«Internet está llena de buenas iniciativas»: Segunda parte de la entrevista con Ethan Zuckerman

Por: Juke Carolina. Traducido por: Monserrat Riquelme Alvarez. 21/05/2023

Los enfoque comunitarios son claves para un mejor futuro

Presentamos la segunda parte de la entrevista con Ethan Zuckerman. Lee la primera parte aquí.

En 2014, Ethan Zuckerman desató una intensa discusión digital con una entrada en su blog titulada "Una disculpa pública por meter la pata al no cuestionar los supuestos". En la entrada, reflexiona acerca de su papel en la invención de las tan odiadas ventanas emergentes que se utilizan para generar ingresos. La entrada recibió diversas respuestas entre bromas de presentadores de los programas de entrevistas nocturnos estadounidenses hasta amenazas de muerte. Sin embargo, desató conversaciones significativas acerca del impacto negativo de internet en la publicidad y la necesidad de modelos alternativos.

> **Ethan Zuckerman (EZ)**: Sucedieron tres cosas. Lo primero que pasó fue que la gente pensó que era muy gracioso. Es más, algunos presentadores de programas nocturnos de Estados Unidos que se rieron en sus rutinas; creo que fueron Jimmy Kimmel y Conan O'Brien, por lo que fue extraño ver que se hablaba de mí en rutinas de comedia. Lo segundo fue muy predecible; como se trata de internet, recibí muchas amenazas de muerte. Lo tercero llegó mucho más gradualmente; la gente comenzó a escribir acerca de las preguntas que planteé como "¿fue la publicidad el pecado original de internet?". En la actualidad, podemos ver a personas como Shoshana Zuboff que escribió este brillante libro acerca del capitalismo de la vigilancia, en el que básicamente afirma que "sí, y todo esto es parte de una economía que no es saludable para nosotros, y tenemos que encontrar modelos alternativos". Yo creo que poder hablar acerca de esto y hablar acerca de la historia de cómo hemos llegado aquí fue muy útil. Para mí fue gracioso, aterrador y desagradable. No obstante, a fin de cuentas, creo que sí ayudó a dirigir la conversación con la dirección

saludable.

Ethan Zuckerman es crítico del estado actual de los esfuerzos para privacidad en internet, y destaca que iniciativas como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea, que regula cómo las empresas privadas pueden usar, procesar y almacenar información personal, han quedado cortas al cambiar el modelo de negocio imperante. Enfatiza la necesidad de una alternativa positiva, en la que aboga por la creación de medios públicos para mejorar los medios sociales.

Juke Carolina (JC): En este momento, ¿crees que hay suficientes cambios en la esfera pública en torno a la privacidad, las políticas de privacidad y los derechos digitales?

EZ: La verdad es que hemos visto algunas buenas iniciativas para tratar de aumentar la privacidad en internet, particularmente en el contexto europeo, pero hasta ahora no han tenido el éxito suficiente. Creo que el RGPD fue realmente una buena iniciativa; creo que iba en la dirección correcta, pero no creo que haya tenido el éxito suficiente al alejar a la gente del modelo de negocio existente. Lo que he sacado de todo esto es la sensación de que no basta con decir “no puedes hacerlo”, tienes que ofrecer un modelo positivo de cómo puedes y debes hacerlo. Además, creo que la mayoría de las normativas europeas han dicho que “no nos gusta el modelo estadounidense y queremos que lo hagan de otra manera”. Sin embargo, no hemos visto suficiente innovación en términos de lo que podría ser un modelo diferente.

Realmente, esto ha sido mi trabajo en los últimos tres o cuatro años, sobre todo en cuanto a la Universidad de Massachusetts. Estoy cada vez más convencido de que necesitamos medios públicos para ayudar a asegurar que tenemos una cobertura de noticias de alta calidad. Creo que necesitamos medios públicos que nos ayuden a tener mejores medios sociales.

Aunque las iniciativas son importantes, Ethan Zuckerman cree que las estrategias bien intencionadas pero erróneas, tales como los basados en la criptomoneda, no son la solución para el futuro de los medios sociales. En cambio, Ethan aboga por

aprender de los grupos enfocados en la descentralización y los esfuerzos impulsados por la comunidad, en particular aquellos basados en comunidades del mundo real.

JC: Una de las palabras claves que mencionaste antes, la buena iniciativa. Hay muchas buenas iniciativas rondando en internet. Por ejemplo, Elon Musk intenta defender a toda costa la "libertad de expresión" en Twitter. ¿Cómo debería afrontar el público estas buenas iniciativas?

- Traducción
- Cita original

EZ: Las buenas iniciativas son un comienzo, ¿cierto? Es bueno que haya mucha gente que piense cómo podría ser el futuro de internet. Yo creo que Elon Musk es un buen ejemplo de esto, creo que pensó que genuinamente podía hacer de Twitter un lugar mejor y se tomaron decisiones con las que no debe haber estado de acuerdo, y que si hubiera participado en la gestión de esas ideas, todo podría ser mejor. Yo creo que estaba terriblemente, terriblemente equivocado, pero creo que todos los que están involucrados con el pensamiento del futuro de los medios sociales, al menos casi todos, vienen de un lugar de buenas iniciativas. Solo creo que mucha gente está equivocada.

Veo a muchos que quiere usar los modelos del mundo de la criptomoneda para "salvar los medios sociales", y espero que lleguemos al punto en el que nos demos cuenta de que las criptomonedas crean al menos tantos problemas como los que resuelven. Es cierto que esa gente tiene buenas iniciativas, solo creo que están enfocando este problema de forma equivocada. Es más, creo que hay mucho más que aprender de dos grupos: el primero son las personas que están haciendo la descentralización y Fediverso; el segundo son los grupos de personas que se han visto obligadas a abandonar las plataformas existentes y han tenido que crear sus propios espacios de medios sociales. Yo creo que esas son algunas de las personas más interesantes y de las que mejor se puede aprender. Creo que lo que realmente importa es que no bastan las buenas iniciativas. Hay que fijarse en los ejemplos de quienes intentan crear formas nuevas e interesantes de construir medios sociales.

Preferiblemente de quienes se basan en comunidades reales y existentes en el mundo.

JC: Hoy en día podemos observar que los sectores financieros son cada vez más precavidos con los medios sociales y comentan que han muerto. ¿Qué opinas al respecto?

EZ: Por un tiempo, los medios sociales se han visto como una forma muy prometedora de ganar dinero. Es una manera de crear contenido sin pagar por crearlos. En cierto sentido, parece ser un buen acuerdo. Lo que la gente ha notado es que no es así. Tan pronto como invitas a la gente a crear su propio contenido, se comportan mal y pueden hacer estupideces. Básicamente, hay una manera más barata de hacer dinero.

Si la pregunta es: "¿está muerta la inversión en medios sociales?", la respuesta es sí, tal vez. Sin embargo, la cuestión es que necesitamos un espacio para mantener conversaciones, y gran parte de mi trabajo actual gira en torno a las relaciones entre las esferas públicas y la democracia. No puede haber democracia si los ciudadanos no pueden hablar entre sí sobre lo que piensan de la política y de la sociedad. Si no hay una esfera pública, no hay forma de que la gente decida y vote. Es necesario que la gente pueda informarse acerca de los candidatos y decidir. Es algo inherente.

Por lo que si crees que el público es necesario para la democracia y crees que las esferas públicas de hoy en día son digitales, me siento bastante convencido al respecto. Hay que preguntarse: "¿estamos dispuestos a tener una esfera pública tan buena como la que pagamos o es algo en lo que tenemos que invertir?".

JC: ¿Sigue existiendo un mundo en el que el periodismo ciudadano importa? En un sentido global.

EZ: Creo que el periodismo ciudadano se ha apoderado del periodismo convencional, en cierto modo. Una de las cosas más interesantes que he visto en Global Voices durante casi 20 años es que muchos de nuestros

blogueros se han convertido en periodistas, escritores, productores de radio y creadores de historias. Creo que lo que ha ocurrido es que ahora hay una nueva vía de acceso al periodismo.

Creo que, tradicionalmente, el camino hacia el periodismo consiste en trabajar en un periódico, aprender el oficio y abrirse camino. Lo que está ocurriendo ahora es que a la gente que aprende a escribir en los medios sociales y en los blogs, se le invita rápidamente a escribir columnas para expresar sus puntos de vista. Y en su mayor parte, esto es muy positivo: significa que tenemos muchas más personas cuyas voces están representadas en los medios. Creo que se ha diversificado quién escribe; nos ha dado un público mucho más amplio. Creo que una de las desventajas de todo esto es que mientras todos éramos blogueros, nos veíamos a como si fuéramos muy diferente de los medios dominantes, teníamos un verdadero sentido de la solidaridad, estamos juntos en esto, somos nosotros contra los periodistas y estamos creando una revolución. Nuestra revolución ha tenido mucho éxito: ahora formamos parte de los medios dominantes. Aportamos ideas, muchos nos convertimos en autores y columnistas, y aunque aún no hayamos llegado a ese punto, el camino está abierto. Creo que tenemos que seguir pensando y trabajando para asegurarnos de que esta vía siga abierta, sobre todo para quienes no tienen otra forma de hacer oír su voz.

LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ

Fotografía: Global voices. Panorama de los medios sociales. Ilustración por Natael Ginting, Canva Pro.

Fecha de creación
2023/05/21