JESÚS SABARIEGO
AUGUSTO JOBIM DO AMARAL
EDUARDO BALDISSERA CARVALHO SALLES
*(ORGS.)*

# ALGORITARISMOS

tirant
lo blanch

JESÚS SABARIEGO
AUGUSTO JOBIM DO AMARAL
EDUARDO BALDISSERA CARVALHO SALLES

# ALGORITARISMOS

tirant
lo blanch

São Paulo
2020

COPYRIGHT© Tirant lo Blanch Brasil
EDITOR RESPONSÁVEL: Aline Gostinski
CAPA E DIAGRAMAÇÃO: Kayê Sousa Rosa

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO:

EDUARDO FERRER MAC-GREGOR POISOT
*Presidente da Corte Interamericana de Direitos Humanos. Investigador do Instituto de Investigações Jurídicas da UNAM - México*

JUAREZ TAVARES
*Catedrático de Direito Penal da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - Brasil*

LUIS LÓPEZ GUERRA
*Magistrado do Tribunal Europeu de Direitos Humanos. Catedrático de Direito Constitucional da Universidade Carlos III de Madrid - Espanha*

OWEN M. FISS
*Catedrático Emérito de Teoria de Direito da Universidade de Yale - EUA*

TOMÁS S. VIVES ANTÓN
*Catedrático de Direito Penal da Universidade de Valência - Espanha*

A385 Algoritarismos / Organizadores Jesús Sabariego, Augusto Jobim do Amaral, Eduardo Baldissera Carvalho Salles. –1. ed. – São Paulo, BR, Valencia, ES : Tirant lo Blanch, 2020.
330 p.

ISBN: 9788418329715

1. Autoritarismo. 2. Fake News. I. Título.
Editado também como livro eletrônico.

CDU: 17.033.2

*É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, inclusive quanto às características gráficas e/ou editoriais.*
*A violação de direitos autorais constitui crime (Código Penal, art.184 e §§, Lei n° 10.695, de 01/07/2003), sujeitando-se à busca e apreensão e indenizações diversas (Lei n°9.610/98).*
*Todos os direitos desta edição reservados à Tirant Empório do Direito Editoral Ltda.*

TODOS OS DIREITOS DESTA EDIÇÃO RESERVADOS À TIRANT LO BLANCH.
Avenida Brigadeiro Luiz Antonio nº 2909, sala 44.
Bairro Jardim Paulista, São Paulo - SP CEP: 01401-000
Fone: 11 2894 7330 / Email: editora@tirant.com / atendimento@tirant.com
www.tirant.com/br - www.editorial.tirant.com/br/

*Impresso no Brasil / Printed in Brazil*

JESÚS SABARIEGO
AUGUSTO JOBIM DO AMARAL
EDUARDO BALDISSERA CARVALHO SALLES
ORGANIZADORES

# ALGORITARISMOS

Acácio Augusto
Amador Fernández-Savater
Amanda Chevtchouk Jurno
Ana Clara Santos Elesbão
Antoni Gutiérrez-Rubí
Arantxa Tirado
Bernard Harcourt
Brenda de Fraga Espindula
Carla Panico
Carlos Helder Furtado Mendes
Charlotth Back
Christian Ingo Lenz Dunker
Daniela Piana
Domenique Goulart
Eduardo Baldissera Carvalho Salles
Eliane Brum
Esther Solano Gallego
Fátima Solera Navarro
Felipe da Veiga Dias
Fernanda Martins
Fernando Beresñak
Fernando Vechi
Florencio Cabello
Francisco Sierra Caballero
Gonzalo Ana Dobratinich
Helano Ribeiro
Jádia Larissa Timm dos Santos
José Pérez de Lama
José Sánchez-Laulhé
Luca Verzelloni
Luci Cavallero
Lucía Benítez-Eyzaguirre
Luiza Cerveira Kampff
Marcia Tiburi
Miren Gutiérrez
Moysés Pinto Neto
Pablo DeSoto
Paulo Sérgio Guerreiro
Remedios Zafra
Roberta da Silva Medina
Salomé Sola-Morales
Sergio Amadeu da Silveira
Sérgio Barbosa
Silvina Romano
Stefano Cristante
Tommaso Campagna
Verónica Gago
Yair Cybel

tirant
lo blanch

São Paulo
2020

# SUMÁRIO

Prefácio ..... 7
*Jesús Sabariego*

Prólogo ..... 10
*Augusto Jobim do Amaral*

I

Consideraciones a favor de un uso más amplio del término tecnopolíticas. Sobre la necesidad de la crítica y las políticas del conocimiento y las tecnologías ..... 15
*José Pérez de Lama y José Sánchez-Laulhé*

Cómo los mapas interactivos movilizan a las personas en el activismo de datos ..... 40
*Miren Gutiérrez*

La revolución como problema técnico: de Curzio Malaparte al Comité Invisible ..... 60
*Amador Fernández-Savater*

Redes y Posverdad ..... 69
*Remedios Zafra*

Turbofascismo: Fascismo na Era Digital e o caso brasileiro ..... 83
*Márcia Tiburi*

Tecnopolítica y los algoritmos ..... 102
*Antoni Gutiérrez-Rubí*

La Hipótesis Assange: Aperturas y tensiones en la tecnopolítica contemporânea ..... 113
*Francisco Sierra Caballero*

Narcisismo Digital e seus Algoritmos ..... 128
*Christian Ingo Lenz Dunker*

II

Blur ..... 141
*Moisés Pinto Neto*

Sistemas algorítmicos, subordinação e colonialismo de dados ..... 158
*Sergio Amadeu da Silveira*

Biopolítica, tecnopolítica: o arquivo queima .....171
*Helano Ribeiro*

Sobre la transformación de la opinión pública en la era de internet ..... 184
*Stefano Cristante*

Tecnovigilância e controle e(m) tempos securitários: quem são os alvos? .....219
*Carlos Helder Furtado Mendes e Fernando Vechi*

Os algoritmos não nos salvarão: os perigos da ilusão tecnológica.....233
*Eduardo Baldissera Carvalho Salles*

Quando as Máscaras (do reconhecimento facial) caírem, será um grande carnaval.....247
*Ana Clara Santos Elesbão, Jádia Larissa Timm dos Santos e Roberta da Silva Medina*

O dispositivo monitoramento como tecnologia política: formas da democracia securitária e do cidadão-polícia ..... 260
*Acácio Augusto*

Los peculiares poderes de la justicia en el marco del nuevo tecno-ordenamiento jurídico-político .....278
*Fernando Beresñak y Gonzalo Ana Dobratinich*

Oltre ogni ragionevoli dubbio? Riflessioni critiche sull'impatto delle tecnologie nella giustizia..... 298
*Daniela Piana e Luca Verzelloni*

Ofuscación algorítmica: Obnubilación táctica para una privacidad por las nubes.....317
*Florencio Cabello y Fátima Solera Navarro*

Aspectos éticos del uso de algoritmos en el acceso a la información e impactos en la ciudadanía y la política .....331
*Lucía Benítez-Eyzaguirre*

Riscos relativos aos sistemas de Inteligência Artificial (IA): uma análise exploratória em diretrizes éticas para a IA..... 348
*Brenda de Fraga Espindula*

Algoritmos, tierras raras y explotación humana: anatomía de un sistema de inteligencia artificial..... 360
*Pablo DeSoto*

The Pull of Prediction: Distorting Our Conceptions of Just Punishment.....370
*Bernard Harcourt*

## III

La reproducción social en disputa: De la financierización cotidiana al #quedatenecasa .....399
*Verónica Gago y Luci Cavallero*

Derechas y redes en América Latina ..... 408
*Silvina Romano, Arantxa Tirado y Yair Cybel*

A boçalidade do mal: A autoverdade e a destruição do comum..... 428
*Eliane Brum*

A mentira nas redes e o empoderamento da direita no Brasil ..... 440
*Esther Solano Gallego*

The Dark Side of Brazilian "WhatsAppers"..... 454
*Sérgio Barbosa & Charlotth Back*

Neoconservadorismo brasileiro: pautas antigênero e milícias digitais..... 468
*Domenique Goulart e Fernanda Martins*

Bolsonarismo: O retorno do ideal ariano através do cidadão de bem ..... 482
*Paulo Sérgio Guerreiro*

A seleção algorítmica de conteúdos: uma discussão a partir da plataforma *Facebook* .....*503*
*Amanda Chevtchouk Jurno*

Algoritmos de manipulação: um retrato da fantasia *fake* no Brasil.....518
*Felipe da Veiga Dias e Luíza Cerveira Kampff*

Post-Digital Struggles On Platform Critical Infrastructure .....535
*Tommaso Campagna*

Da Tecnopolitíca à Tecnoafectividade (à distância): movimentos sociais, migrações e feminismo na Itália, Europa do Sul, 2008-2020 .....551
*Carla Panico*

Participación ciudadana y movimientos sociales, de las calles al ciberactivismo .....571
*Salomé Sola-Morales*

# DERECHAS Y REDES EN AMÉRICA LATINA

Silvina Romano[1]
Arantxa Tirado[2]
Yair Cybel[3]

En los últimos cinco años, América Latina experimentó cambios sustanciales en el escenario político, protagonizados por un retorno de la derecha a la esfera política formal, por la vía democrática o por la vía del golpe (convencional, institucional, blando, etc.), caracterizada por campañas comunicacionales novedosas. Se perciben giros discursivos en la comunicación política de campaña, en buena medida anclados en el uso de las redes sociales: desde Bolsonaro en Brasil, hasta Bukele en El Salvador y Carlos Mesa en Bolivia. En la ponencia, abordaremos dos factores novedosos que consideramos influyentes o determinantes en este cambio y un factor de carácter más estructural o institucionalizado en la política latinoamericana (aunque con nuevos componentes), que podría estar articulando viejas trayectorias con nuevas estrategias políticas y comunicacionales.

El primer factor es la estética política y la estrategia comunicacional del presidente estadounidense Donald Trump: el protagonismo que le otorgó a las redes sociales, su estética antipolítica (anti-*establishment*-*outsider*) y como experiencia que comienza a caracterizar la estrategia de las derechas en las redes.El segundo factor refiere al escándalo de Facebook y Cambridge Analítica (CA), que ponen en evidencia el potencial en la manipulación de datos

1 Silvina Romano Silvina Romano es investigadora del Consejo Nacional en Investigaciones Técnicas y Científicas (CONICET) en el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe de la Universidad de Buenos Aires (IEALC-UBA). Doctora en Ciencia Política por el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

2 Arantxa Tirado es politóloga, doctora en Relaciones Internacionales por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y doctora en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), actualmente es profesora asociada en la UAB.

3 Yair Cybel Yair Cybel es licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Se ha especializado en políticas públicas por la comunicación política y campañas de bien común, actualmente es coordinador del equipo de redes sociales de CELAG.

para las campañas electorales. El factor más institucionalizado es una red de relaciones entre grupos de derecha (liberal o conservadora) locales, tejida con instituciones regionales y transnacionales que legitiman discursos/prácticas de derecha (conservadora o liberal) en la que se montan las nuevas estrategias políticas y comunicacionales ¿los dueños de las plataformas son parte de esta red? ¿Para quién juegan políticamente?

Ambos factores se dan en el marco de una disputa más amplia por el control de las redes sociales desde el poder, una especie de traslación al ciberespacio del conflicto existente en el mundo no virtual.La libertad en la red o su papel democratizadorse presentan, entonces,como mitos(Morozov, 2012) que se reproducen en discursos que prefieren obviar esta correlación con la realidad material.

## 1)TRUMPfluencer

Trump está en el primer puesto de *influencers*en las redes a nivel mundial con más de 73 millones de seguidores, superando al Papa Francisco. Durante su campaña, Trump explotó su condición de *outsider* de la política, apelando a su trayectoria en el mundo del espectáculo y el ámbito empresarial. Su posición de *outsider* se reforzaba por sus críticas y enfrentamiento con algunosperiodistas (Johnston, 2016). No obstante, fue el candidato mejor posicionado en las elecciones, no solo por su alianza con la cadena Fox, sino por la eficaz utilización de las redes sociales, especialmente de Twitter (Schroeder, 2018: 63). Planteó un discurso irreverente, políticamente incorrecto y por momentos cercano a la homofobia, la misoginia y el antisemitismo -organizado de forma propagandística por uno de sus principales asesores de campaña, Steve Bannon- (Romano, Tirado y García Fernández, 2018).Un discurso característico de una nueva derecha, denominada *alt-right*, que se expresaba en las redes destilando altos grados de violencia y cinismo, con la que Trump logró conectar (Nagle, 2018). Varias de

estas características y provocaciones, que provenían en su caso de una cultura empresarial que puede despreciar a otros con impunidad (Johnston, 2016: 232), se matizaron con su llegada al gobierno, al chocar su vehemencia con la dificultad de imponer su voluntad en la toma de decisión y dando cuenta de que muchas de sus declaraciones ni siquiera buscarían traducirse en hechos o decisiones concretas. Ante los obstáculos para "cumplir sus promesas" (léase: la dinámica de la burocracia, la existencia de normativas, las tensiones con el Congreso y el Poder Judicial, los tiras y aflojes con el sector privado e incluso cierto boicot interno a su Presidencia) (Anónimo, 2018), apuntaló sus estrategias para quedarse en su lugar de confort: ser una *celebrity*, pero de la política.

Gobierna por Twittery procura hacer de cada evento un *show*-capaz de proporcionarle *rating* -por el mero hecho de la puesta en escena-. Los múltiples cambios realizados en su gabinete los publicitó por en esa red social y con declaraciones polémicas (quitando así importancia al "hecho en sí mismo" y poniendo la atención en el modo, la forma de hacerlo), dejando en segundo plano los que habían sido hasta entonces mecanismos tradicionales de la comunicación política, como las ruedas de prensa y comunicados oficiales (Wolff, 2018).

En momentos de crisis internacional, como la tensión con Corea del Norte a inicios de 2018, se inclinó por realizar una visita que transformó en *show*mediático mundial, en la queel acuerdo firmado no incluyó el supuesto "ultimátum" advertido por Trump o nuevos compromisos, pero logró que todas las cámaras estuvieran allí (Smith, 2018). Trump, denominado como "mamarracho" (Wolff, 2018)parece haber entendido perfectamente la relación entre la política y el espectáculo en estos tiempos de redes sociales en los que se necesitan constantes *breakingnews* para atraer la atención, mantener la tensión y garantizar los *likes* y *retuits* que supuestamente midenla opinión pública mundial. El caso más paradigmá-

tico de estos nuevos tiempos fue su reconocimiento, vía *tuit*[4], a la autoproclamación de Juan Guaidó como "presidente encargado" de Venezuela en enero de 2019 en lo que se ha denominado,irónicamente,como el primer "Gobierno 2.0. de la Historia".

La estética Trump ejerció influencia sobre varios políticos y gobernantes latinoamericanos de derecha (conservadora y liberal): desde Jair Bolsonaro en Brasil (su "mejor alumno") pasando por el presidente de El Salvador (Bukele), otro destacado usuario de Twitter; el presidente (comediante) de Guatemala, Jimmy Morales, Mauricio Macri en Argentina y Sebastián Piñera en Chile (Saady, 2018).

Sin duda, la influencia o relación más polémica y preocupante a la vez, es la de Trump-Bolsonaro, que forma parte de una relación más amplia entre las extremas derechas mundiales articulada por Steve Bannon (Gil, 2019). Algunos analistas no demoraron en identificar a Bolsonaro como el "Trump brasileño". En parte, esta analogía intentaba explicar el modo en que un ex militar con carrera política logró posicionarse como un *outsider*. Tiene en común con el mandatario estadounidense su preferencia por un discurso políticamente incorrecto y permanentemente provocador, aunque se diferencia en su ideologíaultra-conservadora, superando incluso a Trump. Esto se debeal carácter evangélico de Bolsonaro, quien tiene una visión estrecha sobre los derechos civiles al regirse por rígidos principios anacrónicos y mesiánicos, mientras que Trump pertenece a la ultraderecha liberal que utiliza los principios de manera funcional a sus intereses (Johnston, 2016) y, a decir de algunos autores liberales (Riley, 2018: 28), "no tiene ideología". No obstante, comparten la experiencia de las redes sociales como herramienta principal de campaña política. En su carrera a la presidencia, Bolsonaro procuró dejar claro su vínculo con Bannon, el ex asesor de Trump (Peláez, 2018), siendo el hijo de Bolsonaro el que se mantuvo en contacto con el asesor esta-

4 https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1088146315979251717

dounidense. Pero los vínculos con la ultraderecha estadounidense se extienden hasta la comunidad latina de Miami que acompaña a Trump, liderada por el senador Marco Rubio (que tiene su correlato en un vínculo con empresarios brasileños) (Resumen Latinoamericano, 2018).

La relación entre ambos no se reduce a una "preferencia" por las redes sociales, solo porque aseguran votos, o desde la perspectiva del *marketing* político a secas. Detrás de ello, o para lograr que las redes sociales operen como votos a favor, existe una red institucional (de negocios) y de contactos personales que articulan y operan con bastante rapidez y "sorprenden" con resultados electorales que contradicen las encuestas.El objetivo de la red es garantizar y perpetuar la vía neoliberal.

La relación de Trump con las redes sociales y el uso de *Big Data* se remonta a susrelaciones con Robert Mercer, millonario "filántropo" que apoya diversos organismos de derecha (Esquema 1). De hecho, en el mes de octubre de 2018, se consolidó el rol de Facebook como herramienta clave de la política de "seguridad nacional" de EE.UU. y control global, mediante contrato firmado a través del Atlantic Council (Gabriel, 2018). Este vínculo del Estado, en particular del Pentágono, con las empresas de *Big Data* fue advertido y documentado oportunamente por JulianAssange y el contenido de los *Wikileaks*, incluido el vínculo con escenarios de desestabilización y "cambio de régimen", etc. (Romano, 2017).

Cuando Trump se impuso en la carrea a la Presidencia, se conocieron sus vínculos cercanoscon algunosCEOsde empresas de nuevas tecnologías y comunicación, nucleados en una especie de Consejo: GinniRomett, CEO IBM; Jack Welch, ex CEO General Electric. Otros contactos con miembros clave de la elite del poder vinculados a la circulación de información y comunicaciones son los siguientes:

| Tabla 1. Trump y la elite de información y comunicaciones EE.UU. | |
|---|---|
| Roger Ailes | ex cabeza de Fox News y una de las figuras más importantes de los medios masivos de derecha. Consejero de Trump y amigo. Reemplazado luego por Bannon, pero de cualquier modo muy vinculado a Trump |
| Bob Mercer | millonario que había financiado la campaña de Ted Cruz y luego apoyó a Trump |
| Peter Thiel | cofundador de PayPal y miembro de la Junta de Facebook |
| Ruper Murdoch | Dueño de la 20th Century Fox Film Corporation, su emporio comprende medios impresos (Wall Street Journal), televisión y entretenimiento. Murdoch apoyó al precandidato Jeb Bush, pero luego se inclinó por Trump |

Debe recordarse, además, que el proceso de *impeachment*, que en su última fase se centró en Ucrania y el hijo de Joe Biden, en realidad, comenzó con el *RussianAffair*, durante la campaña electoral.Se acusó a Trump de coludir con *hackers* rusos para influenciar en los votos y, de paso, la información que *Wikileaks* publicó sobre la corrupción de Hillary Clinton, quedó ceñida a esta interpretación (y no hay por el momento proceso judicial en contra de la ex secretaria de Estado).

Lo que debe preocuparnos más, entonces, no es el vínculo de la campaña de Trump y la de Jair Bolsonaro en términos de la estética comunicacional, o el uso de las nuevas tecnologías (y el resultado: manipulación de elecciones a partir de *Big Data*, noticias falsas, etc.) sino lo que subyace y permite ejecutar estas decisiones y acciones: los vínculos económicos, políticos e institucionales materializados en una red de poder de derecha y ultraderecha a nivel internacional que trasciende a ambos. En efecto, este vínculo empieza con un escenario político en el que Bolsonarologra candidatearse, un proceso de guerra jurídica (*lawfare*) caracterizado por el golpe institucional (parlamentario, juicio político) a Dil-

ma Rousseff y por la posterior persecución política por la vía judicial al Partido de los Trabajadores (PT), en particular a su líder, Lula da Silva. Estos acontecimientos se dieron en torno a la mega causa de corrupción "Lava Jato" contra miembros del PT. Debido a la causa judicial, Lula da Silva no logró formalizar su postulación a las elecciones en 2018 (en pleno procesos judicial y luego cárcel). La presencia del sector público privado estadounidense en este proceso de *lawfare*, en un inicio considerada "bajo sospecha", fue confirmada por los documentos filtrados por *TheIntercept*(Romano; 2019; TheIntercept, 2019 ). También fueron cobrando evidencia, a partir del gobierno de Temer, los intereses geopolíticos implicados en el *impeachment* a Dilma y el intento de desterrar de la política al PT (Romano y Salas Oroño, 2017).

En este escenario, el rol de personajes como Bannon, los vínculos con Cambridge Analítica y el uso de WhatsApp en la campaña de Bolsonaro, es algo que puede comprenderse con mayor profundidad si se considera el escenario político y la red de poder sobre la que se montó esta la campaña.

## 2) REDES Y POLÍTICA: LO NUEVO

Los casos de Trump y Bolsonaro muestran que el uso de las redes sociales para campañas es un hecho ya irreversible. Su intervención en campañas política es real y su efectividad, cuando menos, ascendente. Y los millones de datos pueden jugar a favor de la derecha.

## BIG DATA

Ambas candidaturas están vinculadas al Cambridge Analítica. Esta empresa es una muestra de la capacidad de los grandes conglomerados de información de disponer y utilizar información personal de miles de usuarios para fines de manipulación política e incidencia electoral. Las denuncias adquirieron mayor peso cuando

un comité del Parlamento británico sostuvo que la empresa Facebook se comportaba como un "gánster digital" que violaba la legislación "de manera consciente y deliberada" (Wakefield, 2019). Más que gánster, es más bien una conducta de guerra: "Cambridge Analytica pretendía ser el arsenal de armas para pelear la guerra cultural", declaró el exempleado de CA, Cristofer Wyle. "Las leyes no importan para ellos, esto es la guerra y todo es justo" (Rosenberg, Confessorey Cadwalladr, 2018). Y esto se inscribe de lleno en estrategias de guerra psicológica y ciberguerra, tal cual lo plantean los artículos académicos, libros especializados y manuales militares sobre el tema (Korybko, 2019, Romano, Tirado y Sojo, 2019)

Lo importante es que las primeras denuncias provienen de la campaña de Donald Trump (incluido el *Russiangate*), donde se acusa a Cambridge Analítica de utilización masiva de datos.

Debido en parte al consenso del mainstream liberal en contra de Trump, encabezado por los medios de comunicación que le hicieron campaña a Hillary, se publicó muchísima información de cómo operó Cambridge con millones de datos generados en Facebook. Se conocen los proyectos de investigación previos (2013) que advertían que "Los rasgos y atributos privados son predecibles a partir de registros digitales del comportamiento humano". MichalKosinski, junto a sus compañeros David Stillwell y ThoreGraepel, concluyen que los *likes* de Facebook (en aquel momento disponibles de manera pública) "se pueden usar para predecir de manera automática y precisa un rango de atributos personales altamente sensibles". Basado en un trabajo empírico, los autores argumentan que es posible construir perfiles con alta precisión para rasgos como orientación sexual, etnicidad, inteligencia, consumos adictivos y, lo que resulta aún más interesante, preferencias políticas[5].

El estudio en cuestión contó con la participación de 58 mil voluntarios residentes en los Estados Unidos, quienes a través de la aplicación de Facebook myPersonality, cedieron el acceso a sus

5 Véase https://www.outofservice.com/bigfive/

perfiles y permitieron auscultar los intereses de todos sus amigos en esta red social, lo que amplificó el efecto y permitió llegar a 50 millones de cuentas. Los investigadores concluyeron que con apenas 68 *likes* por persona tenían la capacidad de discriminar en un 95% entre afroamericanos y caucásicos, en 88% entre homosexuales y heterosexuales y en un 85% entre demócratas y republicanos. A medida que la escala aumentaba, el grado de conocimiento del perfil de la persona era aún mayor: 70 *likes* permitían conocerla mejor que un amigo, 150 más que un familiar y con 300 Me Gusta era posible predecir sus decisiones con mayor grado de fidelidad que su pareja[6].

Pero la recopilación de grandes volúmenes de información en redes sociales es solo una de las dimensiones que componen el método utilizado por CA. Una vez recabados, a través de la minería de datos, los analistas crearon un algoritmo para descubrir patrones comunes en estos conjuntos que permitieran realizar una evaluación predictiva de rasgos del comportamiento. Para ello se valieron del Método Ocean, un test diseñado para establecer perfiles psicológicos diferenciados a partir de una serie de preguntas. Según este método es factible conocer los rasgos de carácter de una persona a partir de las "bigfive" (4), cinco dimensiones de su personalidad, capaces de ser medidas por un test online. Las cinco variables utilizadas son la extraversión, la apertura al cambio, la responsabilidad, la amabilidad y la estabilidad emocional. Con estos parámetros se construyen perfiles que agrupan a los distintos usuarios a partir de sus huellas digitales y se producen materiales orientados a cada segmento (Luna, 2018).

No se puede obviar que los encargados de CA no eran novatos estudiantes experimentando en laboratorios informáticos de Cambridge con control de grandes volúmenes de datos. Ya en 2014, CA estuvo vinculada a 44 campañas políticas en EE. UU y durante 2015 trabajaron junto al republicano Ted Cruz, para finalmente sumarse

6 Ibíd.

a las filas de Donald Trump.

## EL WHATSAPP

La campaña de Bolsonaro, además de montarse sobre el proceso de *lawfare* (recordemos que el juez que metió preso a Lula, Sergio Moro, es ministro de justicia del actual gobierno), se basó estratégicamente en la difusión de noticias falsas a través de la plataforma WhatsApp, que forma parte del emporio Facebook desde el año 2009. Algunos llaman a este proceso *WhatsApp Gate*, sabiendo que al menos el 53 por ciento de los brasileños recibe información sobre política y elecciones víagrupos de WhatsApp. La empresa que se ocupó de la estrategia a través de esta plataforma es *Ponte Estratégia*, que compró buena parte de los datos alas empresas de telecomunicación Experian y Vivo.

Algunas investigaciones aseguran que la información compartida por Bolsonaro puede haber alcanzado 40,000 grupos de WhatsApp, con hasta 256 personas por grupo (Fox, 2018). El eje de los relatos difundidos fueron las noticias falsas en contra del candidato presidencial por el PT, Haddad (acusaciones de incesto, de tener un Ferrari y joyas, de que pondría su hijo a disposición del Estado, que confiscará las cuentas de ahorro) (Fox, 2018). El PT denunció ante la justicia esta manipulación de información y engaño deliberado de la población, con respuestas sobre la imposibilidad o desconocimiento de cómo regular para evitar noticias falsas.

Se afirma queWhatsApp es una herramienta muy eficiente para difundir noticias falsas en general, pues “es imposible fiscalizarlo” (Fox, 2018). Pero, además, el WhatsApp alberga otros beneficios (pensando en campañas políticas), como el hecho de operara través de grupos de confianza, de gente que se conoce más que los cientos de amigos que se tienen en Facebook. En grupos de WhatsApp, pueden tener influencia más efectiva los líderes de opinión.

La otra ventaja, particularmente en la periferia, por las condiciones materiales y localización geográfica de la población en territorios carentes de desarrollo en infraestructura, con escaso acceso a internet, es que,si bien se puede recurrir a WhatsApp o Facebook desde el celular, no se tiene acceso a otras plataformas (en América del Sur, la mayor presencia *on line* es a través de la participación en grupos de WhatsApp). Esto reduce las posibilidades de chequeo de las noticias que llegan, a través de la consulta de otras fuentes. Cuando llega una noticia vinculada a campaña, el mensaje probablemente llegue con un *link* con más información, que el usuario no va a chequear porque no tiene acceso (Rennó, 2018).

Como declaró sin reparo el CEO de *Ponte Estratégia* (punto neurálgico de la campaña de Bolsonaro y socio de Cambridge Analítica en Brasil) el rol clave de WhatsApp en las elecciones brasileñas obedece que "a diferencia de Estados Unidos, por ejemplo, donde dominan la campaña Facebook y Twitter [en Brasil] no hay cobertura o un buen plan de datos en cada rincón" (Rennó 2018).

## 3) LO NO TAN NUEVO: REDES SOCIALES Y LA RED DE PODER DE DERECHA

La empresa *Ponte Estratégia*, artífice del éxito de la campaña de Bolsonaro, es la "partner" de Cambridge Analítica en Brasil (García Fernández, 2018). No es casual este vínculo. Cambdridge Analítica tiene larga trayectoria de apoyo en campañas de candidatos de derecha. Uno de sus principales accionistas es Robert Mercer, multimillonario estadounidense y uno de los *donnors* para candidatos republicanos.

Esta articulación de empresas de telecomunicaciones y *Big Data* en procesos electorales, a favor de candidatos de derecha, requiere de otra red para alcanzar sus objetivos (ganar elecciones, desestabilizar gobiernos, linchar políticamente a determinados candidatos, etc.). Se trata de una red de poder de derecha (liberal y conservadora) que nos permite visibilizar no solo las institu-

ciones, personalidades y trayectorias que unen a Trump con Bolsonaro, sino las relaciones entre *thinktanks*, fundaciones, empresas, partidos políticos, universidades, etc., que tiene profundas raíces en América Latina (especialmente asociadas a la asistencia para el desarrollo), tanto en la reproducción material como en la reproducción ideológica neoliberal, al invisibilizar, obstaculizar o aniquilar (por la vía simbólica y material) cualquier alternativa viable al sistema (Romano, 2015; 2018).

En el caso de Brasil, destaca el rol de la *Atlas Network*.Cuenta con 11 organismos socios en Brasil, destacándose el Instituto Milenium; el Instituto de Formação de Líderes São Paulo; Instituto Liberal de São Paulo; Instituto Ludwig von Mises Brasil; Estudiantes por la Libertad, etc. La Red Atlasse vincula, a su vez, con el Instituto Libertad o el Instituto de Estudios Empresariales y con mundo de los partidos políticos por medio de la Red Liberal de América Latina (RELIAL), que agrupa a partidos de derecha de la región y se ocupa de la formación de jóvenes líderes, enlazado con la *NationalEndowmentforDemocracy* (NED). Es socio en Brasil de Estudiantes por la Libertad, "filial" de *Studentsfor Liberty* de EEUU, organismo clave en la legitimación del golpe. También se relaciona con el "Movimiento Brasil Libre", uno de cuyos líderes, Kim Kataguiri, tuvo un rol fundamental en medios y redes sociales antes del golpe contra Dilma Rousseff, movimiento anti-corrupción (Lajtman y Romano, 2018).

Los *thinktanks* mencionados son conocidos por su misión de difundir el neoliberalismo (libertad de mercado) y los valores liberales (especialmente la propiedad privada). La Red Atlas, es financiada por los hermanos Koch, millonarios de derecha conservadora de EE.UU. A su vez, estos hermanos, comprometidos con el impulso del neoliberalismo a través de la filantropía, financian el proyecto VERITAS. Este organismo replica análisis y noticias de derecha o ultraderecha en EE.UU. Lo interesante es que también Robert Mercer, uno de los *donnors* de "Gravitas Maximus" (fachada

del blog de ultraderecha *Breitbart*) es a su vez uno de los impulsores y gran donante de VERITAS. Mercer financió la campaña de Trump. Ya en la Presidencia, uno de los personajes del mundo de la información y las comunicaciones más próximos a Trump es Peter Thiel (cofundador de PayPal y miembro de la Junta de Facebook), que también financia a VERITAS. La fundación Trump también financia a VERITAS (Biddle, 2019; Robinson, 2017).

VERITAS es acusada de "mal utilizar" o abusar de Facebook (técnicamente, de ejercer un*coordinatedinauthenticbehavoir*) debido a la persecución e intento de hackeo de sitios personales o redes vinculadas al ala liberal, incluida la falsificación de cuentas de Facebook. En el grupo VERITAS operan incluso exmilitares, especialistas en redes, hackeo, etc. Esto se suma a las múltiples denuncias elevadas en los últimos años sobre el uso de las redes con fines políticos, etc. -que no han sido resueltas por Facebook (Biddle, 2019).

Destaca el modo en que VERITAS y la red que lo sostiene muestra que Facebook puede operar como herramienta de control político, a la vez que se ubica cada vez más en el centro de las campañas electorales. Esto no es atribuible únicamente a la derecha conservadora, sino que es producto de los vínculos aceitados entre el Silicon Valley y los gobiernos demócratas, sobre todo las relaciones con el Departamento de Estado y de Defensa, tal como lo advirtió en su momento Assange (2014).

Las directrices del gobierno estadounidense en materia de "ciberseguridad" datan al menos de 2003, cuando Google aceptó el financiamiento de la Agencia de Seguridad por 2 millones de dólares a cambio de proveer herramientas de búsqueda rápida de datos sobre "conocimiento robado". Lo interesante es que esta relación sejustificó a partir de la presunción de que el gobierno chino estaba hackeando a la empresa informática más grande del mundo (Assange, s.f.). Una relación que se inserta en la injerencia en el ciberespacio de los organismos de seguridad estadounidense, como

la CIA. A modo de ejemplo, la CIA se ha dedicado a manipular contenidos en las páginas de Wikipedia (Morozov, 2012: 192).

El rol de policía global del Estado-sector privado estadounidense cuenta ahora también con el apoyo de Facebook (formalizado en acuerdos con el Pentágono), que ejerce su vigilancia a través de un contrato con el *Atlantic Council*, con el objetivo de que se ocupe de controlar la posible injerencia/hackeo en procesos electorales (de Occidente). Así, se le otorga a Facebook el rol de policía y guardián de la democracia occidental (Elliot, 2018). O, en otras palabras: estas instituciones buscan moldear la democracia según sus intereses y necesidades (por ejemplo, tal vez prefieran un gobierno como el de Bolsonaro, y no como el de Lula da Silva, o el de Dilma Rousseff). Los donantes y miembros de este organismo, como grandes corporaciones y fundaciones (desde la derecha conservadora hasta instituciones reconocidas como liberales: Coca Cola, Fundación Ford, IBM, *Open Society*), millonarios, Estados como los Emiratos Árabes o Arabia Saudí. Una de las misiones de esta institución es garantizar a estos grupos, sectores, gobiernos, el acceso a recursos naturales. El *Atlantic Council* tuvo un importante rol en el *Lava Jato*, operando a través del exProcurador General Rodrigo Janot (miembro del Consejo),que promovió encuentros con miembros del Departamento de Justicia de EE.UU., que luego se vincularon con el grupo de Curitiba que lanzó el caso.Varias declaraciones y publicaciones del *Atlantic Council* dan cuenta de la postura abiertamente contra el PT: "Umavitória de Lula ouBolsonaro pode ser disruptiva, potencialmente descarrilando a frágil recuperaçãoeconômica do Brasil"; "As decisões dos trêsjuízes para defender a convicção de Lula – e aumentar a sentença de nove anos e seis meses para doze anos e ummês – é histórica para os brasileiros que desejamjustiça" (Nassif, 2018).

El otro organismo vinculado al *Atlantic Council* y la Red Atlas, es el *Council oftheAmericas*. Es un*thinktank* creado por la familia Rockefeller para impulsar el libre mercado y la salud de

las inversiones privadas en América Latina. Su mesa directiva incluye personas como: José A Bastos, de Merck Brazil; Mattos Filho, de VeigaFilho, Marrey Jr. E Quiroga Advogados, de Brasil; Cesar Cernuda de Microsoft LatinAmerica; DonnaHrinak de Boeing; Brian Malnak de Shell; Erik Oswald de ExxonMobil Exploration Company; ClayNeff de ChevronCorporation; Agustin Mayer de Ferrere Abogados; John M. Moncure de Financial Times (Lajtman, Romano, 2018).

Varias de estas empresas se vieron favorecidas "inmediatamente" trasel derrocamiento de Dilma Rousseff y el encarcelamiento de Lula. La revista del COA, "AmericasQuarterly", luego del golpe a Rousseff, publicó el número "FixingBrazil" y,más adelante, sacó un número especial destacando el trabajo heroico del juez Sergio Moro,principal responsable del *lawfare* en Brasil y actual ministro de justicia del gobierno de derecha ultraconservador de Jair Bolsonaro (Spektor, 2016).

## CONCLUSIÓN: REDES Y ANTIPOLÍTICA PARA EL RETORNO DE LAS DERECHAS

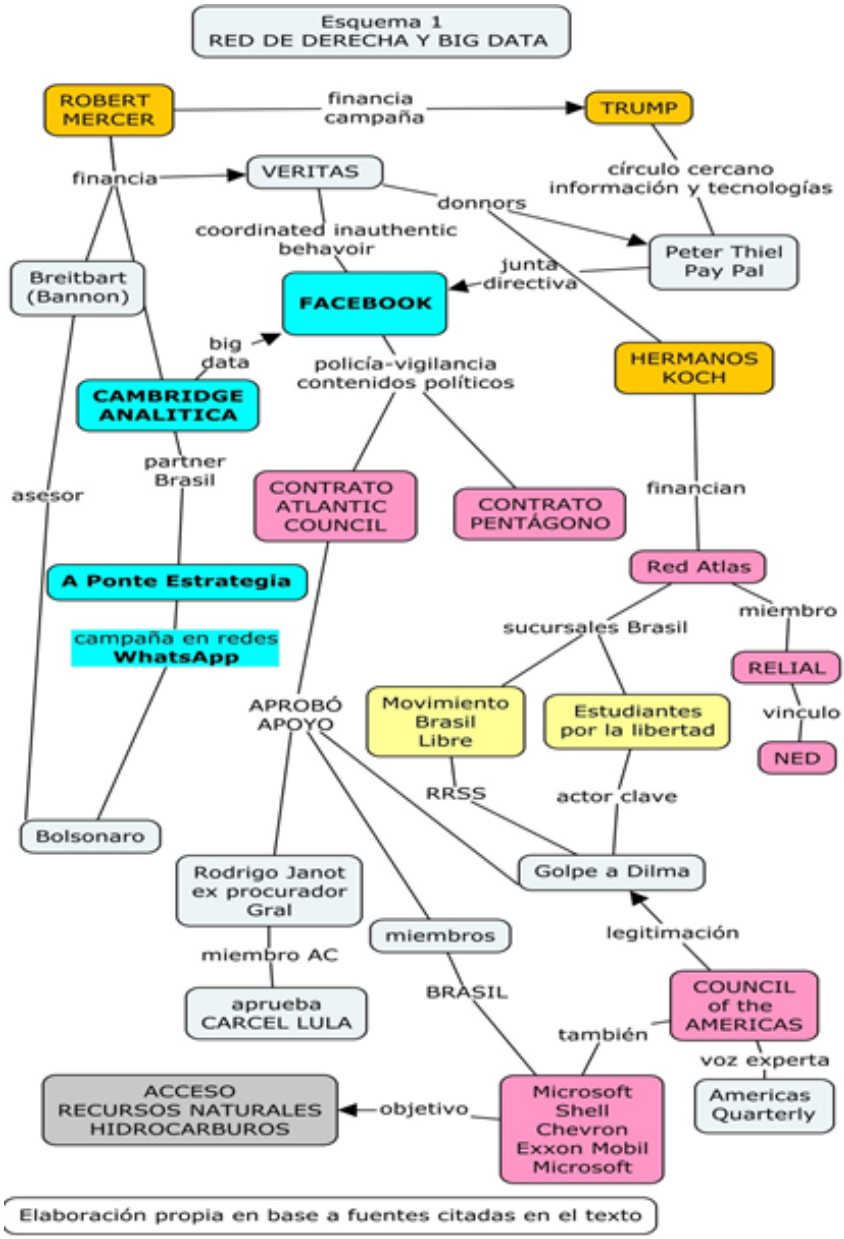
Tanto Trump como Bolsonaro comparten un discurso que reniega de la política y los políticos "tradicionales", refugiándose en cierta imagen de *outsider*s aunque su presencia en la esfera política formal fuera de larga data. Se valieron de sus trayectorias en el ámbito empresarial o en el mundo del espectáculo para otorgar realidad a la ilusión antipolítica, un lugar común en democracias de "baja intensidad" en la región. En ambos casos, hay una alarmante ausencia de lineamientos orientados hacia la justicia social. Proliferan, en cambio, políticas de ajuste, achicamiento del Estado en su rol socio-económico, políticas de "austeridad" destinadas a atraer inversiones y el visto bueno de instituciones financieras internacionales. Incluso en el caso estadounidense, aunque Trump renieguede manera discursiva e indirecta del neoliberalismo, por tratarse de un republicano en el Gobiernosus medidas son de reducción de impuestos a los ricos y reducción de

cualquier tipo de prestación por parte del Estado (reflejado en el intento de eliminación del *Obamacare*) (Finchelstein, 2018). Recorte del presupuesto estatal y mayores privilegios para el sector privado, que recuerdan al modo en que penetró el neoliberalismo en EEUU con las r*eaganomics*(Gregory, 2018).

Trump, como *influencer* de la antipolítica, allanó el terreno (en dichos y hechos) para que un líder como Bolsonaro, mucho más conservador, de derecha y políticamente incorrecto que el presidente republicano, haya conseguido presentarse con éxito en unas elecciones "democráticas".

Ambos se insertan en la expansión de una antipolítica neoliberal que corre por las redes: el vaciamiento ydesertificación de la política. Consignas como "son todos corruptos", o "los políticos son todos iguales" solo conducen al retorno o una mayor participación de las derechas (liberales y conservadoras) en la esfera política formal (Romano y Díaz Parra, 2019). La antipolítica combinada con el ultraconservadurismoes,en sí mismo,una muestra de la exacerbación de la estética en la campaña política, en el discurso, en el relato que se construye. Lo simbólico que reemplaza y anula "lo otro", "lo diferente", implica aniquilar al contrario.

Por último, pero no menor, las redes sociales (espacios privados)ejercen cada vez mayor influencia en la opinión pública, junto con los medios de comunicación concentrados. La próxima presidencia de cualquier país puede definirse en las redes sociales ¿quiénes fiscalizarán las redes que forman parte de esta red de poder, que opera especialmente a favor de la derecha? ¿Qué retos supone esto para las democracias liberales, y la supuesta libre competencia entre opciones políticas distintas en la que se sustentan, si una de las partes juega con ventaja, ahora también en el ámbito del ciberespacio?




## BIBLIOGRAFÍA

Anónimo (5 de septiembre de 2018). "Soy parte de la resistencia dentro del gobierno Trump". Recuperado de https://www.nytimes.com/es/2018/09/05/resistencia-gobierno-trump/

Assange, J. (2014). "Google Is Not What It Seems". Recuperado de https://wikileaks.org/google-is-not-what-it-seems/

Biddle, S. (2018) "Right-wing sting group Project Veritas is breaking Facebooks" authentic behavoir" rule. Now What?" Recuperado de https://theintercept.com/2019/06/11/facebook-rules-project-veritas/

Elliott, G. (2018). "Facebook Partners with Hawkish Atlantic Council, a NATO Lobby Group, to 'Protect Democracy,'" MintPress News, May 22, https://www.mintpressnews.com/facebook-partners-hawkish-atlantic-council-nato-lobby-group-protect-democracy/242289/.

Finchelstein, F. (24 de abril de 2018). "Donald Trump is inspiring world leaders – just not the ones you'd think". Recuperado de https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/04/24/donald-trump-is-inspiring-world-leaders-just-not-the-ones-youd-think

Fox, M. (21 de octubre de 2018). "Social Media War in Brazil Pushes Far-Right Candidate Toward Presidency". Recuperado de https://truthout.org/articles/social-media-war-in-brazil-pushes-far-right-candidate-toward-presidency/

García Fernández, A. (2018) "Cambridge Analytica, el big data y su influencia en las elecciones". CELAG. Recuperado de: https://www.celag.org/cambridge-analytica-el-big-data-y-su-influencia-en-las-elecciones/

Gregory, H. (13 de abril de 2018). "Trumponomics is 21st Century Reaganomics and That's Bad for Working America". Recuperado de https://www.counterpunch.org/2018/04/13/trumponomics-is-21st-century-reaganomics-and-thats-bad-for-working-america/

Johnston, D. C. (2016).*Cómo se hizo Donald Trump*.Ed. Capitán Swing, Madrid.

Korybko, A. (2019). *Guerras Híbridas. Revoluciones de colores y guerra no convencional*. Batalla de Ideas, Buenos Aires.

Lajtman, T. y Romano, S. (2018). "EEUU avanza sobre el Brasil de Temer" Recuperado de https://www.celag.org/eeuu-avanza-sobre-el-brasil-de-temer/

Luna, L. (1 de abril de 2018). "MichalKosinski: 'Yo sólo mostré que existía la bomba'". Recuperado de https://www.proceso.com.mx/527973/michal-kosinski-yo-solo-mostre-que-existia-la-bomba

Morozov, E. (2011). *El desengaño de internet. Los mitos de la libertad en la red.* Ed. Destino, Barcelona.

Nagle, A. (2018). *Muerte a los normies. Las guerras culturales en internet que han dado lugar al ascenso de Trump y la alt-right*. Ed. OrcinyPress, Tarragona.

Nassif, L. (18 de marzo de 2018). "Xadrez de como os EUA e Lava Jato desmontaram o Brasil, por Luis Nassif". Recuperado de https://jornalggn.com.br/geopolitica/xadrez-de-como-os-eua-e-a-lava-jato-desmontaram-o-brasil-por-luis-nassif/

Peláez, V. (2018). "Steve Bannon, el 'oráculo' que llevó al poder a Trump, visita Brasil". Recuperado de https://mundo.sputniknews.com/firmas/201810101082622628-visita-de-bannon-a-brasil-elecciones/

Quintana, Y. (2016). *Ciberguerra.* Ed. Los Libros de la Catarata, Madrid.

Rennó, R. (13 de noviembre de 2018). "WhatsApp: The Widespread Use of WhatsApp in Political Campaigning in the Global South". Recuperado de https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/whatsapp/

Resumen Latinoamericano (25 de octubre de 2018). "Destapan en Brasil nexos de Bolsonaro y senador Marco Rubio (EE.UU)". Recuperado de http://www.resumenlatinoamericano.org/2018/10/25/destapan-en-brasil-nexos-de-bolsonaro-y-senador-marco-rubio-ee-uu/

Riley, D. (2018). "What is Trump?"en*New Left Review*, nº 114, nov-dec. Ed. New Left Review, Londres.

Roobinson, D. (2017). "The Koch Brothers and Robert Mercer Bankrolled Right-Wing Firm Project Veritas" Recuperado de https://observer.com/2017/12/koch-brothers-and-robert-mercer-funded-project-veritas/

Romano, Silvina (comp.). 2019. *Lawfare: Guerra judicial y neoliberalismo en América Latina.* Sevilla-Buenos Aires: CELAG, Mármol-Izquierdo Editores.

Romano, Silvina. 2018. "¿Ayuda fallida de Estados Unidos hacia América Latina? El caso de Bolivia". *Revista CIDOB d'AfersInternacionals*, Barcelona Centre for International Affairs (120): 95-118.

Romano, S. y Díaz Parra, I. (2018). *Antipolíticas: neoliberalismo, autonomismo y realismo de izquierda en América Latina.* Buenos Aires: IEALC-Luxemburg

Romano, Silvina (2017) "Guerra psicológica recargada: cibersanciones, Venezuela y geopolítica" *Revista Internacional de Pensamiento Político*, I Época, Vol 12, 105-124

Romano, S. y Salas Oroño, A. (19 de junio de 2017). "Brasil y el Cono Sur en la geopolítica estadounidense". Recuperado de celag.org/brasil-y-el-cono-sur-en-la-geopolitica-estadounidense/

Romano, S., Tirado, A. y García Fernández, A. (2018). "Fuego y Furia de Trump. Lo que dice el libro (y lo que no dice)", CELAG. Recuperado de: http://www.celag.org/fuego-furia-trump-lo-dice-libro-lo-no-dice/

Rosenberg, M., Confessore, N. y Cadwalladr, C. (17 de marzo de 2018). "How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions". Recuperado de https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html

Saady, B. (21 de febrero de 2018). "Líderes latinoamericanos estilo Trump". Recuperado de https://www.opendemocracy.net/democraciaabierta/brian-saady/l-deres-latinoamericanos-estilo-trump

Schroeder, R. (2018). "Digital media and the rise of right-wing populism" en*Theory after the Internet*, UCL Press.

Smith, A. (12 de junio de 2018). "Trump and Kim nuclear summit agreement contains no new promises". Recuperado de https://www.nbcnews.com/politics/white-house/trump-kim-nuclear-summit-agreement-contains-no-new-promises-n882256

Spektor, M. (2016). "Americas Quarterly corruption busters: Sergio Moro. *Americas Quarterly*, 10 (1), https://www.americasquarterly.org/content/aq-top-5-corruption-busters-s%C3%A9rgio-moro

Wakefield, J. (18 de febrero de 2019). "Facebook,'un gánster digital': el demoledor informe del Parlamento británico sobre el gigante de las redes sociales (y cómo le puede afectar)". Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias-47279242

Wolff, M. (2018). *Fire and Fury. Inside the Trump White House*. Ed. Little Brown and Company, Nueva York.