

DEPENDEN: FACEBOOK

[Juan Varela](#)

Si Facebook fuera un Estado con sus 500 millones de usuarios, sería el país con más población después de China e India. La red social está revolucionando la política y el concepto de identidad a escala global, pero estos cambios también traen consigo importantes retos para las sociedades 2.0 del siglo XXI.

“Crea una nueva identidad”



AFP/Getty Images

Sin duda. Una revolución en la identidad y la privacidad. Somos lo que compartimos. El advenimiento y popularización de las redes sociales plantea un giro postmoderno de qué somos y cómo nos relacionamos con los demás.

Vivimos en el flujo social: la corriente continua de contenidos e información compartida con nuestras relaciones virtuales. Para vivir en ella es necesaria una identidad de dominio público, creada y diseñada para presentarse y compartir con los demás. Una identidad que plantea preguntas sobre cómo queremos ser en el espacio social y qué ámbito de nuestra privacidad estamos dispuestos a compartir.

Pero también qué posición queremos ocupar en ese nuevo espacio al convertirnos en nodos,

en ejes de relación con los otros en las redes.

Vivimos con las primeras generaciones cuyos datos e identidad son públicos en Internet. Lo que no se comparte no existe, es el *mantra* de las redes sociales y la cultura de la convergencia, tal como ha sido definida por el experto estadounidense en medios de Henry Jenkins. A través de nuestros estados, pensamientos, contenidos y las relaciones con otros usuarios se construye la identidad de las personas 2.0.

Una generación cuya identidad real convive con otra de dominio público, inventada y alimentada para construir una reputación en las redes sociales. Una identidad construida con datos y relaciones para presentarnos y ser ante los otros.

La gran ambición del fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, es conseguir la mayor cantidad de datos personales y relaciones de los usuarios. Este es el negocio de Facebook, hasta ahora siempre poco delicado en el tratamiento de esa información. Zuckerberg ansía el máximo de datos de los usuarios, con ellos construye el poder y el negocio de la red social. “La mayoría de la información que nos interesa está en nuestras cabezas. Y esa es la que no está todavía indexada”, [confesaba](#) hace poco.

La gran pregunta es si la conexión permanente mejora la vida y el conocimiento. La calidad de la conexión, de los contenidos, de las relaciones, es vital para que el poder emergente de las redes sociales aumente nuestras opciones vitales y cognoscitivas. Pero esa ya no es tarea de Facebook.

Una identidad digital son registros en una base de datos. Críticos como el *gurú* de los medios digitales Jaron Lanier cree que la personalidad se reduce para hacerse más accesible en las redes. Somos más unidireccionales y menos complejos porque los “sistemas de información necesitan tener información para funcionar, pero esa información subrepresenta la realidad”.

Con semejante dominio de la identidad digital, aparece la necesidad de garantizar dos nuevos derechos fundamentales: el derecho al olvido y a la minimización de los datos, como reclama la Comisión Europea.

“Ha cambiado la política”

Sí, pero no lo suficiente. La muerte de la iraní Neda Soltani fue una revolución en las redes sociales superior a la revuelta de Irán en la que perdió la vida en 2009. La imagen de Neda agonizante en YouTube fue el clímax de una revolución contada en Facebook y Twitter por muchos iraníes, pero sobre todo por quienes vivían en el exterior, además de grupos y medios que consiguieron burlar el bloqueo digital del gobierno de Teherán.

De la revolución de Jomeini, difundida a través de cintas de casete, a las revueltas 2.0 donde la conjunción de móviles y redes sociales crea un nuevo escenario para la política, el activismo y la participación ciudadana.

China es el país donde más ciberdisidentes están encarcelados y son perseguidos, como muestran los informes de Amnistía Internacional y Reporteros sin Fronteras año a año. Pero cuando sus voces no se oyen directamente, son difundidas y replicadas desde la diáspora.

Las redes sociales han cambiado la política. La censura no es tan fácil a pesar de los bloqueos y cibermurallas. Los activistas encuentran resquicios para la protesta en la Red y para publicar información y propaganda. Pero sobre todo se moviliza la opinión pública global. Y con ella gobiernos, ONG y ciudadanos.

Herramientas como [Ushahidi](#), un sistema para seguir con SMS las elecciones y otros acontecimientos a través de la visualización de mapas, han demostrado el poder del [crowdsourcing](#) desde las elecciones en Kenia o India a urgencias como el terremoto de Haití.



Gracias a las redes sociales los ciudadanos pueden expresarse y agruparse, apoyar causas o debatir con políticos. Pero la política todavía no es mayoritaria en las redes, aunque crece con fuerza. Cuando algo más de la mitad de los usuarios de Internet españoles está en las redes sociales, es relevante que un 21% usen Internet para estar al día de la actualidad política con frecuencia, según los últimos datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, [Barómetro de abril de 2010](#)). Un tercio de ellos ya se informan por redes sociales, blogs y páginas de políticos y organizaciones. Una proporción que supera a los estadounidenses que siguieron o participaron en la *cibercampaña* que ayudó a Barack Obama a llegar a la presidencia.

No está tan claro que la política real y los políticos hayan cambiado. Estos están en las redes y no hay campaña que se precie sin disputa también en Internet. Pero su influencia todavía no está clara. El consenso entre los expertos es que es mayor entre los partidos y opciones minoritarias que entre los grandes, principalmente porque los medios prestan mucha menos atención a las voces disonantes.

Ernest Benach, presidente del Parlamento de Catalunya, acaba de anunciar su intención de convertir la Cámara en un auténtico parlamento 2.0 y que los ciudadanos puedan participar en el debate legislativo. Un paso importante para abrir la democracia.

“Facebook censura”



AFP/Getty Images

Sí, a veces. Cientos de personas intentaron citarse en Facebook para besarse al paso del papa Benedicto XVI. Crearon el grupo Queer Kissing Flasmob y más de un millar de gays y lesbianas se apuntaron para reivindicar sus derechos de los

homosexuales ante la visita papal. Facebook eliminó el grupo sin mayor explicación. Segundo intento. Y otra vez la red social censuró el grupo, esta vez aclarando que sus términos de uso

prohíben atacar a grupos o individuos.

La norma diseñada para evitar problemas legales, independientemente de la calidad democrática de los países que las aplican, se ha convertido en un enorme instrumento de censura por la arbitrariedad de la empresa y la extrema corrección política con la que se aplica.

En las recientes elecciones británicas, un grupo de más de 42.000 miembros opuesto a la coalición entre liberales demócratas y conservadores fue cerrado por los administradores. La disculpa fue que superaba el límite de 5.000 miembros permitidos.

Son ejemplos de que la visión de una Internet libre, un espacio donde “el mundo se haga más abierto”, en palabras de Zuckerberg, oculta criterios legales y de negocio muy estrechos. Tanto como esa tiranía de diseño y formatos de los perfiles personales y páginas de Facebook tan molesta para muchos, una estandarización totalitaria de la imagen personal.

Resulta chocante que a esta red social le cuesta menos plegarse a las imposiciones de regímenes dictatoriales o poco democráticos que a atender los requerimientos de las autoridades de protección de datos europeas sobre la necesidad de aumentar el control por los usuarios y la información sobre cómo los usa la compañía. El negocio manda.

La censura en Facebook demuestra también que el compromiso crítico de sus usuarios es menor de lo que muchos quisieran o esperan de la Red.

“Facebook es como un Estado”

No. Con más de 500 millones de usuarios únicos, Facebook sería uno de los países más populosos, por detrás de China o India. Pero su influencia es transnacional, está presente tanto en el supercapitalismo global como en la nueva economía de la reputación, tanto de ciudadanos como de instituciones y empresas.

Para muchos es una plataforma de libertad y una forma de potenciar sus conocimientos, relaciones y habilidades. Cuando cada día se desdibujan más las fronteras entre el mundo real y el virtual, la política y la influencia de Facebook comienza a ser también una cuestión pública para los ciudadanos.

Hace unos meses China y Google batallaron en la I Ciber guerra Global. Ante el control chino de Internet, Google decidió trasladar sus operaciones a Hong Kong y revivir las guerras del opio de la era colonial.

La propia Google y Facebook batallan en una guerra en la que la primera trata de convencer a sus usuarios de que no permitan a la red social apoderarse de los datos de sus correos electrónicos y contactos. Google denuncia que Facebook es opaca y no permite una gestión abierta de los datos personales.

Empresas con intereses de negocio y capital privado se convierten en instrumentos políticos globales, depositarios de los derechos y libertades de los usuarios. La pregunta es cómo garantizar el sostenimiento de esa nueva ciberpolítica privatizada y al mismo tiempo ejercer un control democrático de su actividad.

Google ya ha pedido una Coalición de los Conectados, los países de mayor desarrollo tecnológico y democrático, para proteger la actividad y libertad de las empresas de la red global. Las leyes y protocolos tradicionales no son suficientes. En la era de las redes sociales es necesario cambiar el sistema operativo de lo público para definir los derechos y libertades en los nuevos espacios públicos, que ya no son virtuales.

Artículos relacionados

- [Depende: Twitter.](#) *Evgeny Morozov*
- [Mejor ser un tonto interactivo.](#) *Juan Varela*
- [Depende: Google.](#)
- [La geopolítica de google earth.](#) *Benjamin Pauker*
- [Depende: Internet.](#) *Evgeny Morozov*
- [¿La revolución será 'twitterada'?](#) *David de Ugarte*
- [Autoritarismo 2.0.](#) *Jennifer Windsor, Jeffrey Gedmin y Libby Liu*

Fecha de creación

15 noviembre, 2010