

# Comunicación, Cultura y Política

María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, compiladores

# Comunicación, Cultura y Política



# Índice

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador  
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro  
Quito - Ecuador  
Telf.: (593-2) 323 8888  
Fax: (593-2) 3237960  
www.flacso.org.ec

**Ministerio de Cultura del Ecuador**  
Avenida Colón y Juan León Mera  
Quito-Ecuador  
Telf.: (593-2) 2903 763  
www.ministeriodecultura.gov.ec

ISBN: 978-9978-67-175-7  
Cuidado de la edición: María Pessina  
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena  
Imprenta: Crearimagen  
Quito, Ecuador, 2008  
1ª. edición: septiembre, 2008

<b>Presentación</b> .....	7
Prólogo	
<b>Memoria y balance</b> .....	9
<i>Héctor Schmucler</i>	
<b>Introducción</b> .....	15
<i>Belén Albornoz – Isabel Ramos</i>	
PRIMERA PARTE:	
ALGUNOS DEBATES SOBRE TELEVISIÓN PÚBLICA	
<b>Problemas para la televisión estatal en Latinoamérica.</b>	
<b>Reflexiones a partir del caso argentino</b> .....	33
<i>Roberto Follari</i>	
<b>La Reforma de Televisión Nacional de Chile y calidad de la política.</b>	
<b>Aprendizajes y nuevas perspectivas</b> .....	47
<i>Valerio Fuenzalida</i>	
<b>Venezuela: El lejano servicio público</b> .....	67
<i>Andrés Cañizález</i>	
<b>Onde está o negro na TV pública brasileira?</b> .....	79
<i>Joel Zito Araújo</i>	

SEGUNDA PARTE:  
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

<b>Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación</b> . . . . .	93
<i>Raúl Zibechi</i>	
<b>¿Qué es una prensa pública?</b> . . . . .	109
<i>Emir Sader</i>	

TERCERA PARTE:  
ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

<b>Estudos de recepção na América Latina, hoje: a visão de seus pesquisadores</b> . . . . .	119
<i>Nilda Jacks y Daiane B. Menezes</i>	

<b>El estudio de las audiencias en Centroamérica. Primeras coordenadas del mapa</b> . . . . .	131
<i>Amparo Marroquín Parducci</i>	

<b>Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet</b> . . . . .	147
<i>María José Calderón</i>	

CUARTA PARTE:  
TIC Y SOCIEDAD

<b>El culto a la información, imaginarios sobre tecnología</b> . . . . .	161
<i>Belén Albornoz</i>	

<b>El móvil, artefacto ritual para exorcizar la otredad</b> . . . . .	173
<i>Rosalía Winocur</i>	

<b>Cybercultura y las nuevas nociones de privacidad</b> . . . . .	191
<i>Belén Albornoz</i>	

# Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad

Belén Albornoz

La cibercultura entendida como el conjunto de sistemas socio-técnico-culturales que tienen lugar en el ciberespacio (Lévy, 2007: XV) empieza a transformar los imaginarios y los discursos de los cibernautas a través de saltos e interacciones constantes entre la interfaz y el “mundo real”. Las prácticas *en línea* comienzan de este modo a desbordar la virtualidad y a irrumpir en la realidad de los sujetos más allá de lo imaginado.

Las transformaciones que estamos presenciando en estos estados de *zapping actitudinal* entre lo virtual y lo real van configurando nuevas nociones del “ser” y novedosas expresiones y modos de representación del sujeto en línea.

La Internet más que una tecnología de comunicación va constituyéndose en la tecnología de representación por excelencia del nuevo siglo. Donde la inicial construcción ficcional del yo, que caminaba de la mano con el anonimato, está siendo sustituida por la reconstrucción y el reconocimiento del sujeto en sus prácticas virtuales.

Si bien el anonimato no ha desaparecido y más bien se ha constituido en una práctica apoyada por padres de familia, periodistas y otros actores sociales como un modo de proteger a personas que pueden correr riesgos si se exponen en la web; el surgimiento de la web 2.0 está potenciando la exposición del sujeto y su entorno sin más mediaciones que la interfaz. Las prácticas de subir videos de la familia y de los amigos a Youtube, o de recrear los momentos y los encuentros personales más importantes en Myspace, Hi5 o Facebook tienen implicaciones que merecen ser analizadas.

Las nuevas formas de representación que estamos presenciando en la web están contándonos cómo los cibernautas están modificando nociones que fuera de la web parecen no cambiar. Este punto de quiebre entre el mundo real y el virtual se hace evidente cuando analizamos las nociones de privacidad que circulan en el ciberespacio y su contraposición fuera de la interfaz.

### Primeras consideraciones

No caer en la tentación a considerar lo virtual y lo real como categorías opuestas.

En primer lugar porque la cultura digital es en gran medida una extensión de la cultura fuera de la interfaz, donde lo virtual en realidad propone “otra” experiencia de lo real que nos obliga a “una mejor comprensión de los lazos y nudos que enlazan las realidades y las apariencias, las ilusiones y los síntomas, las imágenes y los modelos”. Lo virtual no sustituye a lo real, lo representa, es un laboratorio de experimentación ontológica que nos obliga a renunciar al apoyo de las apariencias y nos vuelve cazadores de lo real en bosques de símbolos (Quéau, 1995).

En segundo lugar porque no es posible separar tecnología, cultura y sociedad como actores autónomos e independientes, puesto que esto significaría entender lo humano independientemente de su entorno material y de los signos e imágenes que dan sentido a su vida y a su mundo. “Por lo mismo, no se puede separar el mundo material –y aún menos su parte artificial– de las ideas a través de las que los objetos técnicos son concebidos y utilizados, ni de los humanos que los inventan, los producen y se sirven de ellos” (Lévy, 2007). Por tanto, la línea que divide los mundos reales de las realidades virtuales tiende a difuminarse con los avances de las capacidades de simulación que nos ofrece la tecnología y su respectiva apropiación por parte de los sujetos, provocando nuevos imaginarios y ofreciendo espacios a nuevas experiencias que no serían posibles sin los adelantos tecnológicos.

### Algunos pasos en la construcción de mundos paralelos

Una forma de comprender las ideas que capturan la imaginación de la cultura es el estudio de la manipulación de ciertos objetos que las acompañan. Entender cómo ciertas ideas se han naturalizado en la cultura popular implica explorar sus artefactos tecnológicos, no desde sus diseñadores y desarrolladores, sino desde las maneras en que son experimentados por los públicos. “Los ordenadores no se estarían convirtiendo en unos objetos culturalmente poderosos si la gente no se enamorara de sus máquinas y de las ideas que las máquinas comportan” (Turkle, 1997:63).

Así se inicia el intercambio entre los condicionamientos del artefacto tecnológico y la construcción social del mismo. Los artefactos tienden entonces a reproducir o a reconstruir las ideas vigentes. Tal es el caso de la estética del computador que recoge, por ejemplo, algunas de las características de lo posmoderno señaladas por Jameson: la preferencia de la superficie por encima de la profundidad, de la simulación por encima de lo real y, del juego por encima de lo serio (Jameson, 1995). El poder que el artefacto ejerce sobre los sujetos puede también ser explicado por la capacidad de juego, experimentación y evocación que contiene.

La simulación entonces parece ser una de las principales puertas de entrada para ocupar los espacios virtuales y llenarlos de contenidos. En un principio los chats públicos, las listas electrónicas y más tarde los MUD<sup>1</sup>, Hi5, Myspace, Youtube, Facebook entre otros, se configuraron como espacios de socialización, de construcción de identidad, de juegos de rol y de desarrollo de redes sociales.

Por una parte, la simulación implica el aislamiento físico y la intensa interacción con otras personas (o artefactos, tal es el caso de los avatares de inteligencia artificial), y por otro lado, la vida en la pantalla no tiene referentes físicos simples, es decir, en el simulacro se trabaja con copias de cosas que ya no tienen originales en el mundo real. Estas transformaciones funcionan como un anillo de Moebius donde los imaginarios sobre lo real y lo virtual se intercambian constantemente. Los juegos de simula-

<sup>1</sup> MUD abreviatura para *Multiuser Dungeon* (mazmorra multiusuario). Son entornos de realidad virtual que deben su nombre a los primeros entornos de este tipo que se basaban en el juego de aventuras “Dragones y mazmorras”.

ción van configurando de este modo mundos paralelos donde el anonimato, la privacidad, la credibilidad, la confianza tienen versiones diferentes a las del mundo fuera de la web.

No todo en la web es simulación, sin embargo sus interfaces han provocado desde el inicio la adopción del anonimato y las posibilidades de construir personalidades ficticias. El grado de anonimato puede variar en el uso de los espacios virtuales y en las intenciones que están detrás de los mismos. Y del mismo modo, el grado de anonimato tiene una influencia muy importante en nuestra conducta pues ‘conduce a la desinhibición o relajación de los límites normales que nos impone la sociedad’. De igual modo el anonimato se vuelve vital el momento de experimentar con nuestra personalidad en Internet, se pierde la sensación de mentira y se adquiere la de aventura y exploración. Interesa por ende, conocer qué se siente jugar con la identidad, experimentar roles distintos y ver cómo reaccionan los demás.

*“Sin la mentira, la humanidad moriría de desesperación y fastidio, escribió Anatole France en los años veinte. Si lo contrario también fuera cierto y las mentiras provocaran entusiasmo y alegría, habríamos encontrado una razón para el atractivo de Internet. Las características del mundo de la red dan pie a una amplia gama de representaciones y juegos de rol, engaños, medias verdades y exageraciones, sobre todo porque el anonimato y la ausencia de señales visuales y auditivas lo permiten y, al mismo tiempo, nos aíslan de las consecuencias. Y aunque, en el fondo, en la red no somos tan anónimos, la distancia física y la poca presencia social hacen que nos sintamos menos inhibidos, más a salvo de ser descubiertos y un poco menos sometidos al dominio de nuestro superego”.* (Wallace, 1999: 25).

Goffman denomina juego de información al ciclo potencialmente infinito de ocultaciones, descubrimientos, falsas revelaciones y redescubrimientos a través de los cuales dedicamos inmensos esfuerzos en producir y sofisticar la imagen que queremos dar a los demás sin que ellos sepan lo mucho que nos requiere (Goffman, 1959). En la Internet el juego de información es más flexible por la opacidad del medio y por la posibilidad de cambiar de interfaz si el juego no va bien. Los chats y foros ofre-

cieron las primeras ventanas de experimentación en los inicios de la web, actualmente, con el desarrollo de la web 2.0 los nuevos MUD como Second Life se han convertido en los referentes de los juegos de rol y por ende, del anonimato en la web.

### El caso de Second Life

¿Es el anonimato realmente posible?

Second Life es un “mundo virtual” creado en el 2003 por Linden Lab, una corporación privada con sede en los Estados Unidos de Norteamérica. Tiene más de 7.7 millones de “residentes” o avatares<sup>2</sup> y más de diez mil personas ingresando como residentes al día desde todas partes del mundo.

Second Life es un caso de estudio desde su creación por la diversidad, veracidad y pasión que sus usuarios aplican al juego. Sin embargo, este espacio virtual es mucho menos inocente de lo que parece y por ello ha sido analizado por el Electronic privacy information center de Washington en el 2007 en los aspectos referentes a derechos de la privacidad.

La “existencia virtual” en Second Life toca verdaderos asuntos de privacidad de los avatares y sus usuarios dentro y fuera del juego, tal es el caso del anonimato y la reputación de los avatares y su habilidad para controlar quién y cuándo está mirando. Pero los avatares son sujetos de vigilancia de Linden Lab, de compañías de marketing e incluso de la policía, quienes vinculan las identidades (en línea y fuera de ella) y sus comportamientos sin que los residentes tengan ningún conocimiento de ello. Lo que vuelve a Second Life especial es que además de ser un juego, el mundo virtual ofrece un aspecto económico significativo. Los usuarios de Second Life pueden comprar propiedades sobre las que pueden construir estructuras. Y aunque los residentes no son “dueños” de la propiedad, pueden obtener derechos de propiedad intelectual sobre las estructuras

<sup>2</sup> Avatar es una representación virtual creada por el usuario, a través de la cual es conocido por los otros usuarios en los mundos virtuales.

que construyen y pueden venderlas en el mercado. Actualmente se manejan aproximadamente 241.000 USD en transacciones diarias de moneda virtual “Linden dollars”.

La investigación sobre leyes de privacidad y desarrollo realizada por el Electronic privacy information center de Washington revela que en Second Life se ha incrementado la prostitución y el uso de drogas porque “en sus segundas vidas las personas se atreven a tomar riesgos que jamás imaginarían en sus vidas fuera de la web. En particular, la gente puede desarrollar partes de su identidad que no se atreven a desarrollar en la vida real”. Sin embargo, a pesar de la sensación de anonimato que tienen los residentes al actuar a través de sus avatares, sus acciones siempre están bajo el ojo de Linden Lab.

El interés por simular en Second Life es tan grande que compañías como IBM han abierto sus sedes en el mundo virtual, ciertos países como Suecia han inaugurado embajadas y se han trasladado las campañas políticas desde el mundo real hasta esta interfaz. Pero estos fenómenos se basan en el poder de la información que Linden Lab les suministra para que puedan posicionar sus productos y objetivos entre los residentes. Se permite en definitiva enormes interferencias en lugares que se consideran íntimos por los usuarios.

Aunque existe un marco de privacidad de datos que el usuario de Second Life firma al volverse residente, Linden Lab es dueño de realizar los cambios al compromiso legal a su entero arbitrio, sin consentimiento del usuario. Linden automáticamente utiliza *cookies*<sup>3</sup> durante el proceso registro de los nuevos usuarios para obtener información personal que incluye los datos entregados en el registro, el tipo de *downloads*<sup>4</sup> que el usuario realiza, foros a los cuales pertenece, listas de preferencia de correo electrónico; los mismos que retiene incluso después de que el usuario abandona Second Life. Además utiliza como jurisdicción el país en donde los datos son almacenados (USA), adquiriendo la autorización de sus

3 Cookies son pequeños textos de archive que se colocan en el browser de las computadoras de los visitantes de un Sitio web con el objeto de almacenar información sobre datos personales y preferencias del usuario.

4 Download es el acto de bajar información que está publicada en la web a través de archivos y carpetas.

usuarios a transportar los datos personales desde sus países hacia el país donde son almacenados, logrando de este modo evadir cualquier demanda sobre privacidad de los usuarios que se inscriben en el resto del mundo.

En el contrato de privacidad, Linden se compromete a no revelar los datos personales de sus usuarios a menos que se le solicite colaborar con un proceso legal; necesite proteger y defender los derechos de propiedad de Linden Lab; tenga que proteger con urgencia la seguridad del website del usuario, de los residentes de Second Life o del público en general.

#### - Las ilusiones de privacidad

Linden ofrece a sus residentes una serie de opciones para maximizar su privacidad, les permite optar por aparecer *offline* cuando algún otro residente les busca, ocultar su estatus en línea y su lugar de origen incluso de residentes que han sido añadidos como amigos por el usuario, crear islas privadas para no ser encontrados. Sin embargo, los residentes no tienen opción a ocultar sus actividades del escrutinio de otros residentes que tienen el nivel de acceso de constructores.

Según la investigación realizada sobre leyes de privacidad y desarrollo realizada por el Electronic privacy information center de Washington en septiembre del 2006, Linden indicó a sus residentes que sus sistemas de seguridad fallaron y que fue víctima de acceso ilegal a la información de sus usuarios sin indicar qué tipo de información fue comprometida. Fue una investigación particular la que determinó que se había accedido a la base de datos de pagos, comprometiéndose los nombres de sus residentes, sus direcciones, información de contacto e información de pago encriptada. Pudiéndose vincular los avatares con las identidades reales fuera de la web y dejando a los residentes como posibles víctimas de chantaje o de acoso en el ciberespacio entre otras consecuencias.

#### ¿Cómo varían las nociones de privacidad en Internet?

Mientras Second Life está más enfocado en un público adulto, existen otros espacios que son más abiertos y utilizados por un rango de edades

más flexible como Hi5 o Facebook y, espacios dedicados exclusivamente para niños como el Club Penguin que consiste en un mundo virtual para niños y es parte de la compañía Walt Disney.

Tanto Second Life como Club Penguin utilizan avatares y basan la estructura del espacio en juegos de rol por parte de sus usuarios. Second Life no restringe los usos del mundo virtual, pero Club Penguin es moderado por jóvenes mayores de 18 años y que viven en Canadá. En ambos mundos las nociones de privacidad están marcadas por el anonimato y la posibilidad de construir identidades a través del juego.

Sin embargo, Hi5 o Facebook son espacios destinados, en principio, a relacionarse con otros a los que se ha conocido fuera de la web. Y este primer elemento de confianza en el sitio virtual y en los posibles visitantes del sitio del usuario es el que desencadena los tipos de uso del mismo.

El “juego de información” se inicia y la construcción de la imagen que queremos presentar a los demás empieza por el ofrecimiento de grandes cantidades de información sobre el sujeto: su foto en el registro, los álbumes de fotos que se cuelgan en línea para compartirlas con otros, los comentarios que los otros nos envían y que permanecen en el perfil del usuario y que pueden, por ende, ser leídos por cualquier visitante. Sin ninguna percepción por parte del sujeto, sus nociones de privacidad empiezan a desdibujarse. Cualquier usuario de Hi5 jamás entregaría a extraños en la calle fotos de su familia o fotos personales, por ejemplo. Pero en línea, lo hace constantemente sin mantener relación con sus conductas fuera de la web.

La naturalización de la sobre exposición de los usuarios en la web merece ser estudiada, incluso en los mundos virtuales de juegos de rol. Pues en ninguno de los casos parece importar demasiado los riesgos que se corren al entregar datos personales. Puesto que no se han presentado demandas colectivas por invasión a la privacidad en el caso de Second Life, ni siquiera luego de que se hizo público que hubo una falla en el sistema de seguridad y que los datos personales quedaron expuestos en línea.

De alguna manera, esto se explica a través de la cesión de la autoridad del sujeto a la simulación y a la aceptación de la opacidad del medio. Starr lo explica del siguiente modo “los juegos de simulación no son objetos para pensar sobre el mundo real sino para provocar nuestra

reflexión sobre cómo el mundo real se ha convertido en sí mismo en un juego de simulación” (Starr, 1994: 19-29). Ningún usuario se pregunta por las reglas del juego, simplemente se adhiere, del mismo modo que muchas veces se adhiere a las condiciones políticas y las estructuras del mundo real.

En los mundos virtuales, incluso en aquellos como Facebook, los usuarios se someten al diseño del sitio, se configuran a sí mismos siguiendo las pautas que el sistema les ofrece, en definitiva, también participan de un rol determinado, sólo que más imperceptible. ¿Cómo entonces se mantiene la adhesión al rol? A través de lo que Holly Giffin denominó “regla de la conservación de la ilusión” que consiste en que los jugadores se mantengan dentro de sus personajes y olviden que el contexto (en este caso, el espacio virtual) es una simple ficción (Giffin, 1984).

La facilidad con la que se aceptan los juegos de rol se vincula a los juegos infantiles y al uso de la metáfora en la web. Desde pequeño el sujeto se inicia a través del juego en personificar distintos caracteres, las posibilidades de simulación empiezan mucho antes de conocer la web, generando destrezas que luego son replicadas en línea. El éxito de Internet es que ofrece espacios de simulación que apelan a las habilidades previas del usuario para adaptarse a escenarios ficcionales. Y es justamente en la aventura del desdoblamiento que se pierden, entre otras, las nociones de privacidad que tanto valoramos fuera de la web.

Por esta razón, el momento de “jugar” firmamos los contratos que nos permiten ingresar al juego sin prestar mayor atención, sin leerlos siquiera, porque la atracción de obtener gratificaciones inmediatas es mucho más poderosa que el celo por nuestra privacidad.

Estos son los antecedentes que nos han motivado a desarrollar una línea de investigación sobre cómo las prácticas virtuales que aparentemente se inician en la interfaz saltan al mundo fuera de la web para reconfigurar los *juegos de información* de los sujetos y de qué modo *los juegos de simulación* no comienzan ni terminan en la web como bien lo anota Starr. Es nuestra intención transformar lo familiar en extraño, romper la dicotomía sujeto-tecnología y trabajar la ambivalencia realidad/virtualidad como producto humano (Bauman, 1990). No podemos continuar alimentando las visiones esencialistas de la tecnología y su autonomía de lo social

y lo cultural (Feenberg, 1999), pues ello sólo conlleva a dejar fuera de nuestro alcance y conocimiento importantes dimensiones de nuestra existencia.

### Bibliografía

- Bauman, Zygmunt (1990). *Thinking Sociologically*, Oxford, Blackwell
- Electronic Privacy Information Center Washington DC USA (2007) *Privacy and human rights 2006. A survey of privacy laws and developments*, London, Privacy International.
- Feenberg, Andrew (1999). *Questioning Technology*, New York, Routledge.
- Giffin, Holly (1984). "The coordination of meaning in the creation of shared make-believe reality" en *Symbolic Play*, Nueva York, Academic Press.
- Goffman, Ervin (1959). *The presentation of self in everyday life*, Garden City NY, Doubleday.
- Hine, Christine (2005). *Virtual Methods Issues in Social Research on the Internet*. Berg Publishers. England.
- JAMESON, Fredric (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del modernismo avanzado*, Barcelona, Paidós.
- LÉVY, Pierre (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, España, Anthropos.
- QUÉAU, Philippe (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*, Barcelona, Paidós.
- STARR, Paul (1994). "Seductions of Sim: Smart Machine" en *The American Prospect* N° 17.
- TURKLE, Sherry (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.
- WALLACE, Patricia (1999). *La psicología de Internet*, Barcelona, Paidós.

### Sitios web visitados:

- Club de Fans Latinoamericano del Club Penguin  
<<http://www.clubpenguinla.co.nr/>> Visitado el 10 de diciembre de 2007
- Club Penguin  
<<http://www.clubpenguin.com/>> Visitado el 10 de diciembre de 2007
- Facebook  
<[www.facebook.com](http://www.facebook.com)> Visitado el 12 de diciembre de 2007
- Hi5  
<[www.hi5.com](http://www.hi5.com)> Visitado el 12 de diciembre de 2007
- Foro Gobernanza de Internet. Río de Janeiro noviembre 2007  
<[http://www.intgovforum.org/Rio\\_Meeting/IGF2-EmergingIssues-15NOV07.txt](http://www.intgovforum.org/Rio_Meeting/IGF2-EmergingIssues-15NOV07.txt)> visitado el 15 de noviembre de 2007

Este Libro se terminó de  
imprimir en septiembre de 2008  
en la imprenta Crearimagen.  
Quito, Ecuador