financió". Ofrece por lo tanto en otra pestaña "más información" y cuando le piqué de nuevo apareció lo siguiente:

"El anunciante envió esta información": un teléfono al que marqué y resultó inexistente (5541725513), un correo electrónico al que escribí sin obtener respuesta alguna (admin@noticiasdatos.com) y una página web creada en 2023 (www.noticiasdatos.com) en cuya cabeza reporta la temperatura de Bombay en India, y algunas noticias en inglés de temas intrascendente que han permanecido sin cambio en varios días, en lo que se revela a todas luces que es una página postiza e inexistente, sin directorio de sus editores responsables, datos de contacto o cualquier otra información que la haga aparecer como real. No obstante, a Facebook le pareció que cumplía con los requisitos para admitir que publicara publicidad política en su plataforma. Una tomada de pelo a tres bandas.

Lo mismo ocurre con otro anuncio en Facebook en favor de García Harfuch a cargo de otro medio fantasma llamado "Sin Zigzagueos". En este caso reproducen el fragmento editorializado de una entrevista de televisión con Sabina Berman a la que le agregan el titular temerario: "Harfuch el secretario de seguridad más exitoso de la ciudad de México".

De nuevo aquí la información que ofrece Facebook para conocer al anunciante conduce a la nada: una página web, un mail y un teléfono inexistente. Por vía de la plataforma X le pregunté a Sabina Berman si acaso había autorizado que se utilizara su entrevista para favorecer a García Harfuch, pero no obtuve respuesta.

Cuando me afané en la búsqueda en Google de algún medio con ese nombre sólo me apareció que estas dos palabras fueron pronunciadas en un discurso de Claudia Sheinbaum y por lo visto recogidas como insignia y emblema de algunos de los seguidores de Harfuch que quieren quedar bien con ella. "No es tiempo de zigzagueos", declaró la ex jefa de gobierno en alguno de sus discursos de la pre pre campaña, y a alguien por lo visto le gustó la frase y se apropió de ella.

Horas después me aparecieron dos nuevos anuncios políticos, en este caso en favor de la ex alcalde Iztapalapa.

El primero a cargo de otro medio cachirul llamado "Enfoque" en cuya página web creada en 2023 (www.enfoquenoticia.com) se presenta como "Periodismo digital de México", prescindiendo de información de contacto, directorio, ni nada que la sostenga con un mínimo de credibilidad, salvo algunas notas muy favorables a la precandidata, como la que precisamente apareció en Facebook a manera de noticia con el titular norcoreano: "Clara Brugada: Honestidad, trabajo y resultados. La opción favorita para dar continuidad a la 4T en la capital del país". De no creerse que pretendan presentar esto como una nota periodística.

El segundo es igual al anterior, un "reportaje" con la foto de la precandidata y el encabezado: "30 años de servicio, Clara Brugada es la elección clara de MORENA y del pueblo para CDMX", en este caso a cargo de otro medio patito llamado "De opinión" (de-opinion.com), cuya página web aparece en blanco -ya no tuvieron la molestia de rellenarla con paja-.

El mismo teléfono inexistente es el que aparece en la nota aclaratoria de ambas publicaciones en Facebook (5554166742) y el formato de la página web es exactamente el mismo en ambos casos. La torpeza es directamente proporcional a la impunidad con la que se saben protegidos sus creadores.

Quiero pensar que el INE y el Instituto Electoral de la Ciudad de México harán algo al respecto, y que los directores de Facebook en México leerán mi artículo y tendrán la decencia de responder a mis inquietudes. Pobre de México, tan cerca de Mark Zuckerberg y tan lejos de José Woldenberg.