"EL NIVEL DE INFLUENCIA DE INTERNET DEPENDERÁ DE LO COMPETIDA QUE SEA LA ELECCIÓN"

CONVERSACIÓN CON LA RED EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DIGITALES (R3D)

A un mes de que inicien las campañas electorales, la redacción de *Letras Libres* conversó con Luis Fernando García y Danya Centeno, miembros de la Red en Defensa de los Derechos Digitales (R3D), una organización que protege la libertad de expresión, la privacidad y el conocimiento sin restricciones en el espacio virtual. El acceso inequitativo a internet, las repercusiones de las políticas empresariales de monopolios como Facebook, las campañas de desinformación, los atentados contra la libertad de prensa digital y el uso ilegal de datos privados son aspectos relevantes de esta arena donde también se libra la contienda por los cargos públicos.

Pese al aumento de usuarios de internet, *smartphones* y redes sociales en los últimos años, estos siguen siendo un grupo minoritario en el país. Siendo así, ¿la arena virtual tendrá alguna repercusión en las elecciones? ¿Qué tipo de repercusión podría tener?

Es muy preocupante el tema de la brecha digital; si esta persiste, pueden aumentar otras brechas –las económicas, sociales y políticas– que afectan a quienes ya viven en una situación de desigualdad. Al respecto, las personas que en México están conectadas a internet habitan principalmente en zonas urbanas y suelen ser jóvenes –aunque las estadísticas que miden el uso de internet son en buena medida imprecisas.

Además de este perfil predominante, hay que tomar en cuenta el rezago en la calidad del acceso a internet que padece nuestro país. Hay quienes solo navegan por la red a través de su teléfono y que usan ciertas aplicaciones –WhatsApp, Facebook, Twitter– de manera muy restringida, pero no mucho más. Esto se debe a las limitaciones que imponen la mala calidad del acceso a internet, las fallas en la cobertura del servicio y la misma desigualdad económica.

Por otra parte, no vivimos en una democracia perfecta. No todas las opiniones impactan o pesan, en la práctica, de la misma forma. Algunas resuenan más que otras: el sector más activo en internet es el que tiene más influencia económica, social, política, lo que de manera automática lo hace relevante para las campañas.

De manera más general, no se puede descartar la influencia de las tecnologías digitales en las campañas. En primer lugar, porque el sector mayoritario del padrón electoral está integrado por jóvenes, que tienen más acceso a internet y a las redes sociales. En segundo lugar, porque la arena virtual no está aislada de otras:

quienes están conectados a internet comentan lo que leen y lo que ven con quienes no lo están. También hay indicios de retroalimentación entre los medios de comunicación tradicionales y los digitales. Entonces, lo digital tiene poder e influencia, y eso explica por qué los candidatos le dedican cada vez más recursos. Aunque, finalmente, el nivel de influencia de internet dependerá de lo competida que sea la elección; en una contienda muy reñida, cualquier cosa puede tener una influencia considerable.

¿Cuál ha sido el desempeño del gobierno en cuanto a la conectividad, es decir, en el intento de enlazar a un mayor porcentaje de la sociedad por medio de internet?

Al principio del sexenio se aprobó la reforma constitucional que reconoció el derecho de acceso a las tecnologías de información y comunicación, incluidos la banda ancha y el internet. En R3D consideramos que la Constitución fija un horizonte de conectividad universal y, para conseguirlo, determina que el Estado debe organizar su aparato administrativo y jurídico. La ley es un buen avance, pero se queda en lo normativo. En la práctica es difícil saber si las cosas han mejorado porque se modificó la forma de medir el acceso a internet, lo que impide calcular el aumento en la conectividad e incluso dificulta saber a qué causa atribuirlo –¿a la política pública?, ¿a otros factores?

Por su parte, México Conectado se ha vendido como el programa que otorga conectividad universal cuando, en realidad, hay muchos indicios de irregularidades y fallas en la operación. Hemos documentado, por ejemplo, que varias zonas y edificios públicos fueron conectados a internet, aunque su acceso al servicio no era tan precario y pese a que habría beneficiado mucho más hacerlo en puntos de mayor necesidad. Además, las compañías de telecomunicaciones ganaron buena parte de las licitaciones, de modo que el programa resultó en una transferencia de recursos públicos a empresas privadas para que estas, a su vez, otorgaran conectividad a ciertos edificios públicos. Por si fuera poco, la medida no parece estar teniendo un impacto muy significativo en la conectividad general.

Las fallas de México Conectado se deben a que el gobierno se ha empeñado en interpretar la reforma constitucional de manera muy restrictiva, al rechazar la participación directa del Estado y limitar su papel a facilitar que la industria privada se encargue del problema. Las empresas tienen un objetivo de rentabilidad que no alcanza para conectar a los lugares sin acceso a internet, y ahí es donde el Estado debería tener una participación activa: con programas claros y transparentes, pero también facilitando y no entorpeciendo la conectividad. No ha habido, en suma, un compromiso real por parte del gobierno.

México es el quinto país del mundo con más usuarios de Facebook, ¿qué papel jugará esta red social en las elecciones?

Los cambios frecuentes en las políticas de Facebook hacen que sea difícil predecir el tipo de información a la que podrán acceder los usuarios en tiempo electoral. Sin embargo, nos preocupan sus efectos en México, pues las medidas fueron diseñadas como reacción a la coyuntura estadounidense. La compañía anunció, por ejemplo, que priorizará el contenido local, pero no estamos seguros de que en nuestro país sea fácil segmentar el contenido nacional del local. Además, en ocasiones anteriores, las políticas de Facebook han perjudicado a algunos sitios y beneficiado a otros sin que sean muy claros los criterios de diferenciación. Hace poco la empresa dijo que buscará crear un mecanismo para que los usuarios juzguen la credibilidad de los medios de comunicación y, a partir de ello, se priorice en los *timelines* la información de los mejor calificados, una medida con la que tampoco coincidimos.

Más allá de las elecciones, las políticas de Facebook tienen un impacto en la manera en que se consume y se comparte información. El número de usuarios de esta plataforma debería, por sí mismo, suscitar una conversación pública sobre el poder que tienen los monopolios de internet: un cambio en sus políticas tiene más incidencia en la libertad de expresión que la reforma legal o la sentencia de un juez en Turquía. México debe tener esa conversación a nivel nacional y global, y participar en los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas de las políticas de este tipo de empresas.

En este sentido, se podría empezar exigiendo más transparencia en los recursos y la implementación del convenio de colaboración celebrado recientemente entre esta red social y el INE. En especial, deberíamos conocer los criterios de selección de información y los consecuentes resultados de búsqueda detrás del botón Elector Informado, cuyo objetivo, de acuerdo con el comunicado del INE, será brindar información sobre el proceso electoral y la ubicación y horarios de apertura de las casillas. El uso no supervisado de este mecanismo fácilmente podría dar pie a irregularidades.

Ahora bien, no debemos caer en la ingenuidad de creer que "internet no está regulado", ni afirmar que "no hay nada que hacer". Es falso que la arena virtual sea un descampado ajeno a la ley. El tema, más bien, es el objetivo de esa regulación. Al respecto, en R3D, tenemos la posición de que la gobernanza del internet debe estar orientada a proteger y maximizar el ejercicio de los derechos humanos, no a restringirlos, y aunque hay diferencias fuera y dentro de lo virtual, el cúmulo de derechos que teníamos antes de las tecnologías digitales persiste en ellas. El punto es cómo

evitar que los derechos humanos sean afectados y cómo garantizar que sean respetados y promovidos en la arena virtual. Porque, claro, existen otros intereses. Las empresas tienen intereses económicos. Algunos gobiernos tienen la pulsión de regular, no para maximizar los derechos, sino para restringirlos en su beneficio. Y esto es justo lo que se debería atacar.

Desde la victoria de Donald Trump, cuando se habla de elecciones y redes sociales, destacan la desinformación y las noticias falsas como focos rojos. ¿Es posible combatir este fenómeno? De ser así, ¿de qué manera se les puede enfrentar?

Primero hay que decir que estos no son fenómenos nuevos. Las tecnologías digitales solo rompieron el monopolio de las noticias falsas y las campañas de desinformación que tenían los gobiernos y los intereses privados. Al decir esto, no pretendemos negar el fenómeno, sino contextualizarlo: este problema no lo trajo la tecnología, es causa de lo que está detrás de ella. En R3D nos desagrada el término de noticias falsas porque contribuye a crear un ánimo general de falta de credibilidad –con expresiones como "ya no puedes creer nada", "vivimos en la posverdad"–. El término incita a creer que este es el *statu quo* y que no podemos hacer nada al respecto. No queremos fomentar esa visión, pues más bien sucede que pasamos del paradigma de la escasez de información al de la abundancia, y el cambio nos está costando trabajo. Muchos procesos cognitivos y de credibilidad en la información ya no son válidos y superarlos tomará tiempo.

A la par, hay muchas soluciones para contrarrestar la desinformación. Algunas están pensadas bajo el paradigma de la escasez –es el caso de la censura, nosotros no consideramos que sea un camino válido para atajar la desinformación–. En cambio, apostamos por la educación. Lo primero es fomentar un acercamiento crítico a la información y, en especial, exigir fuentes. Pronto lanzaremos, junto con otras organizaciones, una campaña para darle a la gente herramientas que mitiguen la desinformación. Algunos medios, como las cadenas de WhatsApp, son particularmente difíciles de contrarrestar, porque es casi imposible rastrear la ruta que siguió la desinformación hasta su origen. Una buena estrategia que derivó del sismo del 19 de septiembre del año pasado fue la de verificar información en el lugar de los hechos. Es algo que intentaremos hacer, con sus limitantes, durante el proceso electoral.

También hay que considerar que cuando existe demasiada información, los usuarios buscan quién la filtre. En este mundo de abundancia, los medios y los comunicadores tendrán que cuidar mucho su reputación y credibilidad. Antes era sencillo controlar los medios y, con ello, a gran parte de la opinión pública. Ahora es más difícil. Los ciudadanos perdieron confianza en el gobierno y en los medios de comunicación tradicionales porque estos abusaron de su poder; con el tiempo, fueron exhibidos gracias a que internet nos permitió conocer información alternativa.

Muchos tienen responsabilidades en el asunto: desde los medios que publican noticias que no se encuentran debidamente fundamentadas hasta los candidatos que desestiman investigaciones objetivas y luego amenazan e intimidan a los medios que las publicaron. Para contrarrestar las noticias falsas, los candidatos tendrán que demostrar que son transparentes y capaces de rendir cuentas sobre el ejercicio de su poder, y los medios deberán hacer lo propio respecto a lo que publican. Esto sería benéfico, pues en la medida en que haya más lugares donde consultar información confiable –y voluntad política para reconocerla como tal– las cadenas de WhatsApp dejarán de recibir tanta atención.

¿El actual panorama de desinformación y de poca verificación de las noticias por parte de los usuarios alentará las campañas negativas y de desprestigio personal contra los candidatos?

Nosotros estamos esperando lo mejor, pero preparados para lo peor. Sobre todo en esta elección, porque el candidato que ya ha sido puntero ha sido atacado en otras ocasiones con campañas de desinformación. Suponemos que, en la desesperación, sus rivales seguirán el manual electoral de irse a la yugular: bots, campañas de hostigamiento, el tipo de espionaje que reportó el *New York Times*.

Pero los avances tecnológicos han posibilitado nuevas tácticas. Una de ellas relaciona las estrategias de desinformación con la explotación de datos personales. Cambridge Analytica, la empresa que fue acusada de influir en las más recientes elecciones estadounidenses –aunque parece que no tuvo mucha injerencia en ellas–, tiene oficinas en México. No sabemos con certeza quiénes son los candidatos que están contratando sus servicios, y los de otras similares, pero sabemos que lo están haciendo, que le están apostando a la recolección y la explotación masiva de datos para generar perfiles psicográficos de los votantes y, a partir de ello, manipularlos. Al respecto es crucial el tema de los derechos humanos, desde cómo consiguen la información personal y qué control tenemos de esta práctica hasta qué perfiles construyen de nosotros y qué consecuencias tienen para nuestra experiencia en línea.

De nuevo, hay que hablar de responsabilidades compartidas, de las campañas que acceden a estos métodos de manera poco transparente y de las empresas que ofrecen dichos servicios. Casi no sabemos acerca de los medios que usa Cambridge Analytica –se alega que

colabora de cerca con Facebook y Google–. Tampoco sabemos si los datos obtenidos se utilizarán, por ejemplo, en campañas de desinformación. Estamos investigándolo; quizá no contaremos con un diagnóstico antes de la elección, pero es probable que tengamos una autopsia después de julio.

¿Las instituciones en general, pero la autoridad electoral en específico, han manejado de manera adecuada los problemas surgidos de las plataformas digitales?

Están un poco perdidos, aunque es cierto que tienen facultades bastante limitadas. La fiscalización del gasto electoral en publicidad en línea es el ámbito donde la autoridad debe hacer su principal contribución. En ello también tienen responsabilidades las empresas, como Google y Facebook, que controlan ese mercado. Es muy fácil triangular y esconder flujos de dinero a través de empresas intermediarias. El INE tendrá que demostrar mucha iniciativa para evitar el gasto en internet que atente contra la equidad de la contienda. Las plataformas también deberían transparentar la forma en que llevan a cabo este y otro tipo de procesos, como el procedimiento que siguen para atender los reportes y los criterios que usan para responder a ellos.

Twitter es la red social con menor número de usuarios activos en México, sin embargo, ocupa un lugar importante en la percepción política. Además, es una plataforma en la que priman la violencia verbal y la provocación. ¿Qué escenario se avecina dado este entorno?

La ventaja de Twitter es su efectividad para los eventos en vivo. Las noticias que están sucediendo se comentan mejor en esta red social porque la discusión es más rápida y vivaz. El uso de Twitter por parte de muchas figuras públicas también la hace influyente, más allá del número de usuarios inscritos en ella.

Twitter ha empezado a mitigar los efectos del hostigamiento, las amenazas y las campañas de desprestigio. No queremos minimizar las consecuencias de estas prácticas cuando se dirigen a políticos, pero nos preocupa más su impacto en personas que no son figuras públicas. Es ahí donde debería prevalecer la discusión. Los líderes de opinión y los políticos tienen menos privacidad y están más expuestos a la opinión de los demás; por ello, deben hacerse de una piel más gruesa. Hay muchas expresiones groseras, exageradas, impopulares o chocantes en su contra, pero son legítimas en la democracia como ejercicios de la libertad de expresión. En cambio, es común que personas que no son figuras públicas –en especial, mujeres y grupos vulnerables– sean blanco de ataques en redes sociales, y que estos sean ignorados o minimizados. Al respecto, en R3D trabajamos con otras organizaciones en la elaboración del informe *La violencia en línea contra las mujeres en México*. El documento concluye que, en nuestro país, va en aumento la violencia en contra de las mujeres cometida en el entorno digital. Nos llama la atención que el Estado y las plataformas estén esforzándose más en atender las sensibilidades de los personajes públicos que no saben aceptar la crítica –como cuando el presidente Enrique Peña Nieto dijo que las redes son irritantes– que en enfrentar los casos que exponemos en el informe. Nosotros, en R3D, pedimos más solidaridad con las víctimas de la verdadera violencia en línea. Se hace más escándalo cuando alguien le dice cosas feas a un senador o cuando dos figuras públicas se pelean que cuando una horda de bots extorsiona, acosa o amenaza de violación o de muerte a una mujer. Por lo tanto, en lo que concierne al contexto electoral, debemos poner más atención en los ataques dirigidos en contra de candidatas y periodistas, y asegurar su protección.

¿Qué otras preocupaciones deberíamos tener en mente en tiempos electorales?

La primera es el hostigamiento en contra de los medios de comunicación en línea, principalmente de los estados, para que eliminen información. Hay despachos que representan a políticos y empresarios que envían amenazas legales a los medios; con una interpretación errónea de la ley de datos, pues alegan que se hace un uso no autorizado de los datos personales del agraviado. Por miedo o ignorancia, muchos ceden a la presión y bajan esas notas, lo que arrebata a la ciudadanía información relevante acerca de los candidatos. Si los medios reciben una asesoría adecuada, las más de las veces, los despachos desisten porque sus amenazas no tienen sustento.

El segundo tema es la privacidad. Nos preocupa que los gobiernos intervengan comunicaciones privadas para influir en las elecciones. No sabemos si en estas elecciones se usará la información obtenida por medio de operaciones de inteligencia. El espionaje que dio a conocer el *New York Times* es grave y obliga a los candidatos a tener una postura y soluciones a este problema; también lo son la impunidad y el abuso de poder por parte de funcionarios de alto nivel, lo que implicó la asignación ilegal de recursos públicos.

¿Qué harán entonces los candidatos para que no persista la impunidad en este caso? ¿Qué están dispuestos a hacer para darnos la certeza de que el espionaje por parte del gobierno no volverá a ocurrir? No se trata de un riesgo hipotético. Ocurrió y sigue impune. Insistimos en la responsabilidad de los candidatos: ¿seguirán participando en el espionaje y en el abuso de poder o le pondrán un freno de una vez por todas? Es importante que fijen una postura al respecto ya que, a la fecha, ninguno lo ha hecho. –