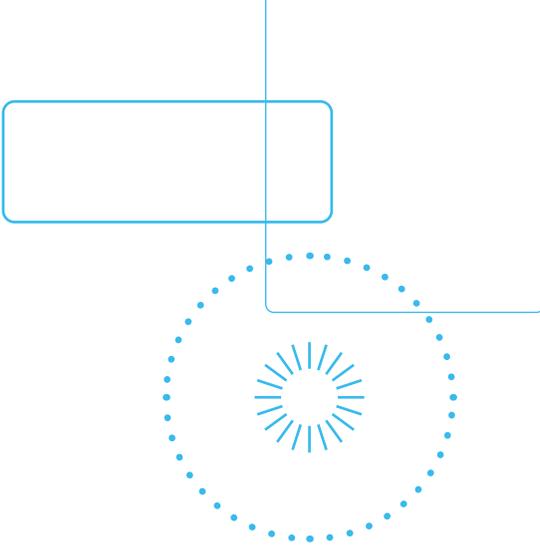


Democracia en red

Internet, sociedad y política en la Argentina

Andrea Ramos
(compiladora)





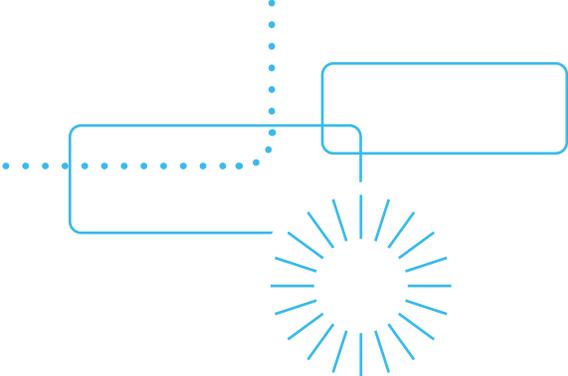
En septiembre de 1987 nuestro país registró oficialmente su ccTLD .ar, que lo identifica en Internet. Hoy NIC Argentina es el organismo nacional responsable de la administración del registro del Dominio de Nivel Superior (.ar) y de la publicación del DNS (Domain Name System) para el dominio .ar.

El equipo de NIC Argentina trabaja de manera constante para brindar a todas las personas una mejor experiencia con Internet. A su vez, lleva adelante distintas iniciativas para fomentar el acceso en igualdad de condiciones a una Internet segura y confiable, priorizando la inclusión, la transformación y la soberanía digital como elementos claves para el desarrollo del país.

Al cumplirse 40 años de democracia ininterrumpida en nuestro país, desde NIC Argentina nos sumamos con este libro a las celebraciones y debates que se multiplican en distintos formatos y plataformas.

Democracia en red

Internet, sociedad y política en la Argentina



Autoridades

Dr. Alberto Fernández

Presidente de la Nación

Dra. Cristina Fernández de Kirchner

Vicepresidenta de la Nación

Dra. Vilma Ibarra

Secretaria Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación

Dr. Emiliano Suaya

Subsecretario Técnico

Lic. Andrea Ramos

Directora Nacional del Registro de Dominios de Internet

Democracia en red

Internet, sociedad y política en la Argentina

Andrea Ramos
(compiladora)

Ángeles Alemandi • Natalia Aruguete • Martín Becerra
Bernadette Califano • María Esperanza Casullo
Arnaldo Rodrigo Cuevas • Sebastián Davidovsky • Javier Díaz
Florencia Enghel • Brenda Focás • Agustín Mario Gimenez
Tali Goldman • Cecilia González • Esteban Lescano • Cecilia Lesgart
José Néstor Lino • Mariana Maggio • Carolina Martínez Elebi
Mariana Moyano • Valentín Muro • Javier Pallero
Marcela Pallero • Raquel Robles • Ximena Romero
Sergio Andrés Rondán • Juan Ruocco • Sofía Scasserra
Pablo Semán • Clara Sirvén • Emiliano Suaya • Gabriela Sued
Verónica Torras • Gabriel Vinazza • Gabriel Vommaro
Nicolás Wolovick • Candela Yatche • Esteban Zunino



Secretaría
Legal y Técnica
Argentina



Democracia en red : internet, sociedad y política en la Argentina / María Esperanza Casullo ... [et al.] ;
compilación de Andrea Ramos ; editado por Lucila Schonfeld. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos
Aires : Secretaría Legal y Técnica, 2023. Libro digital, PDF
Archivo Digital: descarga
ISBN 978-987-48729-7-5
1. Internet. 2. Democracia. I. Casullo, María Esperanza. II. Ramos, Andrea, comp. III. Schonfeld, Lucila, ed.
CDD 320.014

2023, NIC Argentina
Suipacha 767 - 3° piso - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
nic.ar

Coordinación: **Andrea Ramos**

Asesoría general: **Martín Becerra**

Edición: **Lucila Schonfeld**

Ilustración de tapa: **@Costhanzo**

Realización de cubierta y diseño de interiores: **Trineo**

Producción: **Juan Biedma, Pablo Gutiérrez, Aldo Juárez, Laura Loise,
Antonella Pascuali, Romina Sofi, Tamara Zylbersztejn**

Diseño web: **Gabriela Marzolini**

Asesoría legal: **Bárbara Dattile, Marcelo Mársico**

Asesoría administrativa: **Florencia Gómez Silingo, Guadalupe Armada**

Publicación de la Dirección Nacional del Registro de Dominios de Internet,
Subsecretaría Técnica, Secretaría Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2023.

Impreso en la Argentina

ISBN: 978-987-48729-7-5

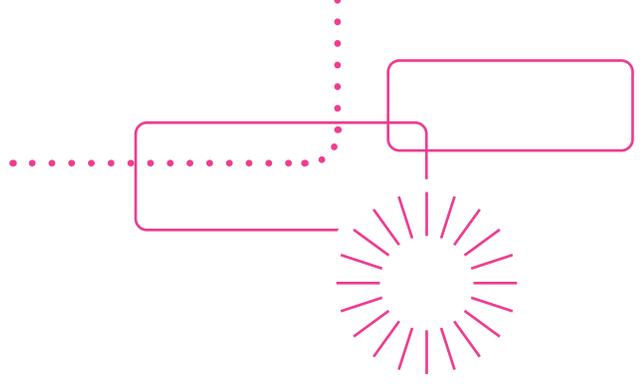
Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Esta edición de 3.000 ejemplares se terminó de imprimir en Casano Gráfica
Ministro Brin 3932 (1826), R. Escalada (Lanús), Provincia de Buenos Aires,
en el mes de julio de 2023.

La reproducción de sus partes o en su totalidad es libre, siempre que sea citada la fuente.

Distribución gratuita. Prohibida su venta.





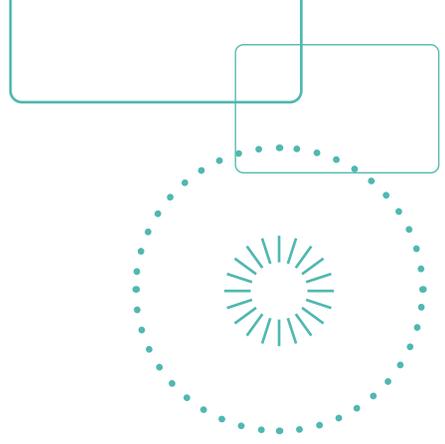
Índice

Prólogo Vilma Ibarra	11
Introducción Andrea Ramos	15
Panorámicas	
Internet, esfera pública y sistema de partidos en la Argentina a 40 años de democracia María Esperanza Casullo	21
Palabras (y más palabras) y cosas de la democracia en comunicaciones Martín Becerra	29
Tecnología y participación política: los vaivenes de una promesa Gabriel Vommaro	37
Más innovación, más religión Pablo Semán	47
Educación y tecnologías en la Argentina democrática La inclusión, entre las tensiones persistentes y las emergentes Mariana Maggio	53

Cuatro tesis sobre información y democracia en la convergencia digital	
Esteban Zunino	63
Internet, desigualdades y políticas públicas	
Bernadette Califano	73
En foco	
Justicia de género en línea: navegar, naufragar, insistir	
Florencia Enghel	83
Cultura memética y democracia	
Juan Ruocco	91
Un mundo del trabajo vertiginoso, un trabajo decente posible	
Sofía Scasserra	101
La democracia y el riesgo de la agenda emocional: indignarnos para gobernarnos a todos	
Mariana Moyano	109
El golpe de Estado y la transición a la democracia	
Intelectuales, académicos y espacio público político Cecilia Lesgart	119
Consensos y disputas en redes sociales	
Natalia Aruguete	129
Capturar y almacenar: los desafíos para cuidar nuestros datos	
Sebastián Davidovsky	139
Internet, del reduccionismo a las soluciones adecuadas	
Javier Pallero	147
Las otras redes	
Ángeles Alemandi	157
Internet y universidades argentinas	
Javier Díaz	167
La era digital y la gestión de la información: pilares de la democracia moderna en la Argentina	
Agustín Mario Gimenez	177
Producción y consumo de las noticias de inseguridad en tiempos de Internet	
Brenda Focás	185

Democracia y ciberseguridad Marcela Pallero	193
La inteligencia artificial que no vimos venir Gabriela Sued	201
Libertad de expresión y el cuidado de la democracia Emiliano Suaya	213
Buscando un símbolo de paz Vaivenes entre democracia, poder, música y artistas Clara Sirvén	219
“Arte tecnológico”, Internet y democracia Del cybercirujeo al coleccionismo Gabriel Vinazza	227
Primeros planos	
Derecho a la identidad: Abuelas de Plaza de Mayo y el legado de una lucha perenne en la era digital Cecilia González	239
Estar conectados en democracia Carolina Martínez Elebi	247
La nave de la curiosidad Valentín Muro	255
Una historia de los BBS argentinos Sergio Andrés Rondán	263
Clementina Raquel Robles	271
Las telecomunicaciones en el Valle de Amblayo Redes de conectividad comunitaria Arnaldo Rodrigo Cuevas	279
El acceso a los archivos de derechos humanos creados y gestionados desde las organizaciones de la sociedad civil Verónica Torras	287
Desafíos de los entornos digitales para la accesibilidad a 40 años de democracia Ximena Romero	293
Cybercirujeo para la construcción de una ciudadanía digital Nicolás Wolovick	303

Nuevas tecnologías, nuevas problemáticas Candela Yatche	309
Más cooperativismo para un acceso igualitario a los derechos digitales José Néstor Lino	315
Los proveedores de acceso a Internet (ISPs): actores clave del acceso universal a la conectividad Esteban Lescano	323
Don Quijote y los molinos de viento Tali Goldman	331
Glosario	339
Quiénes escriben	347



Cuatro tesis sobre información y democracia en la convergencia digital

Esteban Zunino

Las descodificaciones variadas en las lecturas de televidentes se amplían hoy con las pequeñas pantallas interactivas, los memes sarcásticos junto a las noticias que da un medio y las oportunidades de confrontarlas con otros. Sin embargo, ser espectadores activos o usuarios prosumidores no es sinónimo de ser ciudadanos.

(GARCÍA CANCLINI, 2019: 45)

La información es un insumo central para el ejercicio de la democracia. Las dietas informativas han mutado producto de nuevas formas de producción y consumo asociadas a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Las transformaciones se inscriben en una infraestructura infocomunicacional cuya omisión en el análisis suele decantar en cierto determinismo tecnológico, tanto para su apología democratizadora, cuanto para su demonización. La problemática requiere una caracterización de los procesos sociales que condicionan las prácticas de los sujetos desde una mirada estructural, capaz de explicar los flujos informativos y su relación con la calidad democrática. Con ese fin se proponen

cuatro tesis sobre la relación entre información y democracia en la convergencia digital.

1. Los flujos informativos deben ser analizados en el contexto de la economía digital

Resulta imprescindible inscribir la relación entre información y democracia en un entorno infocomunicacional que ha sufrido cambios estructurales asociados a la irrupción de la economía digital. Se requiere un nuevo modelo dominante de reproducción del capital que hace un uso intensivo de la digitalización y que coloca a las empresas tecnológicas globales entre las de mayor facturación y desempeño bursátil, hecho que no es inocuo para los flujos informativos.

El entorno convergente en el que se desenvuelven nuestras vidas se caracteriza por un dominio estructural de un puñado de empresas tecnológicas globales. Apple, Microsoft, Alphabet (Google + YouTube) y Amazon ocupan los primeros cuatro lugares del índice Dow Jones, mientras que Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp) se posiciona entre las primeras 15 empresas de mayor cotización (Statista, 2023). Además, las cinco corporaciones controlan los datos de más de la mitad de la población mundial, con amplio dominio en Occidente (Zuazo, 2018).

La participación cada vez más importante de las redes sociodigitales y los agregadores de noticias en la cotidianidad de los consumos informativos relegan la centralidad de las industrias culturales clásicas, a la vez que las transforman y adaptan los patrones del nuevo ecosistema. Por lo tanto, un primer paso para el análisis consiste en “ubicar a las compañías tecnológicas en el ámbito de las industrias culturales y creativas” (Miguel de Bustos e Izquierdo Castillo, 2019: 817), puesto que intervienen en la distribución y monetización de los contenidos informativos.

Esa ubicación conceptual reclama no perder de vista su doble dimensión económica y simbólica. Es decir, se trata de un tipo particular de industrias que, a la vez que tienen como fin la reproducción

del capital vía monetización de contenidos, intervienen en el proceso de disputa y reproducción de sentidos. La información circula en un entorno que tiene como características: 1) una competencia ecosistémica en el que cada uno de los jugadores centrales ofrece productos que involucran infraestructura, transacciones comerciales y contenidos mediáticos; 2) una concentración con crecimiento expansivo; 3) capitalización bursátil sobre la base de activos especulativos; 4) fuerte necesidad de inversión tecnológica; 5) uso de los datos y contenidos de los usuarios; y 6) un sustrato ideológico que se posa sobre valores neoliberales (Miguel de Bustos e Izquierdo Castillo, 2019; Zuazo, 2018). En ese ambiente deslocalizado y concentrado operan las viejas industrias culturales, partícipes de un proceso de convergencia que se da en dos planos. Uno que supone la integración de contenidos y consumos en múltiples pantallas, y otro concomitante que consiste en la integración de capitales especulativos, de empresas de telecomunicaciones e Internet en las industrias infocomunicacionales (Becerra, 2015). Así, la información circula en un modelo de re-intermediación moldeado por agentes globales que ostentan posiciones dominantes.

2. Los usos condicionan la oferta informativa

El proceso de digitalización multiplicó exponencialmente la disponibilidad de información a través de innumerables medios y plataformas complementarios, al punto que uno de los rasgos distintivos del entorno digital es la abundancia (Boczkowski, 2022). El ecosistema en el que se insertan las prácticas informativas es híbrido, producto de la imposibilidad de delimitar las experiencias *on line* de las *off line*, por lo que la dieta informativa actual se nutre de insumos mediatizados combinados con procesos de comunicación desintermediada (Casero-Ripollés, 2020).

La falta de interés en las noticias es otro rasgo de la época, que se suma a la desconfianza en los medios manifestada por seis de cada diez argentinos (Newman *et al.*, 2022). Los consumos informativos

mixturando una decreciente búsqueda activa con un proceso ambiental y derivativo (Boczkowski, 2022) en el que los contenidos suelen encontrar a los ciudadanos mientras hacen otras actividades, principalmente recreativas. En tanto, el desacople entre emisión y recepción y la segmentación de las audiencias marca un quiebre con la era *mainstream* (Gil de Zúñiga et al., 2017).

Ahora bien, un ecosistema de medios conectivos dominado por un puñado de corporaciones globales que intervienen en los flujos informativos a través de una programación algorítmica opaca genera efectos controversiales para la democracia (García Canclini, 2019). El proceso de concentración sin precedentes puso en jaque a los modelos de negocio de los medios. Si bien el desarrollo tecnológico los obligó a diversificar sus fuentes de financiamiento –proponiendo modelos gratuitos para el usuario que se financian con venta de publicidad, por suscripción, híbridos, y *crowdfunding*–, la actualidad es de crisis, precarización y redefinición de roles y rutinas productivas en la industria de la información.

En tanto, la cuantificación posibilitada por la digitalización abrió la puerta al análisis de métricas como nuevo faro de la producción informativa. En la actualidad, las redacciones han diversificado los perfiles de sus plantillas, planteándose una división transversal a distintos tipos de medios. Mientras que un grupo de periodistas construye la agenda sobre la base de los criterios de noticiabilidad basados en el interés público y la información socialmente relevante, una porción cada vez mayor de profesionales se dedica a la construcción de contenidos virales, con escasa relación con la relevancia social, pero con amplio poder de penetración. Así, el uso de métricas se volvió rutinario en la definición del temario, los estilos y encuadres mediáticos. Ello redundó en la venta de títulos que poco tienen que ver con el desarrollo de las notas y en una baja en la calidad informativa (Retegui, 2020), a la vez que las piezas más consumidas no necesariamente se relacionan con la importancia de los temas (Fürst, 2020).

De este modo, una noticia viral producida para indexar en Google Discover mediante técnicas de Search Engine Optimization (SEO)

puede generar hasta diez veces los ingresos que produce una nota de portada, con firma, sobre un asunto público. Así, la construcción de la agenda mediática se ve fuertemente tensionada por factores exógenos relacionados con la generación de ingresos.

3. Los entornos híbridos limitan el pluralismo y la calidad informativa

La combinación de digitalización y abundancia instituyen ambientes de alta elección. Sus rasgos centrales son un declive relativo en el suministro de información política en comparación con noticias blandas, baja en la calidad informativa que se desprende de la crisis de los modelos de negocio, incremento en la concentración mediática, crecientes procesos de fragmentación y polarización política, supremacía de la opinión respecto de las evidencias y un afianzamiento de sociedades cada vez más inequitativas respecto del acceso y consumo de información (Van Aelst *et al.*, 2017).

El concepto de pluralidad incluye los factores que deben ser fomentados para que una sociedad sea democrática, y se basa en la diversidad. El pluralismo, en tanto, remite a una dimensión normativa relacionada con el sistema de medios. Se supone que es condición de las sociedades democráticas tener un sistema de medios plural en relación con tres dimensiones. La primera es económica y expresa la necesidad de la existencia de una importante cantidad de medios financiados por diferentes vías y que abarquen distintos tipos de gestión. La segunda dimensión hace referencia a la regulación, e instituye al Estado como el agente capaz de mantener el equilibrio del sistema. La última se enfoca en los contenidos, de los que se espera diversidad interna, es decir, presencia de múltiples voces y encuadres dentro del mismo medio, y diversidad externa, orientada a que el sistema en su conjunto exponga una variedad razonable de productos informativos y puntos de vista (Miguel de Bustos e Izquierdo Castillo, 2019) suficientes para asegurar la deliberación pública (Habermas, 2006).

Con redes y plataformas concentradas que acaparan los contenidos y la facturación global de la información en el marco de la economía digital, hoy son los medios de circulación –y no los de producción– los que orientan los flujos informativos a partir de la programación algorítmica (Becerra y Waisbord, 2021). En tanto, los medios de comunicación mejor preparados para intervenir en el ecosistema convergente son los que tienen la escala suficiente para la diversificación y producción de contenidos multiplataforma.

Existe evidencia de que los ecosistemas digitales concentran el consumo y la distribución de contenidos pese al crecimiento exponencial de la oferta. Por ejemplo, más de la mitad de las noticias más clickeadas sobre COVID-19 en redes sociales en la Argentina fueron producidas por los tres primeros jugadores del mercado infocomunicacional digital. En tanto, ocho de los diez grupos mediáticos que más *engagement* lograron se ubican en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Zunino *et al.*, 2022), lo que expresa que la concentración económica consolida una centralización geográfica de la producción con consecuencias sobre el temario y los encuadres de los asuntos públicos.

El corolario resulta obvio: la multiplicidad de pantallas no es sinónimo de ruptura de la posición dominante de los grupos mediáticos de mayor escala. En tanto, la homogeneidad de contenidos informativos sobre los asuntos públicos puestos en circulación resulta contradictoria con la premisa normativa del pluralismo, aun en un ecosistema que multiplicó la oferta y diversificó los consumos.

4. Crisis de los regímenes de verdad: ¿fin del periodismo?

La última tesis intenta ser provocadora y aporta un disparador de interés para el escenario actual. Asistimos a una crisis extendida de los regímenes de verdad (Harsin, 2015). El periodismo –entre otras instituciones– ha perdido potencia como actividad socialmente legitimada para la construcción de narrativas verosímiles sobre el acontecer social. Desde una mirada funcionalista, la vigilancia del

entorno *-watchdog-* ha sido abandonada como tarea central de los medios informativos que, además, han cedido a los poderes fácticos el rol de controlarse a sí mismos (Bennett y Livingston, 2018). La falta de regulación estatal sobre las estructuras que condicionan los flujos informativos expone un vacío que es aprovechado por las empresas, que aplican unilateralmente sus políticas de uso, convirtiéndose en editoras informativas producto del desacople entre producción y circulación, hecho que afecta a la libertad de expresión (Becerra y Waisbord, 2021).

Es tiempo de repensar: ¿qué periodismo para qué sociedad? El interrogante no tiene una respuesta unívoca y está en zona de redefiniciones. En las condiciones actuales de precarización, concentración, datificación y crisis de credibilidad, la función periodística legitimada de construir información socialmente relevante se resquebraja, al mismo tiempo que lo hacen los estándares de pluralismo y calidad informativa. La profesión, al menos en el circuito *mainstream*, devino crecientemente edición acelerada de fuentes externas, permeable como pocas veces a factores de poder exógenos con repercusiones endógenas.

Sin embargo, no se trata de sentenciar el fin del periodismo cuando sobra evidencia sobre la complejidad y contradicción de los procesos sociales que, aún en este contexto, hacen nacer nuevos formatos y nichos de información de calidad. Se trata de caracterizar la magnitud de una crisis sistémica nodal para la vida democrática y de repensar colectivamente nuevas incumbencias, funciones y marcos regulatorios tendientes a garantizar condiciones dignas para una producción informativa profesional, legitimada socialmente y capaz de garantizar un debate público robusto e informado.

Bibliografía

Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.

- Becerra, M. y Waisbord, S. (2021). La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital. *Desarrollo Económico*, 60(232), 295-313.
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. Disponible en <https://doi.org/10.1177/0267323118760317> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- Boczkowski, P. (2022). *Abundancia. La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. San Martín, Pcia. de Buenos Aires: UNSAM Edita.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la Información*, 29(2), 1-11. Disponible en <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- Fürst, S. (2020). In the service of good journalism and audience interests? How audience metrics affect news quality. *Media and Communication*, 8(3), 270-280. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3228> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CALAS y UNSAM Edita.
- Gil de Zúñiga, H., Weeks, B. y Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105-123. Disponible en <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16(4), 411-426. Disponible en <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- Harsin, J. (2015). Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. *Communication, Culture and Critique*, 8(2), 327-333. Disponible en <https://doi.org/10.1111/cccr.12097> [última consulta: 20 de abril de 2023].
- Miguel de Bustos, J.C. e Izquierdo Castillo, J. (2019). ¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas

en el entorno de la economía digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 803-821. Disponible en <https://doi.org/10.4185/RLCS> [última consulta: 20 de abril de 2023].

Newman, M., Fletcher, R., Robertson, C., Kirsten, E. y Nielsen, R. (2022). *Digital News Report 2022* (Vol. 53, Issue 9). Disponible en https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf [última consulta: 20 de abril de 2023].

Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas Un estudio en el interior de una sala de redacción. *Austral Comunicación*, 9(1), 45-67. Disponible en <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret> [última consulta: 20 de abril de 2023].

Statista (2023). Empresas más valiosas del índice Dow Jones en 2023. *Statista*. Disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/657179/dow-jones-empresas-con-mayor-valor-de-capitalizacion-bursatil/> [última consulta: 20 de abril de 2023].

Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stepińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T. y Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. Disponible en <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551> [última consulta: 20 de abril de 2023].

Zuazo, N. (2018). *Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Buenos Aires: Debate.

Zunino, E., Kessler, G. y Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia: Evidencias del caso argentino. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 129-161.

