

Redes sociales digitales: enredos y desenredos



536 octubre 2018
año 42, 2ª época
Edición digital

Diseño editorial:
Verónica León

Fotos de portada:
Midia Ninja

**Publicación internacional de
análisis y opinión de la Agencia
Latinoamericana de Información**

ISSN No. 1390-1230
Director: Osvaldo León

ALAI: Dirección postal
Casilla 17-12-877, Quito, Ecuador
Sede en Ecuador
Av. 12 de Octubre N18-24 y Patria,
Of. 503, Quito-Ecuador
Telf: (593-2) 2528716 - 2505074
Fax: (593-2) 2505073

URL: <http://alainet.org>

Redacción:
info@alainet.org

Suscripciones y publicidad:
alaiadmin@alainet.org

ALAI es una agencia informativa, sin
fines de lucro, constituida en 1976
en la Provincia de Quebec, Canadá.

Las informaciones contenidas en esta
publicación pueden ser reproducidas
a condición de que se mencione
debidamente la fuente y se haga
llegar una copia a la Redacción.

Las opiniones vertidas en los artícu-
los firmados son de estricta respon-
sabilidad de sus autores y no reflejan
necesariamente el pensamiento de
ALAI.

Suscripción revista impresa
(10 números anuales)

	Individual	Institucional
Ecuador*	US\$ 34	US\$ 40
A. Latina	US\$ 60	US\$ 80
Otros países	US\$ 75	US\$ 140

* incluye IVA

Cómo suscribirse:

www.alainet.org/revista.phtml
se aceptan pagos por Internet

AMERICA LATINA
en movimiento

Redes sociales digitales: enredos y desenredos

- 1 Internet, derivaciones y paradojas
Osvaldo León
- 5 Redes sociales digitales: un gran negocio
Sally Burch
- 9 Contra la transformación social: El firewall
monopólico en las redes sociales digitales
Javier Tolcachier
- 12 De la euforia a la decepción: ¿regular las
redes sociales?
Palmira Chavero
- 15 Las redes sociales libres, redes nuestras
Miguel Guardado Albarreal
- 18 El asesinato de la verdad y la
manipulación del imaginario
Aram Aharonian
- 21 Brasil: Las redes sociales digitales en la
disputa política
Clayton Nobre
- 24 Participación política y redes sociales
digitales
Silvia Lago Martínez
- 27 Síntesis del Seminario Internacional:
Desenredando las redes sociales digitales
ALAI



Internet, derivaciones y paradojas

Oswaldo León

Escándalo tras escándalo, relacionados con la violación de la privacidad y manipulación de datos personales, un remezón expansivo ha tocado la imagen idílica que engalana al puñado de corporaciones digitales predominantes en Internet, afectando particularmente a Facebook y en menor medida a Google, ambas en el negocio de anuncios personalizados en línea (targeted online ads).

Facebook se puso en la mira a raíz de las revelaciones de que dejó filtrar datos de decenas de millones de usuarios a la firma británica Cambridge Analytica, que los puso al servicio de sus clientes en campañas políticas. No por tratarse de la primera denuncia sino por la resonancia alcanzada y sus implicaciones como plataforma que se presta a la manipulación política, como sería el caso durante las elecciones presidenciales estadounidenses en 2016. En la última semana de septiembre esta firma registró un nuevo revés: unas 50 millones de cuentas fueron pirateadas por una falla de seguridad.

Google ha sido reiteradamente denunciado por alterar los resultados del servicio de búsquedas que ofrece para beneficiarse comercialmente o para promover una ideología determinada desde el momento en que, desde su arbitrio, puede disponer qué se puede ver y en qué orden, y qué descarta o censura. Aunque la empresa lo niega, en julio 2018 la Unión Europea le impone una multa de USD 5

mil millones por haber incumplido con ciertas leyes antimonopólicas al haber manipulado los algoritmos de búsquedas para favorecer al servicio de compras corporativo de su propiedad. Para el Dr. Robert Epstein, investigador del American Institute for Behavioral Research and Technology, cerca del 25% de las elecciones nacionales en el mundo son decididas por Google¹.

Ante estos acontecimientos, la cobertura mediática corporativa se ha empeñado en presentarlos como hechos aleatorios, siendo que revelan un gran problema de fondo: la imbricación de las grandes empresas en Internet con el modelo de vigilancia imperante, con severas implicaciones sobre la vida democrática y la vida social en general, no solo por lo que están haciendo sino por lo que pueden hacer en el futuro.

En razón de estos escándalos, de alguna medida se ha fragilizado el mito de la neutralidad que las redes digitales predominantes buscan fomentar. Y por lo mismo, no solo que están aflorando importantes preguntas sobre la privacidad y la vigilancia en Internet, sobre la supervisión democrática de estas plataformas, sino que también se está abriendo la oportunidad para discutir la implementación de regulaciones de las redes digitales, siendo que a otros medios si se las aplican. La cuestión es: ¿con qué sentido y alcance? Por lo mismo, vale señalar algunos elementos de contexto.

Oswaldo León, comunicólogo ecuatoriano, es Director de América Latina en Movimiento que edita ALAI.

¹ <https://www.politico.com/magazine/story/2015/08/how-google-could-rig-the-2016-election-121548>

Expansión del campo comunicacional

En tanto factor básico de las relaciones humanas, la comunicación constituye un componente ineludible de toda actividad social, por lo que toda dinámica social presupone un proceso comunicacional. Con el desenvolvimiento de los medios de comunicación y su institucionalización, los procesos comunicacionales han registrado cambios profundos e irreversibles. Tan es así que es muy común que se pierda de vista que los medios apenas son un componente de los procesos de comunicación y no el proceso mismo.

Esta trayectoria no solo señala la posibilidad de contar cada vez más con nuevos conductos para transmitir mensajes, sino la constitución de instancias que acumulan poder en la medida que -al afectar el proceso de producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico- se tornan gravitantes en la construcción del entorno cultural. De ahí que la comunicación es uno de los factores que históricamente la modernidad capitalista ha conjugado con el cambio sociopolítico y crecimiento económico.

Específicamente, los medios de difusión asumen un rol fundamental en los procesos de consumo (expandir mercados), y como negocios ellos mismos priorizan la ampliación de audiencias (mercancía primaria) por encima de la calidad y responsabilidad social, de ahí el creciente peso del entretenimiento. Al tiempo que desempeñan un papel ideológico y de disciplinamiento social clave.

Con el vertiginoso desarrollo registrado por la comunicación en el mundo contemporáneo y su impacto en todos los órdenes de la vida, de más en más se están irradiando sus prerrogativas para asumir una serie de roles de control social que antes desempeñaban otras instituciones (partidos, escuelas, iglesias, etc.). Una de las secuelas de este reordenamiento es la creciente importancia de la opinión pública en tanto espacio para dirimir los conflictos

sociales y políticos. Lo cual, entre otras cosas, ha conducido a una ampliación del campo comunicacional, con actividades como el marketing, los sondeos de opinión, el manejo de imagen, etc., que exigen un tratamiento multidisciplinario.

Pero a la vez, asistimos a una acelerada conformación de grandes conglomerados estrechamente articulados al sistema corporativo financiero, industrial y militar. Proceso que se acelera con el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs), cuya cara emblemática es Internet, en la medida que contribuyen a apuntalar el nuevo ciclo de acumulación del capital, corporativo y transnacional, denominado “globalización”. Como también por el impacto que alcanzan en la vida cotidiana de las personas.

Esto es, permiten que se expanda el espacio geográfico subordinado a la acumulación capitalista, incorporando nuevos territorios y poblaciones, y que se acorte el tiempo de acumulación o ciclo del capital, acelerando el circuito producción, circulación y realización de bienes y servicios. Y así, por primera vez, la lógica capitalista se extiende a las relaciones sociales en todo el planeta.

Y en esta dinámica ya están en camino la Internet de las cosas, las cadenas de bloques y la inteligencia artificial. Al tiempo que las empresas de mayor peso en este sector (principalmente las llamadas GAFAM: Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) ya ocupan los primeros lugares de valoración en la bolsa.

Configuración reticular

Otro de los fenómenos de la sociedad contemporánea es el relativo a las “redes” como modalidad para establecer interacciones y actuar socialmente, con alto grado de flexibilidad, horizontalidad e interconectividad. Esta forma de articulación reticular precede a la llegada de la Internet, pero con ésta se profundiza su alcance, velocidad y complejidad.

A diferencia de las estructuras piramidales, organizadas en niveles jerárquicos, donde los niveles intermedios se encargan del enlace entre la dirección y la base, para el funcionamiento en red son las interacciones y flujos de información entre los diversos componentes que adquieren un valor sustantivo para su acción y desarrollo. Y esto porque entre ellos se establece una horizontalidad de las relaciones con la particularidad que cada cual puede decidir sobre sus propias acciones, pero no sobre las de los otros.

Debido a esta configuración reticular basada en la horizontalidad y reciprocidad, las redes no solo son capaces de congregarse a componentes heterogéneos (organizaciones formales e informales, estructuradas jerárquicamente o no, etc.), sino que también pueden expandirse por todos los lados, con un carácter multiplicador que resulta por esa capacidad de articular acciones diversificadas, múltiples, repetitivas, etc. para el cumplimiento de los objetivos comunes. Mas no se trata de una simple sumatoria de acciones, pues de por medio está ese proceso de construcción colectiva de objetivos comunes que le da un sentido propio e innovador, sin que esto implique que sus diversos componentes pasen a pensar y actuar de la misma manera. De hecho, por tratarse precisamente de una modalidad organizativa donde cada componente preserva su autonomía, la diversidad constituye un factor de potenciamiento del conjunto².

Si bien la forma en red de la organización social ha existido en otros tiempos y espacios, lo nuevo radica en su expansión al conjunto de la estructura social, por lo que la lógica de red ha pasado a ser un elemento estructurante del mundo contemporáneo. En tal sentido, las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs), además de abrir nuevas posibilidades en el plano de la comunicación, sustentan nuevas lógicas organizativas en el

ámbito de la producción, que paulatinamente se extienden a la sociedad en su conjunto.

El usuario como producto transable

Vale precisar que si bien Internet nació en el ámbito militar de los Estados Unidos, como un arma más de la Guerra Fría, su impulso inicial tiene lugar en el marco de iniciativas académicas y ciudadanas que le imprimen el carácter de un sistema descentralizado, horizontal y abierto. Específicamente, es en 1969 que aparece la primera red funcional, Arpanet, luego que un grupo de profesores y estudiantes de la Universidad de Los Ángeles logra el primer intercambio de mensajes «en línea» con sus pares de la Universidad de Stanford. Una década después se inicia el ciclo de Internet, aunque para su despliegue debió esperar la llegada de la interface gráfica hoy conocida como WWW (World Wide Web), que se da a inicios de los '90.

A partir de entonces se inicia un paulatino giro respecto a la concepción inicial de quienes diseñaron Internet como un medio ciudadano no comercial, pues los grupos corporativos irrumpen para imponer una lógica de rentabilidad que pasa por la anulación de la privacidad en la Red con la incorporación de protocolos de vigilancia, para poder rastrear la actividad de las personas en Internet y establecer perfiles con sus datos personales (identidad, relaciones, gustos, afinidades, etc.).

O sea, de un esquema inicial radicalmente descentralizado se pasa paulatinamente a una estructura altamente centralizada donde la información queda en pocas manos. Y es precisamente esta información que se convierte en la mina de oro para negociar con el mejor postor y, por tanto, consolidar su propio poder; en connivencia con los estamentos de seguridad policial y militar. Y tan es así que ahora empresas comerciales o políticas pueden enviar mensajes propagandísticos específicos a segmentos demográficos con alta probabilidad de éxito y, consecuentemente, con efecto multiplicador.

2 León, Osvaldo (2010), Redes sociales alternativas, http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/473trabajo.pdf?PHPSESSID=9c8fb4185e4d0c003808804992ababdb

Es en este contexto que tiene lugar la expansión de las llamadas redes sociales digitales, que en rigor son plataformas empresariales que permiten intercambios en línea, potenciando la dimensión relacional de la comunicación, donde los usuarios/as se convierten en los soportes clave para su supervivencia; un mecanismo de explotación del trabajo de usuarios, que se complementa con la apropiación de los datos que estos usuarios ofrecen y cuya venta está a la base del gran negocio. Y es por eso que cada empresa se empeña para que la gente utilice su plataforma con la mayor frecuencia posible, porque al fin de cuentas el usuario es el producto transable.

Y aquí radica una de las contradicciones clave que se expresa actualmente en el mundo Internet: la lógica de commodity y de ganancia máxima que tales empresas buscan imponer, frente a la capacidad de Internet para potenciar comunidad; esto es: Internet como parte de los bienes comunes.

Cabe acotar que esa dimensión relacional de la comunicación, que implica reconocimiento, estima, etc., en tales plataformas digitales se la encuadra bajo los parámetros ideológicos predominantes pautados por el consumismo, la competitividad, el individualismo como

valores de superación y residual convivencia social, bajo un ambiente altamente emotivo. Por tanto, con una exacerbación de las percepciones ya que cómo se percibe un conflicto puede pesar más que el conflicto mismo.

Y es por este camino que llegamos al fenómeno del “fake news”, puesto que tales plataformas se prestan con mucha facilidad para el reparto de rumores, afirmaciones no verificadas, tergiversaciones o mentiras; capacidad que se multiplica aún más con el uso de bots y cuentas de usuarios ficticios, combinado o no con algoritmos, que se explota para fines políticos.

En suma, para decirlo en palabras del Colectivo Promotor del Foro Social Internet: “La primera generación de corporaciones transnacionales basadas en Internet y en los medios de comunicación social ha sido acusada, no sin razón, de debilitar la identidad colectiva, conspirar contra el sentimiento de privacidad y reducir la capacidad de acción del ciudadano o incluso del consumidor”³. ↩

3 *Hacia un Foro Social de Internet: Por qué el futuro de Internet necesita movimientos de justicia social*, octubre 2016. www.alainet.org/es/articulo/181536

Redes sociales digitales en debate

El 30 y 31 de agosto se realizó en Quito el Seminario Internacional: “Desenredando las redes sociales digitales”, convocado por ALAI, FLACSO y CIESPAL, con los siguientes objetivos:

- a) Con referencia al contexto mundial (económico, militar, etc.), ubicar los factores clave que inciden en cómo se producen y desarrollan las redes sociales digitales (RSD).
- b) Identificar las características propias de las RSD -qué les diferencia sustancialmente de anteriores medios y tecnologías de comunicación- y su impacto en el ordenamiento social.
- c) Explorar las lógicas de implementación y utilización que se dan de las RSD desde distintos sectores de actores sociopolíticos y mediáticos: sentidos, niveles de apropiación, etc.

La mayoría de artículos de la presente revista se elaboraron sobre la base de las ponencias y reflexiones de este evento. En la p.26 se encuentra una síntesis de las conclusiones del mismo.

Más información: www.internetciudadana.net

Redes sociales digitales: un gran negocio

Sally Burch

A medida que el uso de las redes sociales digitales (RSD) va representando un espacio creciente en el escenario comunicacional, desde lo mediático hasta lo publicitario, pasando por lo interpersonal, resulta cada vez más complejo apreciar su alcance e impacto en cómo nos informamos, de qué fuentes, de qué maneras nos comunicamos y compartimos contenidos, y con quiénes.

Uno de los elementos centrales que incide en cómo se dan estos cambios es el modelo corporativo privado dominante en las plataformas digitales. Ese modelo de desarrollo de Internet y las tecnologías digitales no era el único posible. Por un lado, hubo grandes inversiones públicas para desarrollar la tecnología, que luego se entregó al sector privado para su usufructo. Por otro, las interfaces de intercambio en línea nacieron mucho antes de las plataformas de redes sociales y fueron parte de Internet desde sus inicios, por lo general en espacios creados y autogestionados por los usuarios/as, como, por ejemplo, las listas electrónicas temáticas, los murales (“*bulletin boards*”), los grupos de noticias (*newsgroups*), o las bases de datos de acceso abierto.

La entrada en escena, hacia inicios de este siglo, de la llamada Web 2.0 -cuyo discurso promocional habla de “descentralización radical, confianza radical, participación... experiencia

Sally Burch, periodista británica-ecuatoriana, es directora ejecutiva de la Agencia Latinoamericana de Información -ALAI-.

[@SallyBurchEc](https://twitter.com/SallyBurchEc)

de usuario, control de la información de cada uno...”- coincide con las grandes inversiones de capitales en las nuevas empresas tecnológicas de Silicon Valley y -luego del estallido de la burbuja bursátil de los “*punto.com*”- la necesidad de buscar formas de rentabilizarlas, lo que no parecía tan fácil en un ámbito donde los contenidos se comparten libremente.

Con las redes sociales digitales, que habían comenzado a aparecer en la última década del siglo pasado, las empresas encuentran una solución: crear plataformas donde las personas se interconecten, compartan contenidos y generen datos, a partir de los cuales crean perfiles de cada usuario que, a su vez, se venden a anunciantes. La lógica que se impone implica que, a mayor uso de la plataforma, más usuarios acuden, más datos se acumulan, más ventas se generan. Por lo mismo, se crean espacios cercados para que los usuarios no salgan de la plataforma sino que realicen la mayor parte de sus actividades en línea dentro de la misma. Por ello, en muchas redes sociales empresariales, solo se puede intercambiar con quienes tienen una cuenta en la misma red, hecho que va en contra del espíritu con que nació Internet, como protocolo que permite intercomunicar entre todas las plataformas.

Estas prácticas se prestan a la conformación de “monopolios naturales” debido al “efecto red”: es decir, los usuarios optan de preferencia por las redes digitales más concurridas, donde están sus amistades, clientes, temas de interés. Estas hoy se llaman YouTube, Facebook, Twitter, Instagram... cuyo poder es tal que van eliminando o absorbiendo la competencia.

La trampa de los algoritmos

Desde la lógica de la rentabilidad, lo que los usuarios hacen en la plataforma importa poco, con que la sigan alimentando con sus datos, generando tráfico y consumiendo publicidad. De hecho, son los propios usuarios que dan sentido, contenido y orientación a los usos predominantes de cada plataforma.

Con el pretexto de mejorar la experiencia para sus usuarios, las empresas desarrollan algoritmos (o sea, conjuntos de instrucciones o reglas computacionales que permiten llevar a cabo una serie de operaciones) cuyas funciones incluyen determinar lo que será visible -o no- para cada usuario, supuestamente en función de sus intereses identificados, pero muchas veces incorporando otros criterios orientados a vender más publicidad o incluso a motivar niveles de adicción al uso constante de la red y comportamientos compulsivos.

Se ha constatado, por ejemplo, que las emociones negativas conllevan a tendencias de acción en línea más fuertes que las emociones positivas; por lo tanto, ciertos algoritmos terminan priorizando aquellos contenidos que provocan reacciones de ira u odio en el usuario. También, cuando un usuario muestra interés en contenidos con posiciones político-sociales extremistas, el algoritmo le ofrece nuevos contenidos aún más extremos. Con ello, estos sistemas contribuyen a radicalizar posturas y a agudizar antagonismos existentes en la sociedad, al punto que, en contextos de fuerte conflictividad, han llegado a catalizar acciones colectivas (offline) de violencia física e incluso casos de linchamiento. Como consecuencia, se estrecha el espacio para el debate político y la confrontación de ideas, programas, tesis y la búsqueda de consensos mínimos entre puntos de vista divergentes que son fundamentales para la convivencia democrática.

A ello se añade el constante acoso al usuario para que no se desconecte, que siga consumiendo contenidos y alimentando su perfil.

Snapchat, por ejemplo, una de las redes preferidas por la juventud, donde las fotos duran un tiempo limitado, incita al usuario a estar permanentemente conectado: que no se vaya a perder algo que los panas han posteado o han visto. Tiene incluso un sistema de puntaje que penaliza a quien se desconecta. Así se tiende a generar niveles de adicción y dependencia.

Poco conscientes del poder de estos algoritmos, por lo general usamos acríticamente las plataformas de RSD, confiando en empresas que no rinden cuentas ante nadie, dejando que influyan, con algoritmos opacos, en las relaciones que formamos, en la información que consumimos, en las audiencias a las que llegamos, en quien conoce sobre nuestra vida privada, e incluso en por quien votamos.

¿Se agota el actual modelo de RSD?

Los recientes escándalos sobre la proliferación de noticias falsas, la falta de ética y transparencia, el abuso de datos personales y la injerencia en procesos electorales han comenzado, sin embargo, a socavar esta confianza.

Los escándalos cada vez más frecuentes en torno a los abusos de ciertas plataformas, particularmente explotando datos personales, han sido uno de los catalizadores que han terminado generando una reacción negativa. El público usuario comienza a sentirse utilizado, ve vulnerada su privacidad, se da cuenta que no controla qué contenidos puede ver ni quiénes ven los contenidos que coloca, o se siente hastiado con la publicidad. Como resultado, cada vez más usuarios deciden cerrar sus cuentas en ciertas RSD o migran a otra plataforma que parece ofrecer mejores garantías. Facebook ha sido una de las redes más afectadas por tales escándalos.

Un estudio reciente registra por primera vez un descenso en el número de usuarios en algunas RSD (Twitter y Snapchat), en el segundo trimestre de este año, y crecimiento casi estático en otras (como Facebook, que perdió, además, un

millón de usuarios en Europa)¹. Ello evidencia, tal vez, lo efímero que puede ser una plataforma u otra, más no el sistema en sí, pues son las mismas empresas transnacionales que están creando las plataformas alternativas a las que migran la mayoría de usuarios. La juventud, en particular, está migrando de preferencia a plataformas gráficas como Instagram (Facebook) o Youtube (Google); y muchos usuarios prefieren usar plataformas de mensajería con encriptación para compartir información, como Whatsapp (Facebook).

Ahora bien, en el caso, por ejemplo, de sistemas de mensajería como Whatsapp, ha costado a las empresas encontrar un modelo que permita monetizar su uso de la misma manera que las RSD, ya que responden a otras lógicas. De hecho Facebook ha anunciado hace poco que a partir de 2019, introducirá publicidad en Whatsapp; ello podría comprometer la privacidad de las comunicaciones, ya que se ha revelado que la empresa planea extraer palabras clave de los mensajes (supuestamente cifrados) para orientar la publicidad. Queda por ver cuantos usuarios terminen migrando de Whatsapp a algún otro sistema de mensajería. Vale destacar, también, que con respecto al uso de las redes sociales en la política, la migración a mensajería implica que no se puede evaluar públicamente el uso ni impacto de estos sistemas para difundir noticias falsas o mensajes de odio, ya que son mensajes privados.

Entonces, en el fondo se plantea la pregunta de si la solución pasa por mudar cada vez de plataforma comercial para esquivar los inconvenientes, o si es más bien el actual modelo comercial en sí que plantea un serio problema, no solo en términos individuales, sino para la sociedad y la democracia misma.

En este contexto, las redes sociales libres presentan una alternativa interesante (ver el artículo de Miguel Guardado en esta edición),

¹ <https://www.theglobeandmail.com/business/technology/article-has-social-media-usage-around-the-world-peaked/>

especialmente para proteger las interacciones privadas y dinámicas internas de organizaciones o comunidades, donde es clave mantener el control y garantizar privacidad; pero también, cada vez más, se están convirtiendo en espacios de difusión pública alternativa.

Un espacio de disputa política

En todo caso, en la realidad actual, quienes actúan en los ámbitos mediático, político, social o cultural difícilmente pueden hacer caso omiso de las RSD comerciales más concurridas. Nos guste o no, ya ocupan un lugar cada vez más central en la vida pública y como tal constituyen un espacio de disputa para interactuar con públicos amplios.

De hecho, numerosos actores sociales, sectores organizados, medios alternativos o artistas han convertido a las RSD comerciales en espacios que potencian la organización y la resistencia. Al apropiarse de estos canales de difusión e intercambio, han podido convocar movilizaciones con un alcance mucho mayor que con métodos anteriores, compartir creatividad, opiniones y versiones de la realidad excluidas de los medios hegemónicos, amplificarlas mediante procesos virales, o generar nuevas expresiones culturales. La tecnopolítica y la tecnocultura ya son parte de la nueva realidad, particularmente entre la juventud, y desbordan los parámetros fijados por los dueños de las plataformas, generando formas organizativas y comunicacionales novedosas, que fluyen entre el mundo *online* y *offline*.

Toda vez, para tener una participación efectiva en esta disputa, es importante entender que es un terreno minado, sembrado de algoritmos opacos que responden a intereses particulares, por lo que se requiere actuar con cautela y con entendimiento de las lógicas que allí operan. Entre ellas, podemos mencionar la facilidad con que se reparten rumores y noticias falsas, y la dificultad de identificar sus fuentes; la limitación que implica reducir el pensamiento e ideas complejas al tamaño de un tuit de 280 caracteres; y también la tendencia de

los algoritmos a exacerbar la polarización de opiniones, al dar a los usuarios más de lo que les “gusta”. También es importante entender que los sectores de poder ya tienen todo un arsenal desarrollado, con fuertes inversiones, para imponerse en esta disputa.

Justamente, un reciente estudio de la Universidad de Oxford², constata evidencias de manipulación formalmente organizada de las redes sociales en 48 países de todos los continentes, (20 más que lo constatado el año anterior), principalmente bajo la forma de campañas de desinformación en períodos pre-electorales. Esta manipulación es practicada principalmente por parte de agencias gubernamentales o partidos políticos, y apunta, entre otros: a crear y amplificar discursos de odio o difamación personal o grupal; generar narrativas e información falsa; desviar la atención temática; recolectar datos en forma ilegal; o minar procesos democráticos, censurando contra-narrativas. Existen, además, numerosas empresas consultoras especializadas en estas prácticas.

Las recientes elecciones en Brasil ponen en evidencia, nuevamente, la gravedad de esta manipulación para el futuro de nuestras democracias. Se ha denunciado que la campaña electoral de Jair Bolsonaro en Brasil ha contratado líneas telefónicas en el exterior del país para encaminar mensajes que se propagan a través de un sinnúmero de grupos Whatsapp, alcanzando decenas de millones de brasileños con mentiras y mensajes de odio contra el PT, que han calado en la conciencia popular³.

Entonces, es un serio reto para actores sociopolíticos que luchan por la democracia y la justicia social pensar cómo enfrentar y contrarrestar estas manipulaciones, evitando caer en los mismos procedimientos cuestionables.

2 Bradshaw, S. & Howard P. (2018), *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, University of Oxford.

3 Ver Jefferson Miola “La guerra cibernética contra Haddad”, www.alainet.org/es/articulo/195962

¿Se debe legislar sobre las RSD?

Ante la evidencia que ha salido a la luz pública sobre el alcance de tales prácticas, particularmente a raíz del escándalo de Cambridge Analytica / Facebook y su injerencia en las elecciones estadounidenses con datos obtenidos ilegítimamente, los legisladores de ese y otros países han comenzado a reconocer la necesidad de regular la práctica de las plataformas digitales. El problema es que las propuestas que plantean a veces podrían resultar peores que el problema en sí.

Una cosa es la necesidad de regular lo que las empresas pueden y no deben hacer con los datos personales y en qué casos se requiere de la autorización de la persona concernida. Otra cosa es regular lo que los individuos pueden o no hacer en Internet, más allá de lo que ya está estipulado en las leyes nacionales y normas internacionales referidas a los derechos humanos y la libertad de expresión.

Asimismo, preocupan las (falsas) soluciones que están proponiendo las mismas empresas para combatir el *fake news*, cuando se otorgan arbitrariamente el poder de censurar mensajes y fuentes según sus propios criterios; o pactan acuerdos con supuestas “agencias de chequeo de noticias” para que revisen la “veracidad” de las noticias en las RSD, (siendo que en varios casos estas agencias son los mismos grandes medios que se han mostrado poco éticos en materia de noticias falsas). Incluso hay países donde se propone encargar, por ley, este rol de juzgar contenidos a la policía.

Fácilmente tales mecanismos se convertirán en nuevas formas de acallar voces disidentes. Por lo mismo, es urgente abrir un amplio debate público sobre el sentido de las posibles regulaciones, manteniendo como principio central la defensa de la libertad de expresión como derecho de la ciudadanía, no como derecho de unos pocos grandes medios ni otorgando a las empresas mediáticas o tecnológicas el rol de jueces o censores. ⚡

Contra la transformación social: El firewall monopólico en las redes sociales digitales

Javier Tolcachier

Nos hemos convertido en seres mediáticos, vivimos online, conectados, en permanente relación con medios y mucho de lo que hacemos tiene que ver con ellos. Además, la comunicación ha superado hoy los límites del tiempo y del espacio. El mundo digital de la comunicación va suplantando al viejo mundo analógico. Todo es inmediato y cercano. Los bits de información se nos introducen por todos los poros. 55% de las personas en el planeta ya tiene acceso a internet. Ya terminó aquel corto tiempo en que internet parecía ser lo que prometía, una fabulosa red de intercambio de conocimiento. Hoy a través de la red viaja cada vez más basura.

No podía ser de otro modo: el conocimiento es poder y el poder no quiere compartirse, por eso impide que el conocimiento sea democratizado. El control del conocimiento es un hecho histórico. El antiguo rol de las tradiciones, los reyes y los sacerdotes hoy ha sido asumido por las corporaciones.

Hablando sólo del mundo occidental, hoy en descenso pero aún condicionante, las cinco principales corporaciones en internet Alphabet-Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft, pero también las productoras de

contenido Disney, Time Warner, Comcast, las propietarias de los sistemas de comunicación AT&T, Verizon, por sólo citar algunas, configuran gran parte de casi todo lo que se ve - y por supuesto, de lo que no debe verse. Estas corporaciones a su vez son controladas por fondos de inversión. Siempre a la cabeza están los inversores institucionales Vanguard, BlackRock y State Street Global Advisors, manejando trillones de dólares, los mismos que son principales accionistas del 90% de las empresas listadas en el índice SP500.

O sea, los monopolios están monopolizados y el control de las empresas más grandes de comunicación del planeta, está bajo control del capital financiero cuya única lógica es la expansión de sus negocios.

Las ganancias y el valor de mercado dependen en general del número de usuarios. Por ello la metodología de las empresas es arrebatar usuarios a la competencia, hasta liquidarla. Y si no les es posible, intentar comprarla. La política de los principales inversores institucionales es invertir proporcionalmente en todas, para no perder nunca. La lógica del monopolio es la del negocio y la lógica del negocio es el monopolio.

Los monopolios en internet son los dueños de la mentira, pero también los dueños de la verdad -como ya dijimos- para no perder nunca.

Javier Tolcachier es investigador del Centro de Estudios Humanistas de Córdoba y comunicador en agencia internacional de noticias Pressenza.

Ese es el orden a subvertir. Ese es el firewall, la muralla a derribar para que la comunicación sea democrática y esté al servicio de la transformación social.

¿Cómo derribar la muralla?

En relación a los monstruos digitales, es necesario contar con un mapeo de alternativas libres, descentralizadas y federadas. Servidores, redes, medios, software, servicios alternativos en cada lugar. A lo cual se podrían agregar una larga lista de insumos y herramientas de esclarecimiento y aprendizaje ya existentes. Dar impulso a los laboratorios de recursos digitales antihegemónicos, online, de gestión colaborativa, que sirvan de apoyo a la lucha antimonopólica.

Sin embargo, aunque positivo en sí mismo, no es suficiente interactuar en otros espacios. La lucha por la recuperación de una internet ciudadana y de un mundo inclusivo es sin duda política y cultural. Generar exclusivamente situaciones de aislamiento relativo con la apertura de vías paralelas no es conveniente. También hay que interactuar o incidir en los espacios digitales existentes, por ahora mayoritarios, aunque en algunos casos estén declinando o hayan alcanzado su techo. El mundo de las redes sociales es inestable y la migración -sobre todo generacional- es tan veloz como el crecimiento que estas empresas han experimentado en corto tiempo.

Los riesgos y limitaciones de las redes sociales privadas

Es fundamental perder ingenuidad, conocer los riesgos y limitaciones de las redes sociales privadas. Éstas se nutren de los datos personales y de cada interacción para luego monetizarla, por vía de la venta de propaganda segmentada o por la cesión de los mismos a empresas de marketing, manipulación política o de vigilancia gubernamental.

En cuanto a las limitaciones, entender que lo que se transmite o recibe pasa por la censura

de un mecanismo de selección matemática, conocido como algoritmo. Aunque no sea esa su etimología verdadera, esta operación automática permite que “algo” se difunda y que ese “algo” pierda o gane “ritmo” en el transcurso de sucesivas publicaciones. Por su propio funcionamiento, las redes sociales, en apariencia masivas, conducen habitualmente a un circuito restringido, a un círculo más o menos cerrado de contactos con los que se interactúa.

Es obvio que estas barreras son en parte levantadas por las empresas cuando el usuario se convierte en anunciante.

Sin embargo, es posible quebrar dicha lógica por una multiplicación masiva y relativamente coordinada. Esta característica ha permitido convocar a eventos, formar grupos extensos y difundir acciones silenciadas por otras vías, aunque del mismo modo ha habilitado la difusión automatizada de información envenenada.

Cuando se llega a números masivos o la información que circula es vista por el poder como un peligro (para los intereses del poder), las compañías privadas tienen la posibilidad -por su carácter centralista- de bloquear grupos, cuentas o información. Y así lo hacen, arbitrariamente, bajo el manto de “mantener comunidades seguras”.

Por lo demás, se ha producido ya en las redes una saturación de información adulterada o directamente ficticia. Cuentas y noticias falsas, imágenes manipuladas, memes distorsivos, son parte de este arsenal de posverdad que ha polucionado sin remedio estos mecanismos. No podía ser de otro modo.

Ante la pérdida de audiencia de los medios de difusión tradicionales, la mentira y el control del capital se han abalanzado sobre los canales digitales. Este ataque se agudiza en épocas electorales en las que se desarrolla una muy intensa guerra sucia contra candidatos progresistas o de izquierda. El sujeto

político es reemplazado por la industria de la difamación electrónica.

Incluso los medios mentirosos de siempre, los hegemónicos, ante el aluvión desinformativo que circula en internet, tratan de recuperar audiencia revistiéndose con una pátina de “información chequeada”. Las usinas de chequeo son financiadas en casi todos los casos por fundaciones de la derecha neoliberal conspirativa que, sobre todo, las direccionan a combatir el “discurso público” de los gobiernos, socavando sutilmente toda confianza ciudadana en el sistema democrático de gobierno.

El interés mediático, digital o no, es siempre empresarial, nunca ético. Su objetivo es no perder usuarios, audiencia, consumidores, poder, o sea, dinero.

En cuanto al sistema legal, comienzan a ser sancionadas leyes y normativas que, en vez de controlar a las empresas, censuran o multan al usuario. Probablemente se empiece a extender el clamor por una internet “limpia”, pero paga y monitoreada.

La lucha es cultural y política, dentro y fuera de internet

En un mundo fragmentado, las redes sociales dan la sensación ficticia de compensar la soledad y la atomización social, generando

un exceso de utilización en desmedro de la interacción directa. Algo similar ocurre en relación a la acción política, derivándose buena parte de la energía al reclamo electrónico en reemplazo de la manifestación pública en las calles o de la construcción de tejido organizado en la población. En este contexto, las redes sociales son apenas un modo de contacto limitado dentro de un amplio universo de posibilidades de acción.

En definitiva, como se dijo antes, la lucha es cultural y política, dentro y fuera de internet. Necesitamos esclarecer y llegar al 99% oprimido por un sistema de dominación enfermo que prioriza al dinero como motor y objetivo de la vida. Avanzar sobre la mentira y exigir un nuevo modo de existencia. Crear un mundo nuevo es factible a partir de la utopía que se instala como imagen y posibilidad en la conciencia de millones de personas, sobre todo, de las y los jóvenes. A ello tenemos que contribuir, a crear y difundir la utopía como única salida a esta civilización decadente de compraventa. ↩

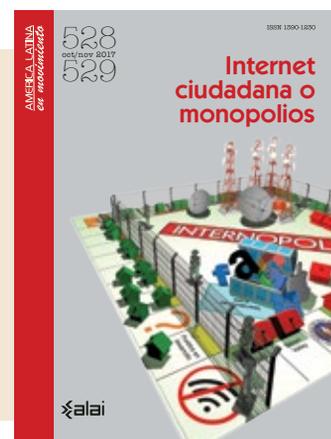
Nota del autor: algunos conceptos contenidos en la nota fueron vertidos en ocasión del Panel “Disputas hipermediáticas en la era digital”, Flacso Ecuador, 30/08/2018, en el marco del Seminario Internacional Desenredando las Redes Sociales Digitales, organizado por ALAI, CIESPAL y FLACSO. El resto es fruto del aprendizaje generado a partir de dicho seminario.

AMERICA LATINA en movimiento

Internet ciudadana o monopolios

#528-529 Oct-Nov 2017 · alainet.org/es/revistas/528-529

Debates en torno a la pugna entre una Internet monopolizadora, donde la ciudadanía está relegada a un rol de consumo y de generación de datos, y una Internet Ciudadana, con carácter descentralizado y basada en comunes.



De la euforia a la decepción: ¿regular las redes sociales?

Palmira Chavero

El debate sobre la regulación de las redes

Las características propias de las redes sociales (capacidad de multilateralidad, de interacción, de participación, de llegada masiva a diferentes tipos de usuarios, gratuidad e inmediatez), en combinación con la crisis de los medios de comunicación tradicionales y con algunas experiencias democratizadoras del uso de las redes, hicieron pensar durante una primera etapa que las redes sociales digitales podrían solventar las falencias de los medios e incluso solucionar algunos de los problemas de las democracias actuales. Sin embargo, después de aquella etapa de euforia, parecemos adentrarnos en la actualidad, en un contexto internacional, en una nueva fase caracterizada por el escepticismo, la decepción y unos primeros indicios de desconfianza hacia las redes sociales. En esta nueva fase, uno de los debates álgidos gira en torno a la que se presenta como solución para algunos sectores: la regulación de las redes sociales digitales. Sin embargo, este debate no deja de ser conflictivo -reproduciendo las disputas que se dieron en la esfera offline-, en particular por la cantidad de aristas que presenta.

Palmira Chavero es profesora de FLACSO Sede Ecuador. Investigadora GIGAPP.

El debate sobre la posible regulación de las redes sociales requiere plantearse, en primer lugar, de qué tipo de regulación estamos hablando. No es un paso menor, pues de ello dependerá buena parte del resto del debate. En este sentido, es importante discernir si lo que se plantea es una regulación de la propiedad de las redes (de las compañías que ofrecen el servicio), del acceso a las mismas, de los formatos posibles o si lo que se está planteando es una posible regulación de los contenidos. De todas las posibles aristas, conviene detenerse justamente en la más controversial de todas ellas, la regulación de los contenidos que circulan por las redes sociales.

La posibilidad de regular los contenidos en las redes sociales responde, en última instancia, a uno de los debates tradicionales en materia de comunicación, cual es la disputa entre el derecho a la información y el derecho a la propia imagen y a la honra. Este debate, de larga data en el campo de la comunicación mediática, cuenta asimismo con una amplia jurisprudencia. Tomando el ejemplo de Ecuador, si es que éste es el debate, una de las primeras cuestiones en torno a las que hemos de pensar es que el marco jurídico ecuatoriano ya cuenta con normativa para afrontar esta tesitura. Así, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) recoge el derecho a la réplica y a la rectificación; si bien es cierto que la LOC excluye

el contenido emitido en formatos digitales, la existencia previa de esta figura jurídica podría facilitar su protección y garantía sin necesidad de sofisticar una regulación propia. Por otro lado, los delitos de odio están ya tipificados en el Código Orgánico Integral Penal y protegidos con normas contra la discriminación racial. Por último, es importante tener en cuenta que la propia Constitución de Ecuador ya recoge el derecho al honor, al buen nombre, a la imagen y la voz de la persona (Art. 66.18). Por tanto, el país ya cuenta con normativa con la que abordar esta disputa entre el derecho a la información y el derecho al honor.

A toda esta normativa hay que añadir, además, la Ley que regula los actos de odio y discriminación en redes sociales e internet, aprobada en 2017 y que es aplicable a las empresas proveedoras de estos servicios digitales. Según lo contenido en esta norma, las empresas deben elaborar informes periódicos y contar con mecanismos para la resolución de conflictos, además de incluir infracciones y sanciones ante la posible comisión de delito por parte de estas empresas. Por tanto, en la actualidad, Ecuador cuenta ya con normativa suficiente para proteger el derecho a la imagen y a la honra y con la que enfrentar los casos en los que entren en conflicto los dos citados derechos fundamentales.

El rol de los medios de comunicación

Además de la perspectiva jurídica, es importante atender al papel que vienen desempeñando los medios de comunicación, papel que los acerca más al de actores políticos que al atribuido tradicionalmente al sector mediático. Esta conversión de los medios convencionales en actores políticos ha supuesto la primacía de los intereses políticos y económicos de los medios sobre las demandas de los propios ciudadanos -lo que se traduce en la expulsión del ciudadano de la esfera pública a través de la invisibilización de ciertos temas (algunos de ellos de alta importancia para los ciudadanos) -, contenidos sesgados o discrimi-

natorios, predominio de la interpretación de los hechos sobre la exposición de los mismos o información presentada de manera parcializada en buena parte de los contenidos de los grandes medios convencionales. Frente a este “apagón mediático”, los ciudadanos están buscando -y encontrando- refugio en la esfera digital, en especial en las redes sociales.

Algunos de los últimos acontecimientos en Ecuador que ilustran este comportamiento son las visitas del expresidente Rafael Correa al país, la consulta popular (febrero 2018) o el secuestro y asesinato de los periodistas de *El Comercio* y de otros dos ciudadanos en la frontera colombo-ecuatoriana (abril 2018), acontecimientos que fueron invisibilizados y/o sesgados por parte de los medios convencionales y frente a los que el ciudadano acudió a las redes sociales digitales.

La experiencia en otros países nos ha enseñado que, además, las redes sociales son una herramienta clave en momentos de convulsión social, como ilustran los casos de la “primavera árabe”, el movimiento 15M, Occupy Wall Street o Ni una menos, entre otros. En estos casos, las redes sociales se han convertido en el catalizador de un malestar social y han facilitado la conexión entre miles de personas en distintos puntos para ejercer colectivamente el derecho a la participación ciudadana y a la protesta social. Por tanto, ya sea por el peso de la coyuntura o por el comportamiento de los medios convencionales, nos encontramos con que las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de información para la ciudadanía. No en vano, son la segunda fuente de información de naturaleza política para los ciudadanos ecuatorianos, según datos del Latinobarómetro.

Todo ello sugiere que, a la hora de abordar el debate sobre la posible regulación de los contenidos de las redes sociales, es imprescindible partir de una distinción previa: quién está emitiendo dichos contenidos. En función del emisor, tendremos dos posibles opciones. La

primera de ellas se refiere a los contenidos en redes que sean publicados por empresas (principalmente mediáticas, pero no sólo), situación en la que estaríamos en el plano de caracterización de personas jurídicas y, por tanto, con mayores responsabilidades frente al público. En este escenario sí parece conveniente pensar en una regulación de los contenidos, en la medida en que una empresa podría estar vulnerando derechos a los ciudadanos. Esta misma lógica se podría aplicar a la responsabilidad de las empresas proveedoras de estos servicios digitales.

En la segunda opción, nos encontramos un escenario totalmente distinto. En este caso, se trataría de ciudadanos -individuales o colectivos- que acuden a las plataformas digitales para informarse y para participar activamente de esa información -haciendo uso de algunas de las características de las redes sociales y de su condición de prosumidores- ante la falta de información de los medios convencionales o bien motivados por la propia coyuntura política o social. En este caso, por tanto, estaríamos en un escenario de garantía del derecho a la libertad de expresión de la ciudadanía y, en consecuencia, no parece conveniente una regulación, por cuanto se estaría afectando a un derecho fundamental.

El fenómeno de las fake news

En este debate sobre la regulación de contenidos en las redes sociales hay aún un tercer elemento a añadir: el auge de las *fake news* que, si bien no es un fenómeno nuevo, ha aumentado su magnitud en paralelo al crecimiento de las redes sociales. En este sentido, surgen algunos interrogantes que desde la comunicación debiéramos plantearnos como ejes en torno a los cuales organizar la discusión pública. La primera tiene que ver con el propio concepto de verdad y realidad construida: ¿Quién es el árbitro de la verdad? Esto es, ¿quién está autorizado para regular qué es lo constituido como “verdad”? ¿Son los periodistas o los medios, por trabajar en

ello, o son los ciudadanos, como principales receptores? ¿Son los jueces como encargados de aplicar la norma? Y, una vez acordado el árbitro, ¿cuáles serían los criterios para decidir si es verdad? En algunos países europeos se están llevando a cabo experiencias en las que es la propia policía quien lo determina, lo cual está generando situaciones complejas; las principales empresas proveedoras de estos servicios (Facebook, Google) están implementando pruebas piloto de verificación para detectar informaciones falsas pero, ¿hasta qué punto estas experiencias van en el camino correcto?

El segundo interrogante tiene que ver con la propia profesionalización de los periodistas y comunicadores: ¿tiene sentido creer que la regulación de las redes sociales va a terminar con las malas prácticas periodísticas (en los planos online y offline)? ¿Está adaptado el periodista al nuevo contexto digital? En la medida en que la profesionalización siga siendo erróneamente entendida como titulación y el gremio siga estando débil, no parece que la regulación de las redes sociales pueda ser una solución a los problemas que presenta el propio sector mediático. Un último eje de interrogantes está relacionado con la voluntad política de cambiar la situación para mejorar la vida de los ciudadanos, y es que en la actualidad las redes se están mirando como una amenaza para diversos principios pero ¿existe la voluntad política y profesional de entenderlas como oportunidad?

La cantidad y magnitud de interrogantes a los que nos enfrentamos no son escasos; es por eso que urge un debate público profundo, analítico y correctamente dimensionado para evitar que desde la comunicación mediática -pero también desde la social- se cometan los mismos errores que se cometieron con los medios de comunicación tradicionales y que llevaron a pensar que las redes sociales podían ser la alternativa a las graves erosiones de la democracia contemporánea. ◀

Las redes sociales libres, redes nuestras

Miguel Guardado Albarreal

¿Qué son las llamadas «redes sociales libres»? ¿Qué las caracteriza? ¿Qué implican? ¿Por qué están cambiando el panorama actual de las redes sociales digitales?

A finales de la década del 2000, cada vez más personas empezaban a cuestionar el rumbo que estaban tomando las redes sociales comerciales que, entonces, estaban construyendo su hegemonía a nivel mundial: principalmente Twitter y Facebook. Entre los problemas que ya entonces¹ se observaban están la pérdida de privacidad, la concentración de capital, las tendencias monopolísticas y la concentración de las decisiones relativas al funcionamiento mismo de las redes y a sus contenidos —incluyendo la censura—, entendiéndose que todo ello deriva en una concentración de poder inaudita y a todas luces inadmisibles para quienes defendemos los principios democráticos.

Al calor de estas preocupaciones nacen Diaspora y GNU Social, entre otras. El objetivo era generar redes sociales digitales (RSD) que los usuarios mismos pudieran gestionar, con tres valores como horizonte: libertad, privacidad y descentralización.

Simultánea o posteriormente aparecerían Friendica, Pump.io, Quitter... Otras redes más recientes hacen que este universo federado goce de un aumento significativo en las posibilidades de uso —Hubzilla, verdadera

plataforma multiusuario; PeerTube, alternativa distribuida a YouTube— o en el número de usuarios —destaquemos el éxito de Mastodon—.

Por sus características estructurales, todas estas plataformas se consideran RSD libres, distribuidas y federadas.

Ya, pero... ¿por qué libres?

Estas plataformas reposan sobre programas informáticos que cumplen con las cuatro libertades² del código libre. Esta característica hace que sea casi imposible que unas manos se hagan con el control de toda la red. De ella se derivan otros rasgos:

- La red se compone de una multitud de servidores —células conectadas unas con otras, donde se ejecuta el programa de la red y se almacenan los datos de los usuarios—. Los usuarios pueden decidir entre montar su propio servidor o usar el servidor de otro usuario.
- La comunidad de usuarios puede examinar en todo momento el código de los programas y asegurarse de que no tenga funciones perniciosas.
- La gestión del código es colaborativa. Muchas manos contribuyen a mejorarlo y a adaptarlo a las necesidades de los usuarios.

1 Antes de que E. Snowden revelase la participación de los gigantes de internet en PRISM, el programa de vigilancia masiva del Gobierno de EEUU.

2 Estas célebres cuatro libertades, definidas en 1986 por la Free Software Foundation, son las siguientes: poder ejecutar el programa; poder examinar su código; poder compartir copias del programa y poder adaptar el programa modificando el código y compartir nuestra versión modificada.

¿Y qué es eso de «distribuidas»?

Los usuarios, al montar sus propios servidores, constituyen una malla de nodos que se comportan como iguales, en un esquema horizontal, sin jerarquía, abierto y orgánico (modelo C de la ilustración). En este esquema, los servidores o nodos son autogestionados e independientes. Pueden decidir cómo funcionar, cómo financiarse, cómo manejar los datos que contienen, qué políticas seguir sobre los contenidos, etc.

De la misma forma, los usuarios podemos movernos de un servidor a otro —igual que cambiamos de cuenta de correo electrónico— si las condiciones de un servidor concreto no nos satisfacen. Las ganancias en libertad y diversidad son evidentes.

¿Federadas?

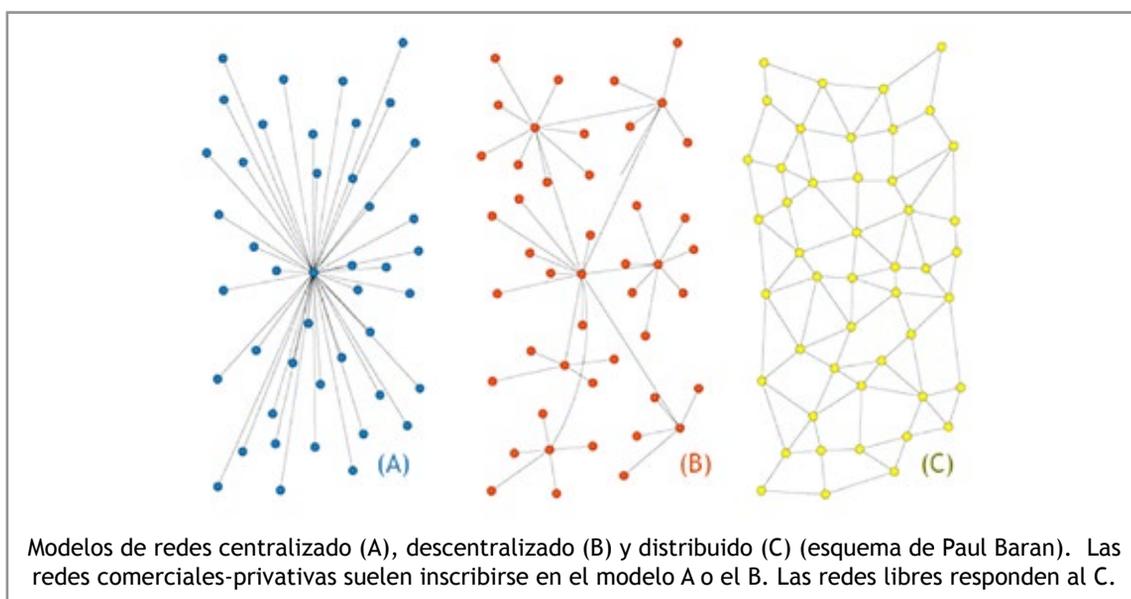
Las redes libres tienden a federarse unas con otras. Al compartir protocolos estándar, o «hablar lenguajes comunes», los usuarios de Diaspora pueden comunicarse con los de Hubzilla o Friendica; y estos, con los de Mastodon o GNU Social. De esta forma, se construyen espacios de comunicación abiertos y cada vez más amplios.

Así, se desactiva la coacción emocional que sufrimos en las redes comerciales-privativas «cerradas» —las que deciden no ser compatibles, no comunicarse con sus iguales—, esa coacción que nos lleva a unirnos a una red y a no salir de ella por miedo a vernos aislados.

Otras ventajas

Frente a las redes comerciales-privativas, hay muchas otras ventajas en las redes libres. Podríamos destacar las siguientes:

- No tienen enfoque comercial, no comercian con nuestros datos. Nuestra relación con ellas no es mercantil —no somos el producto ni el consumidor— sino de cooperación voluntaria.
- No introducen publicidad.
- No nos incitan constantemente a usarlas, por lo que son más sanas, menos adictivas.
- Permiten el anonimato.
- Permiten tomar decisiones de forma colectiva.
- No usan algoritmos que deciden qué contenidos vemos y cómo.



¿Qué implica esto en la práctica?

Contar con redes autogestionadas de forma distribuida es una ganancia para la democracia de internet y para la soberanía en el ámbito de la comunicación social. Además, podría ser el último recurso que tengamos para contrarrestar los crecientes monopolios y bajar al nivel de los usuarios el poder que acumulan las empresas que poseen las redes comerciales-privativas.

Los individuos y organizaciones que desean disfrutar de las ventajas que aportan las RSD, pero prefieren hacerlo en un marco ético, están transitando hacia las redes libres. Ahí encuentran un espacio de interacción con gente de todo el mundo y rico en contenidos. Puede resultar más interesante –aunque no necesario– transitar acompañados de otras personas de nuestro entorno socioafectivo (familiares, amigos, compañeros de trabajo...).

A quienes usan las RSD para difundir contenidos propios se les puede hacer más difícil

renunciar a las golosas cifras de personas que les sigan en los espacios cerrados de las redes privativas. Hay organizaciones que drásticamente migran hacia redes exclusivamente libres.

Otras prefieren mantener un pie en cada mundo mientras facilitan la transición de su público. En tal proceso, ayudará comunicar debidamente cuál es la posición de la organización al respecto y cómo se pueden seguir sus contenidos en redes libres.

En cualquier caso, conviene tener en mente que no somos simples usuarios, receptores pasivos, sino actores, con una cuota de poder relativa. Nuestras decisiones y gestos cotidianos modelan las decisiones y gestos de quienes nos rodean. Decía Kevin Kelly –fundador de la revista Wired– que «los seres humanos somos los órganos sexuales de la tecnología». En nuestras manos está, pues, reproducir uno u otro modelo. <

Miguel Guardado Albarreal, Comuna Digital

El asesinato de la verdad y la manipulación del imaginario

Aram Aharonian

Si hace 45 años se necesitaba de fuerzas Armadas, tanques, bayonetas, muertos y desaparecidos, para imponer modelos políticos, económicos y sociales y para facilitar las guerras imperiales, hoy hace falta sólo el control de los medios masivos de comunicación e información y de las llamadas redes sociales digitales para lograrlo.

La realidad es que hoy, alrededor del mundo, una inmensa gama de organismos gubernamentales y no gubernamentales, empresas, gobiernos y partidos políticos están explotando las plataformas y redes sociales para difundir desinformación y noticias basura (*fake news*), ejercer la censura y el control ciudadano y socavar la confianza en la ciencia, los medios de comunicación y las instituciones públicas.

Quizá no podamos hablar del asesinato de la verdad, sino los sucesivos actos de imposiciones de mentiras, desde el comienzo de la historia, para imponer la verdad única. La diferencia es que hoy el campo de batalla es virtual, estamos frente a un nuevo tipo de guerra, dirigida a las percepciones de la gente.

Las cámaras, los micrófonos, la inteligencia artificial, los algoritmos, el control de las redes sociales son las nuevas armas de guerra. La verdad fue asesinada (no, no fue el ma-

yordomo) y sustituida por una realidad virtual introducida en los imaginarios colectivos que poco tiene que ver con la realidad-real.

El consumo de noticias es cada vez más digital, y la inteligencia artificial, el análisis de la Big Data (que permite a la información interpretarse a sí misma y adelantarse a nuestras intenciones) y los algoritmos de la “caja negra” son utilizados para poner a prueba la verdad y la confianza, las piedras angulares de la llamada sociedad democrática occidental.

Son muy pocos los dueños de la infraestructura que permite el uso de la Internet en todo el mundo, y también los servicios que sobre ella se brindan. La propiedad de los cables de fibra subacuáticos, las empresas que se alojan y controlan el NAP de las Américas, los grandes centros de datos como Google, Facebook, Amazon o los llamados “servicios en la nube” como Google Drive, Amazon, Apple Store, One-Drive, son de corporaciones transnacionales, en su mayoría con capitales estadounidenses.

Hoy, de las seis principales firmas que cotizan en bolsa, cinco de ellas son del rubro de las TIC: Apple, Google, Microsoft, Amazon y Facebook.

En Internet, cualquiera es fotógrafo, reportero, informador. Un accidente de coche, una pelea callejera, un beso robado, cualquier cosa puede ser objeto de filmación, comentario en red y más tarde hasta mutar en un éxito viral. Entrar en Internet es abrir la ventana a cualquier tipo de datos mezclados entre lo riguroso, lo banal y lo fútil.

Aram Aharonian es periodista y comunicólogo uruguayo. Magíster en Integración. Fundador de Telesur. Preside la Fundación para la Integración Latinoamericana (FILA).

En este maremágnum, las opiniones se multiplican y la circulación de basura copa todos los espacios. A este despropósito se le ha llamado democracia en red, una falsa democratización que pasa por el tamiz de las grandes empresas. Google, Amazon, Facebook, Twitter son quienes controlan y deciden, son las que realizan perfiles sociológicos y psicológicos de donde emergen gustos, obsesiones, preferencias literarias... hasta itinerarios de viajes, que luego venden para ser usados para el control ciudadano.

En este mundo que cambia tan rápidamente, pareciera que a la izquierda, a los movimientos y medios populares de comunicación, nos empujan a pelear en campos de batalla equipados o ya perimidos, enarbolando consignas que no tienen correlato con este mundo nuevo. No se puede combatir en esta guerra con arcos y flechas: es necesario adueñarse de las nuevas herramientas.

Mientras, las corporaciones mediáticas hegemónicas desarrollan sus estrategias, tácticas y ofensivas en nuevos campos de batalla donde se pelea con nuevas armas, donde la realidad no importa.

G5G

Si la guerra de primera generación se basaba en movilizar la mano de obra, la segunda en el poder de fuego y la tercera en la libertad de maniobra. Los paradigmas cambiaron sustancialmente en la guerra de cuarta generación, la que ataca a la percepción y sentimientos y no al raciocinio, y los objetivos e intereses a alcanzar engloban tanto al interés público como el privado.

El concepto principal de la Guerra de Quinta generación (G5G), también llamada guerra sin límites, es asumir que estamos en guerra, en una guerra cultural, de inoculación de ideas y percepciones, donde las armas y herramientas son muy diferentes a las usadas en las guerras tradicionales.

Los medios masivos de comunicación y las redes sociales digitales son parte esencial del esquema de esta guerra, para generar desestabilización en las poblaciones a través de operaciones prolongadas: se busca afectar la racionalidad y la emocionalidad, además de contribuir al desgaste político y a la capacidad de resistencia, con el uso de tácticas no convencionales de combate. (Hoy no logro imaginar una Guerra de Sexta Generación, no me alcanza la imaginación).

Se estima que el mundo almacenó unos 10 zettabytes (un zetabyte es un 1 con 21 ceros). ¿De dónde provienen todos estos datos? Los fabricamos directa e indirectamente, segundo tras segundo.

Los datos pueden ser generados por las propias personas a través de los más de 200 millones de correos electrónicos que se envían cada día, Whatsapp, compartiendo las 700 mil piezas de contenido en Facebook, los dos millones diarios de consulta en Google, las horas continuas de contenidos de Youtube... y sume LinkedIn, tuits, encuestas callejeras.

Pero también obtenidos a partir de transacciones, como la facturación, tarjetas de fidelización, las llamadas telefónicas, las conexiones de torres de telefonía, los accesos a wifis públicas, el pago con tarjetas de crédito o las transacciones entre bancos; del mercadeo electrónico, y cuando se navega por la web, donde los mismos usuarios se convierten en creadores de contenido gracias a su interacción con el sitio. Además, los movimientos del ratón quedan grabados en mapas de calor y queda registro de cuánto pasamos en cada página y cuándo las visitamos.

Los datos son obtenidos también a partir de las interacciones máquina a máquina, desde dispositivos (medidores, sensores de temperatura, de luz, de altura, de presión, de sonido...) que transforman las magnitudes físicas o químicas y las convierten en datos. Existen desde hace décadas, pero la llegada de las comunicaciones inalámbricas (wifi, Bluetooth,

RFID, GPSs, pulseras en los festivales, sensores de signos vitales y los sensores de localización de los celulares) los potenció.

Sumemos a eso los datos biométricos recolectados (escáneres de retina y de huellas digitales, o lectores de cadenas de ADN), que provienen de servicios de seguridad, defensa y servicios de inteligencia. Las series de televisión nos muestran su aplicación en el cruce de ADN entre una muestra de un crimen y una muestra de la base de datos.

Concentración e integración vertical

Sumemos entonces: concentración tecnológica con los grandes cables internacionales de fibra óptica que interconectan países; concentración de contenidos y datos personales en redes sociales, en servidores que ofrecen almacenamiento en la “nube”, en monopolios como Google, que rastrean datos y comportamientos personales en la red, o en empresas que acumulan datos (Big Data) y establecen perfiles de usuarios, y en las propias agencias de seguridad de los países centrales.

Desde el campo popular debiéramos estar más atentos a la integración vertical de los proveedores de los servicios de comunicación con compañías que producen contenidos, la llegada de los contenidos directamente a los

dispositivos móviles, a la transnacionalización de la comunicación, convirtiendo a la información en campañas de terrorismo mediático... mientras apenas denunciamos lo fácil que está siendo convertir a la democracia en una dictadura manejada por las grandes corporaciones.

Debiéramos estar atentos a los temas de vigilancia, manipulación, transparencia y gobernanza de Internet, al video como formato a reinar en los próximos años, estar atentos al hecho de que los mismos televisores se van convirtiendo en una pantalla más a la que llegan los contenidos manipulados por las grandes corporaciones.

En este contexto, se requiere crear nuevas instituciones democráticas, en lo nacional y lo internacional, con el mandato de generar soluciones a las nuevas realidades digitales y formular políticas públicas, desde un enfoque del interés público, una lucha postergada mientras avanzan las transnacionales en el control absoluto del espacio digital.

Pero la posibilidad de crear instituciones democráticas es poco probable a menos que haya una fuerte presión social en ese sentido, que implicaría construir puentes entre las diversas luchas y los movimientos que comparten la visión de una Internet ciudadana, neutral. ◀

www.ciccus.org.ar/ed/book/el-asesinato-de-la-verdad

El mundo cambia, la tecnología avanza... y pareciera que nos empujan a pelear en campos de batalla perimidos mientras las corporaciones mediáticas hegemónicas desarrollan nuevas estrategias y ofensivas en lo que a alguien se le de por llamar guerras de quinta generación.



Brasil:

Las redes sociales digitales en la disputa política

Clayton Nobre

“Un grupo llamado N.I.N.J.A., sigla en portugués de Periodismo Independiente y Narrativas de Acción, circula por las calles con teléfonos inteligentes, cámaras y un generador instalado en un carrito de supermercado - un estudio de producción improvisado e itinerante” (New York Times, 20/6/2013).

Queremos clarificar un poco, por medio de este artículo, lo que es Mídia NINJA y su papel en las disputas simbólicas y mediáticas en Brasil a partir de esta cita breve y oportuna del periódico estadounidense. Parece ser una explicación simplista, un grupo de periodistas ciudadanos que circula por las calles y produce narrativas sobre un momento épico de las movilizaciones brasileñas del año 2013.

Es simple, pero destaca un factor importante para definir un *modus operandi* del hacer periodístico que se destacó en medio del derumbe de la legitimidad de los medios comerciales en Brasil, en aquel período. Es un medio de la calle. Allí está una diferencia saludable de un periodismo de oficina ajeno a la dinámica de la vida urbana, de la sociedad. En el contrapunto máximo a ese tipo de práctica periodística, Mídia NINJA opera no sólo en la producción de contenido, sino que es forjada por participantes que se comprometen políticamente con el ejercicio de la ciudadanía,

de la defensa de los derechos humanos, de la comunicación libre, y forman red.

Mídia NINJA -Narrativas Independientes de Periodismo y Acción- se funda en 2013 y gana notoriedad, por eso, durante las manifestaciones de junio que reunieron a millones de personas en las calles de Brasil. En esa ocasión realiza coberturas en vivo desde el interior de las protestas, con múltiples puntos de vista invisibles en los medios tradicionales. En 2016, es una de las principales iniciativas de resistencia en la lucha por el fortalecimiento de la democracia en medio de la inestabilidad política y el golpe parlamentario sufrido por el país. Hoy, la red involucra a más de 2 millones de colaboradores y cerca de 500 personas directamente involucradas, con el soporte de casas colectivas por todo Brasil.

La historia de Mídia NINJA está directamente ligada al tema que queremos colocar a través de este artículo y nos gustaría, para ello, presentar un panorama político de las disputas simbólicas y narrativas que esta generación ha provocado por medio de las redes sociales digitales en Brasil. Por lo mismo, vamos a empezar desde donde nosotros mismos comenzamos, a principios de los años 2000, cuando formamos la Red Fora do Eixo (Fuera del Eje), en Brasil. Fora do Eixo es una red que hace más de 10 años comienza a poner en práctica un circuito cultural independiente, que conecta varias ciudades e iniciativas del campo de la cultura en el país. Nosotros sólo existimos y llegamos

Clayton Nobre es integrante de Fora do Eixo y Mídia Ninja, Brasil.

hasta aquí porque es posible establecer una conexión entre personas de ciudades muy distintas a través de Internet y de las redes sociales.

Se trata justamente de una época en que empezamos a experimentar la posibilidad de hablar con las personas, a través de las redes, sobre lo que sucedía en nuestras comunidades. Es un período en que los medios de comunicación e información empiezan a masificarse y pasamos de ser meros consumidores a productores de narrativas. Y para quien vive en las pequeñas y medianas ciudades, esa posibilidad es un potencial. Una disputa simbólica y narrativa que comienza a ganar fuerza por medio de esa generación. Brasil no conocía lo que se producía fuera del eje económico del país: São Paulo y Río de Janeiro. Y por eso nos llamamos Fora do Eixo.

Para consolidar un circuito cultural independiente, decíamos que había tres cosas importantes a construir. La primera: necesitamos circular más entre las ciudades. La segunda: distribuir los materiales producidos por los artistas locales de nuestras ciudades. Con las disqueras en crisis, ese circuito potencia la oportunidad de grabar y distribuir CDs para todo Brasil de forma independiente. Además, en tercer lugar, necesitamos contar nuestra historia, producir contenido y narrativa sobre nuestra ciudad, sobre todo lo que está pasando y la producción cultural local, que ni Brasil ni América Latina conocían. Para ello, las redes sociales son fundamentales, sobre todo en un país que es el segundo en el mundo que pasa más tiempo en las redes sociales.

Los nuevos mediadores

Es entonces, con esa disputa simbólica, que comenzamos a contar nuestra historia. Y obviamente esa es una posibilidad que varios grupos invisibilizados tienen para dar existencia a lo que ocurre en los márgenes del Brasil Profundo. Los grupos de la periferia, del funk al hip hop, raperos, favelados, desempleados, productores de la economía informal, de los medios libres, colectivos culturales, pasamos

a ser los nuevos mediadores. Ivana Bentes, profesora y una de nuestras compañeras en Brasil, llama a esos nuevos “mediadores” “cognitariado”, o “la nueva clase trabajadora del capitalismo de la información”. Hoy los youtubers o influenciadores digitales conformados por identidades antes invisibilizadas (personas negras, LGBT, de la favela, etc.) son productores de narrativas que se multiplican con facilidad en la web profunda.

En la música, que es uno de los campos culturales donde los de la Red Fora do Eixo tenemos más actuación, esa disputa genera un nuevo mapa de la música brasileña. Artistas como Gaby Amarantos o Emicida, hoy conocidos en todo el país, son forjados por estos nuevos mediadores y por ese proceso de comunicación en red de la era digital, muy diferente de los grandes artistas de las generaciones pasadas. Artistas independientes que podían disfrutar de esta nueva plataforma de difusión cultural, produciendo contenido y circulando entre las ciudades, constituyen un nuevo mapa de la música que ya no se concentra en una región específica. La música, por cierto, es un capítulo aparte. Podríamos escribir un libro entero con el tema Música y Redes Sociales Digitales y debatir temas como el nuevo mapa de la música, la piratería, derechos de autor, plataformas de circulación y distribución, festivales independientes. Hoy las redes posibilitan que haya un festival en más de 300 ciudades, el Grito Rock.

En la política también podemos explorar bastante cómo la disputa simbólica provoca a una generación a pensar y movilizarse por una nueva forma de compromiso y de lucha social. Al mismo tiempo que el discurso fuera del eje comienza a ganar autonomía fuera de los medios comerciales, fuera de las universidades, del Estado, esas voces también ganan resonancia fuera de los partidos políticos, indiferentes a una forma arcaica de involucrarse y movilizar a las personas.

Podemos dar un ejemplo brillante de eso en 2012, en un período en que hablamos bastante de «guerra de memes». Los memes son

figuras importantes en una campaña colectiva que toma las redes sociales en Brasil en un año electoral. Russomanno es uno de los candidatos de la derecha a la alcaldía de São Paulo, forjado por los medios comerciales, es un presentador de televisión conocido por las masas por sus actuaciones en defensa del consumidor. En una época sin redes sociales, la oportunidad de que se convierta en alcalde de São Paulo es incontestable, y hasta al inicio de su campaña él lidera en las encuestas. En las redes sociales, de forma espontánea se empieza a propagar el hashtag #AmorSimRussomannoNão (AmorSíRussomannoNo), que luego inspiró el #AmorSíMacriNo en Argentina. Un meme difundido en Facebook es suficiente para que la etiqueta se riegue de forma espontánea y exponencial en las redes.

Los memes trabajan, nuevamente parafraseando a Ivana Bentes, con «regímenes de creencia» -al igual que las noticias falsas- y por eso se viralizan tanto. Se multiplican en la medida en que refuerzan sentimientos, visiones de mundo, preconceptos. No había nada más memético que hablar de amor en una ciudad conocida por su frialdad, en un año en que una de las canciones más famosas de Brasil era «No existe Amor en SP», de Criolo. La diferencia es que, en este caso, la guerra memética genera un efecto potencialmente politizante, que conduce a los manifestantes digitales a salir a las calles, a cambiar el nombre de una plaza (la Plaza Roosevelt se transformó en la Plaza Rosa) y llevar miles de personas a un festival de arte, cultura y política contra un candidato electoral en ascenso.

El ejemplo ilustra una serie de desafíos con los que activistas digitales y ciudadanos multimedia tienen que enfrentarse en los últimos 10 años en Brasil. Una década marcada por una inestabilidad política que busca derrumbar el régimen democrático conquistado por nuestras generaciones, como efecto de un período en que, en varios países de América Latina, se avanza hacia la toma del poder popular y la ocupación de los movimientos populares en los puestos de la institucionalidad pública.

Compartir experiencias

En 2018, vivimos uno de los momentos más épicos en el ejercicio de una disputa simbólica por medio de los medios en la defensa de la democracia. Cuando se abre el proceso electoral, luego del golpe en el país, la población se ve dividida entre el candidato que se orienta por el discurso fascista y por el odio a las minorías sociales y el candidato del partido que gobernó el país durante más de diez años y es objeto de una constante criminalización orquestada por los grandes poderes mediáticos e institucionales en el país. Las redes, por lo tanto, son fundamentales para forjar la imagen de estos dos candidatos (Jair Bolsonaro a la derecha y Fernando Haddad a la izquierda) y no en vano este pleito en Brasil de 2018 se alimenta de una experiencia estética formidable y obviamente peligrosa.

De nuevo, en este caso, los regímenes de creencia y prejuicios son activados por las redes sociales, a través de memes y fake news, que se extienden a velocidad máxima en la web profunda de WhatsApp y otras aplicaciones sociales. Esta disputa simbólica trae un repertorio acumulado de casi 10 años en el ejercicio de la formación de redes sociales que generaron experiencias de éxito en varios países latinoamericanos. Sin embargo, no hay ninguna receta para guiarnos y cada iniciativa de red o de medios libres funciona con formas bastante diversificadas, a diferencia de la dinámica estandarizada de la industria del periodismo hegemónico y comercial. A pesar de que no hay recetas, es saludable, sin embargo, que toda experiencia sea compartida y se transforme en tecnología capaz de ser replicada en los diversos países, especialmente en nuestro continente.

A partir de las redes y de la práctica de los medios libres, los operadores digitales y ciudadanos multimedia enfrentan un desafío como éste de 2018, uno de los mayores que esta generación ya vivió en términos de disputa simbólica y mediática. <

Participación política y redes sociales digitales

Silvia Lago Martínez

Esta presentación tiene por objetivo compartir con ustedes algunas reflexiones acerca de las estrategias de participación e intervención política de colectivos sociales, por un lado en el espacio físico de la ciudad y por el otro en el espacio virtual, especialmente en las redes sociales digitales¹ (RSD). Entendiendo que ambas esferas públicas conforman una suerte de espacios contiguos que brindan universos diferentes y complementarios para su acción, a la vez que se transita entre la vida pública y la personal o cotidiana.

En primer lugar, vale señalar que la adopción de las tecnologías digitales (TD) y la expansión de la WEB 2.0, ha permitido a los ciudadanos el acceso a Internet y a las tecnologías digitales en general. Las redes sociales digitales son apropiadas por la población en su conjunto, con mayor o menor intensidad (o acceso) según la edad, el género o las clases sociales, de tal forma que esta tecnología devino en una apropiación social de gran envergadura.

Desde el punto de vista del activismo social y político, las RSD representan otra esfera pública además de lo que podríamos denominar el espacio público tradicional. Si bien la movilización social se focaliza en la apropiación de un territorio, la visibilización de la acción, la configuración de un actor que pueda sen-

tarse en una mesa de negociaciones, también el activismo en las RSD es una estrategia de disputa política, así como también el uso de otras plataformas como YouTube o Whatsapp. Los teléfonos inteligentes y las plataformas se han popularizado en los últimos cinco o seis años de tal forma, que hoy en día prácticamente todos los jóvenes poseen Smartphones que permiten su participación en estas redes en cualquier momento, lugar o espacio.

Estas esferas públicas emergentes brindan la posibilidad de expresar algo sobre uno mismo, o desde el sí mismo. Esto da lugar a una corriente de trabajo muy interesante, Winocur (2017) señala que esta forma de hacer pública la vida cotidiana a través de las redes sociales implica que lo privado es público y lo público es privado. Especialmente los jóvenes sienten que su presencia en este espacio es una manera de decir “yo aquí estoy, esto es lo que pienso”, lo que puede dar lugar a situaciones interesantes de elaboración de prácticas conjuntas.

Retomando la cuestión principal que nos ocupa, podemos advertir que las RSD ocupan un lugar central en la vida social y política y por

1 Estudiamos esta problemática en el Equipo Sociedad, Internet y Cultura (ESIC) del Instituto Gino Germani, UBA (<http://esic.sociales.uba.ar>) y en el Grupo de Trabajo de CLACSO Tecnopolítica, Cultura Digital y Ciudadanía.

Silvia Lago Martínez es profesora de la Facultad de Ciencias Sociales e investigadora del Instituto de Investigación Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Ponencia presentada en el Seminario Desenredando las Redes Sociales (Quito, agosto 2018).

lo tanto es un espacio de disputa que permite popularizar, expandir y visibilizar el accionar de los colectivos sociales.

Por ejemplo, el movimiento de mujeres y el movimiento feminista en Argentina intervienen de manera masiva en la esfera pública el 3 de junio de 2015, con el slogan “NiUnaMenos”, popularizado en las RSD como #VivasNosQueremos. Esta movilización se expresó en marchas multitudinarias en todo el país, como resultado de una convocatoria multimedia y multisectorial, que se articuló en torno a una demanda histórica del feminismo y el movimiento de mujeres. Fue convocada a través de las redes sociales, por numerosas organizaciones de mujeres, de derechos humanos, familiares y víctimas de violencia de género, artistas, intelectuales y periodistas, entre otras, y se considera la mayor movilización en la historia del país vinculada con una temática feminista. Las dos plataformas comerciales más utilizadas fueron Facebook y Twitter. Su reclamo excedió lo testimonial o la toma de conciencia, puesto que se efectuó un fuerte reclamo al Gobierno Nacional sobre la sanción y ejecución de leyes específicas y políticas públicas para contención/apoyo a las víctimas.

En este sentido, Internet aceleró y distribuyó los intercambios, transmitió mensajes, sentidos, contribuyó a la construcción de nuevas subjetividades y trastocó las nociones tradicionales de tiempo y de espacio, que ya se vienen transitando desde hace varios años. De manera que el acontecimiento #VivasNosQueremos, fue justamente esa concreción en un espacio y en un tiempo compartido en diferentes escenarios de América Latina.

En Argentina ya contábamos con antecedentes de movilizaciones generadas en las RSD, como por ejemplo los “cacerolazos” organizados en contra de la ex presidenta Cristina Kirchner en el año 2015. Esta acción demostró que las redes sociales, además de posibilitar estos acontecimientos, también generan procesos de intervención deliberada en este espacio

público. Los cacerolazos contra Kirchner, que inicialmente pudieron haber surgido de manera espontánea, luego fueron dominados y dirigidos por medios opositores al gobierno, incluso por los propios Trolls del actual gobierno de Mauricio Macri, en ese momento en la oposición.

Procesos organizativos y RSD

Continuando con el movimiento de mujeres, es interesante destacar en relación a la denominada brecha de género -que parte de la evidencia de que las mujeres sufren desventajas en el acceso a las TD respecto de los hombres- que hoy en día el movimiento hace un uso inteligente e intensivo de Internet. Esto quiere decir que las mujeres compartimos con los hombres la misma posibilidad de acceso y problematización del fenómeno. El crecimiento de la movilización y el desarrollo de las apropiaciones tecnológicas, dan fuerza a un movimiento de mujeres renovado en ese sentido.

Ahora bien, sería un error pensar que las redes sociales generaron el fenómeno NiUnaMenos. Este, como otros estallidos sociales, viene de un largo proceso. Según Claudia Laudano, el movimiento feminista en Argentina tiene antecedentes de lucha desde los años 60s. Entre ellos se destaca el Encuentro Nacional de Mujeres, que se realiza anualmente en distintas ciudades del país y suma 32 ediciones al año 2018. La misma autora señala que otro acontecimiento muy importante, gestionado y organizado a través de las RSD, fue el primer paro internacional de mujeres realizado el 8 de marzo del 2017, con la adhesión de 57 países, donde la región Latinoamericana tuvo una destacada participación. Esta articulación internacional referenciada con diferentes casos, se fue desarrollando a lo largo del tiempo, lejos de ser espontánea o improvisada abarcaron un periodo organizativo muy importante (Laudano, 2018). Es decir, para poder llegar a este paro internacional de mujeres se llevaron adelante gran cantidad de acciones previas en distintos lugares del mundo.

A través de Twitter, se desarrolló una acción muy potente y planificada el 25 de noviembre de 2017, un día central en el reclamo de las agendas feministas y en particular en Latinoamérica. Con un slogan muy interesante que era “las mujeres del mundo anunciamos que nos estamos organizando” se alcanzaron los primeros puestos de las tendencias mediáticas, con diferentes hashtags. Las organizaciones invadieron Internet con muchísimas imágenes y videos de las acciones que se produjeron en el territorio en esta suerte de combinación de las dos esferas públicas, el ciberespacio y el territorio.

Asimismo, muy recientemente, la movilización de mujeres impulsó la discusión en el Congreso Nacional Argentino sobre la legalización del aborto, hecho sin precedentes en el país. Con el lema aborto legal, seguro y gratuito nuevamente se produjo una enorme movilización de mujeres (y hombres). Lamentablemente no se aprobó la ley, pero generó un importante debate que atravesó a todos los sectores de la sociedad. También produjo una respuesta furibunda por parte de los sectores más conservadores; no obstante se encuentra en las puertas de ser aprobado en el próximo año.

Nuevamente se plasmó en las redes sociales el problema del acoso y la violencia de género. Con el objetivo de hacerlo visible y público se publicaron en Internet miles de testimonios de mujeres que cuentan sus experiencias de violencia, cuestiones que hasta no hace mucho tiempo pertenecían sólo al ámbito de lo privado.

Disyuntiva

Sin embargo, como ya se ha mencionado en este seminario, de manera creciente preocupan los riesgos en la seguridad y privacidad de los datos, el peligro de censura y la falta de adaptación de estas tecnologías a las necesidades reales y específicas de los movimientos sociales. De manera que los colectivos atraviesan una disyuntiva, entre proteger su

privacidad e intervenir en las RSD privadas de enorme capacidad para la comunicación y convocatoria. Reconocen que Facebook, Twitter o Instagram, potencian la posibilidad de hacer conexiones y de vincularse con otras personas a partir de intereses comunes.

En este marco, el uso disruptivo de tecnologías propietarias y la creación de proyectos propios de innovación tecnológica como las RSD libres, aún es muy incipiente, al menos en el movimiento social argentino. Algunas organizaciones, con capacidades para la creación y desarrollo de TD, intentan desarrollar espacios tecnológicos propios, pero los mismos dejan fuera a los “otros”, que es el gran público. No obstante este sujeto colectivo es cada vez más un productor activo de significados.

Por último, la promoción por parte de las organizaciones, las universidades y los activistas en su conjunto, de desarrollos propios (como las RSD libres) y la soberanía tecnológica, es muy importante. Es necesario ponernos a trabajar (o continuar trabajando) en torno a estas fricciones, en Argentina por lo menos nada se puede esperar de políticas públicas en este sentido. ◀

Referencias

- Laudano, C. (2018). #8M Paro Internacional de Mujeres. Reflexiones en torno a la apropiación feminista de TICs. En Lago Martínez et al (eds.) *Acerca de la apropiación de tecnologías: teoría, estudios y debates*. Buenos Aires: Del Gato Gris.
- Winocur, R. (2017). *Desafíos teóricos, políticos y metodológicos para abordar el estudio de la participación de los jóvenes en las redes sociodigitales*. Ponencia presentada en el XIX Congreso de la REDCOM, Universidad Nacional de la Patagonia, Comodoro Rivadavia, noviembre.

Síntesis del Seminario Internacional: Desenredando las redes sociales digitales

ALAI

Los desafíos que surgen con las nuevas dinámicas de comunicación fue el principal tema de intercambio en el seminario internacional: “Desenredando las redes sociales digitales”¹, realizado en Quito el 30 y 31 de agosto del 2018, con la participación de representantes de organizaciones sociales, medios de comunicación y la academia. Organizado por la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Ecuador (FLACSO) y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), este encuentro se propuso ubicar factores clave que indiquen cómo se producen y desarrollan las redes sociales digitales (RSD); además, identificar las características propias de las RSD y su impacto en el ordenamiento social; y explorar las lógicas de implementación y utilización desde distintos sectores sociopolíticos y mediáticos.

A partir de un análisis del contexto económico, social y político, se identificó que las RSD son uno de los espacios donde se juega la disputa cultural y política; y que allí está presente una contradicción central entre el proyecto empresarial y el proyecto ciudadano de Internet, que viven en tensión casi desde los inicios de ésta. El proyecto empresarial (hoy dominante) impone una lógica de control centralizado y privatizado, basada en la explotación de los

datos personales y colectivos. No obstante, hay que reconocer que su gran éxito es haber creado sistemas masivos de comunicación que ya complementan y a veces compiten con los medios de difusión hegemónicos; son un espacio de expresión de la ciudadanía y hoy son parte innegable del escenario público y también de las luchas sociales y políticas.

Frente a este sistema corporativo, existen las redes sociales libres, que responden a otras lógicas: horizontalidad, descentralización, tecnologías abiertas, redes distribuidas y no centralizadas, federación entre ellas, respeto a la privacidad, ausencia de publicidad, etc. Toda vez, no han logrado la masividad e impacto de las redes corporativas.

El control es la clave

En tal sentido, una de las conclusiones del Seminario es el reconocimiento de que es clave poder intervenir estratégicamente en las plataformas comerciales de RSD. Pero como las empresas que controlan estas plataformas no rinden cuentas ante nadie y acumulan mucha información de la vida de las personas para provecho propio, conviene usarlas entendiendo sus lógicas y evitando confiar allí información sensible.

En cambio, se recomienda evitar el uso de estas redes para las conexiones y operatividad interna de los movimientos sociales u otras

¹ La relatoría y conclusiones del Seminario se encuentran en: www.alainet.org/es/articulo/195532 y más información en www.internetciudadana.net.

entidades, puesto que es crucial mantener el control y privilegiar protección y seguridad; se sugiere priorizar más bien el uso de RSD libres, o la creación de redes propias. Se reconoce también que, siendo que la debilidad de estas redes libres es su poco alcance, “podemos hacer conciencia sobre las opciones y contribuir a la transición a las redes libres mediante el ejemplo, haciendo difusión tanto en las comerciales como las libres”.

Se recomienda, asimismo, considerar tecnologías alternativas a las convencionales, como el uso de F-DROID (repositorio de aplicaciones) o TOR (enrutamiento anónimo) así como el uso de herramientas seguras con canales cifrados. No obstante, para ejercer soberanía en las comunicaciones, no basta con el uso de plataformas y tecnologías libres cuando la misma infraestructura de interconexión (servidores, cables, conexiones satelitales, etc.) por donde pasan las comunicaciones está en manos privadas. Si bien esto es un tema más difícil de resolver, sí es posible optar en ciertos casos por usar servidores propios o aquellos manejados por comunidades libres; y como proyecto de mediano plazo, considerar alternativas como satélites libres y soberanos. Se propone explorar, además, la posibilidad de un desarrollo propio de algoritmos e inteligencia artificial, en función de objetivos sociales, con apoyo de la academia.

Dinámicas en las RSD

En cuanto a las lógicas de funcionamiento y las dinámicas que se generan en las RSD para el activismo sociopolítico, se identificaron algunos criterios y enfoques comunes, como por ejemplo: evitar desarrollar el activismo y el debate político únicamente en espacios virtuales, llevarlos también a espacios físicos, como reuniones, eventos, manifestaciones, etc., ya que los vínculos se estrechan fuera de lo virtual. Tener presente también las brechas sociales en el acceso a la tecnología.

Para el trabajo comunicacional, otro criterio es no mantenerse sólo a la defensiva, sino antici-

parse a los temas que surgen y generar agenda propia. Implica pensar creativamente para generar contenidos que puedan llegar a narrar adecuadamente un discurso contrahegemónico. Las RSD tienden a influir sobre la inmediatez, debido a que prevalece el componente emotivo, que necesita estímulos cada vez más fuertes, pero cuyos impactos son de corta duración; se señala que esto no debe suplantar la necesaria elaboración comunicacional de material de reflexión, de mayor calado y acumulación, que se sustenta más en los sentimientos y la razón. Implica un mayor acercamiento a los temas y sentimientos con los que la gente se conecta y llegar con un lenguaje más abierto a las comunidades, generando más contenido relacionado con las culturas. Revalorizar, además, la comunicación relacional, al utilizar a las redes sociales con una lógica de interacción y no sólo de difusión.

Se advierte, asimismo, que reducir la disputa político-cultural-mediática a una concepción de “guerra informativa” puede resultar en estrategias erróneas, ya que conviene diferenciar entre la metáfora de *guerra* (que implica combatir enemigos con argumentos opuestos) y la *persuasión* (que significa más bien el convencimiento, por la contundencia y legitimidad de los argumentos). Ambos pueden servir en determinadas coyunturas y escenarios; pero el “combate” digital por sí solo no es suficiente para lograr cambios culturales.

A nivel de las propuestas para ir avanzando, se enfatiza en la capacitación y la sistematización e intercambio de experiencias y conocimientos para el uso de las RSD, mediante tutoriales, cursos en línea o presenciales, partiendo de recursos ya existentes y desarrollando nuevos.

En cuanto a los mecanismos para el empoderamiento de colectivos, organizaciones, movimientos y medios en la utilización de las RSD, se destaca la implementación de agendas y campañas comunes ante las coyunturas políticas y sociales continentales. También la posibilidad de generar nuevas narrativas,

nuevos mediadores y nuevos medios frente a la crisis de representatividad de medios de masas; y un mejor uso de medios gráficos y arte para democratizar la comunicación.

Considerando el carácter efímero de las RSD, se advierte que para la cobertura informativa de eventos y acciones propios de los movimientos sociales, es importante complementar esta difusión inmediata con contenidos más duraderos (como artículos, entrevistas, videos), para generar y conservar memoria.

Políticas públicas

Otro aspecto que abordó el seminario fue las políticas públicas que se están discutiendo o adoptando en materia de redes sociales digitales. Al respecto, se advierte que es importante diferenciar entre la regulación a las empresas y la regulación a usuarios y contenidos. En el primer caso, es necesario regular a las empresas y plataformas para la debida protección de los datos y los derechos de los usuarios y usuarias. En cambio, introducir nuevas regulaciones o censura a los contenidos y opiniones que ciudadanos individuales expresan en las redes, con el pretexto de combatir las noticias falsas, etc., es peligroso y puede convertirse en atentado a la libertad de expresión. Ya existen mecanismos jurídicos y normas internacionales, frente al discurso de odio, racismo, difamación, etc., con las debidas garantías jurídicas, creados para el ámbito fuera de línea y que son aplicables igualmente para la

comunicación en línea. Con las regulaciones existentes, lo que se precisa es asegurar que las personas y colectividades afectadas (en particular las mujeres, grupos étnicos, etc.) cuenten con las debidas garantías e instancias para ejercer sus derechos frente a violaciones de los mismos. Es necesario realizar un trabajo de incidencia política al respecto y también sensibilizar a la población sobre estos temas y sus implicaciones.

Respecto al combate al “*fake news*”, se plantea denunciar los acuerdos que las plataformas de RSD están estableciendo con supuestas “agencias de chequeo de noticias”, que significarían otorgar a las empresas mediáticas un poder de censura arbitrario; asimismo, alertar sobre anuncios de instancias paraoficiales que establecerían niveles de censura en procesos electorales. Se señala que el impacto de las noticias falsas se combate más bien con educación al público.

Por último, es importante realizar un trabajo pedagógico con la población para hacer más entendible términos como “algoritmo” y sus implicaciones; y programas de capacitación para empoderar a las comunidades en medios digitales. También hacer formación, particularmente para la niñez y la juventud, sobre la importancia de un manejo de las RSD con conciencia de la seguridad personal. Y plantear que la educación básica debería incluir la formación sobre precauciones en el uso de redes sociales y sobre cultura libre. ◀



Abya-Yala / UPS conectada con el país



EDITORIAL ABYA - YALA

Av. 12 de Octubre N24-22 y Wilson, bloque "A" UPS
Telfs: (593) 02 2506267 / (593) 02 3962800 ext. 2638
E-mails: editorial@abyayala.org /
ventas@abyayala.org
Quito - Ecuador

