

Sitios de Redes Sociales: Aportes para su análisis a través de un marco teórico socio-jurídico

José María Lezcano¹⁻²,

² Grupo de Estudios de la Complejidad en la Sociedad de la Información, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata

¹josemlezcano@gmail.com

Resumen. El presente paper corto es una propuesta que busca contribuir en la construcción de un marco teórico socio-jurídico necesario para describir el comportamiento de los agentes en sitios de redes sociales, comprender algunos de los efectos que alcanzan ciertos fenómenos comunicacionales en la realidad actual y proponer respuestas que permitan la intervención en términos jurídicos y políticos. Por las características del formato de presentación, se describen a grandes rasgos algunos ejes teóricos que ofrecen los estudios de la Ciencia Tecnología y Sociedad (CTS), con una mirada de la sociología de la tecnología centrada en las tecnologías digitales (TD), y la sociología jurídica que brinda un anclaje directo y apropiado para el análisis crítico de la normativa y efectos jurídicos de las interacciones en sitios de redes sociales. Se cierra el trabajo con la proyección de futuros avances que permitan plasmar los resultados de un planteo metodológico que convine el análisis de campo con las teorías integradas multidisciplinariamente.

Palabras Clave:

Plataformas Digitales, Conectividad, Sociología de la Tecnología, Sociología Jurídica.

1 Introducción

Uno de los rasgos más sorprendentes de los sitios de redes sociales es haberse convertido en un corto tiempo, en instrumentos de radical importancia en uno de los procesos de cambio social más importantes en la historia de la humanidad. La tecnología siempre fue determinante en este tipo de procesos de rupturas entre lo establecido y los nuevos horizontes de acciones y comportamientos posibles. Sin embargo las Tecnologías Digitales (TD) o Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y la innovación tecnológica en términos de comunicación, acceso a la información y control social, han planteado -en apenas unos años- transformaciones sociales, culturales, económicas y políticas que generan aceleradamente, un contexto de interacción y organización social con varias condiciones que responden a determinaciones presentes desde el diseño mismo de la tecnología.

Así, en el proceso de incorporación de pautas culturales y modos de comportamiento, las personas utilizamos *tácticas de negociación*, en términos de De Certeau [1] para enfrentar las estrategias que despliegan las organizaciones e instituciones. Dice Van Dijck [2] “Esto es lo que ocurrió con el desarrollo de las plataformas de los medios sociales y sus aplicaciones asociadas: los usuarios “negociaron” la decisión y los modos de apropiarse de ellas para sus hábitos cotidianos”.

A partir de resonados casos que han alcanzado notoriedad pública, se pueden inferir modos en los que, los diferentes tipos de sitios de interacción e intercambio en la Internet -mediante sus estructuras, lógicas y algoritmos- establecen modos y pautas de comunicación que, escapando a la comunicación punto a punto (peer to peer), dan lugar a prácticas socio-técnicas que escapan a los parámetros de previsión y control del marco jurídico, así como la apertura de nuevas discusiones en el plano político. Son estos fenómenos del siglo XXI los que hacen que tanto las previsiones legales como los tribunales de justicia, en muchas ocasiones observen atónito los efectos, alcances y dimensión compleja del progreso de las plataformas de redes sociales.

Gran parte de la producción de investigaciones jurídicas sobre sitios de redes sociales se orientan a tratar de comprender y brindar soluciones a las problemática derivadas de las nuevas y variadas prácticas humanas que se ponen en tensión con la protección de la intimidad/privacidad, las formas jurídicas en materia de propiedad intelectual, mecanismos de contratación, las nuevas y/o renovadas formas delictivas. El planteo que se propone, parte de la perspectiva que ofrece la sociología jurídica, buscando encontrar elementos, categorías y conceptos teóricos, que permitan dimensionar un marco epistémico más integral que abarque, describa, comprenda, dimensione en términos cuantitativos, y en su caso proponga herramientas de acción para operadores jurídicos¹.

En anteriores aportes hemos considerado la importancia de este tipo de análisis [3] [4], que desde un abordaje simple, permita ir encontrando puntos en común y profundizar en análisis sobre la complejidad del fenómeno. A través de este trabajo se amplía el marco teórico y desarrollan nuevas preguntas que tales encuadres sugieren, considerando claro, la realidad de interacción continua en plataformas de redes sociales.

¹ En tal sentido, entre diversos autores en la misma línea, coincidimos con la posición de Cohen (2012), que desde el plano jurídico explica que los seres humanos son, de hecho, encarnados y relacionales, que habitan redes de conexión culturales y materiales. Las leyes, tecnologías e instituciones no pueden ser juzgadas desde una posición neutral, ni pueden ser evaluadas solo con respecto a sus contribuciones a la libre habla o la libre elección. Son importantes porque dan forma a nuestras sub-actividades, la ética y la política. El análisis de Cohen es necesariamente, y deliciosamente, multidisciplinario. Muestra cómo las prácticas sociales del uso de la información están mediadas por el contexto: por culturas, cuerpos, lugares, artefactos, discursos y redes sociales.

1.1 Fundamentos para un análisis socio-jurídico

En la línea referida, el presente recupera las miradas sobre el fenómeno del progreso de los sitios de redes sociales en clave a los 3 planos²: *economía*, *tecnología* y *socio-cultural*. Sin embargo, en los últimos años se puede observar que no sólo han continuado los patrones de comportamiento en tales planos, sino que asimismo emergen manifestaciones de comunicación que poseen cualidades diferentes a las conocidas.

Más allá de los aspectos de vigilancia y control sobre la información personal, pero vinculado a esto, una de las manifestaciones de comunicación novedosas son el fenómeno de las llamadas “cámaras de eco”. Estas, no son nuevas dentro de las estrategias que han desarrollado los medios masivos de comunicación desde mediado de los años 80. Sin embargo, las posibilidades que brinda el “big data”, no sólo como una incommensurable masa de información, sino también considerando toda la potencialidad que brindan el desarrollo de algoritmos y la inteligencia artificial, ha despertado una necesaria atención desde el *plano político*.

Desde este ángulo, el interés por las plataformas de redes sociales fueron prontamente incorporadas a las estrategias de campañas políticas de las estructuras partidarias tradicionales³[5][6][7], pero también rápidamente constituyeron un invaluable instrumento en la consolidación de nuevos movimientos sociales⁴ [8]

² Entiéndase planos en un sentido amplio, aunque no carente de definiciones que sean le den certeza y claridad al argumento y discurso del que estamos hablando. En trabajos anteriores [3] se recurrió a la expresión factores, aunque en términos más exactos, el término “factor” (Del lat. factor, -ōris 'el que hace'), entre sus múltiples sentidos expresa multiplicación, coeficiencias, y términos que utilizados en las matemáticas, muy atrayentes e interesantes en análisis trans e interdisciplinarios, como las representaciones y modelizaciones, pero que exceden en mucho el análisis que propone nuestro planteo. Sin embargo, el término factor, también se refiere a “elemento o causa que actúan junto con otros.” (RAE) es decir elemento, circunstancia, influencia, que contribuye a producir un resultado.

El término “plano” que aquí se utiliza como sinónimo de perspectiva (Del lat. tardío *perspectivus*, y este der. del lat. *perspicere* 'mirar a través de', 'observar atentamente'; del lat. mediev. perspectiva 'óptica'), como un “Sistema de representación que intenta reproducir en una superficie plana la profundidad del espacio y la imagen tridimensional con que aparecen las formas a la vista.” (RAE), es decir la manera de representar uno o varios objetos en una superficie plana, que da idea de la posición, volumen y situación que ocupan en el espacio con respecto al ojo del observador.

Sin embargo, en el análisis que se pretende, el término utilizado no varía los objetivos y modos de estudio respecto de identificar aspectos relevantes (tecnológicos, económicos y socio-culturales) que contribuyen al crecimiento del fenómeno de las redes sociales en Internet, buscando de esa manera encontrar las relaciones entre tales aspectos y cómo son mutuamente influenciados.

³ Es reconocida la trascendencia que tuvo el uso de la red social Twitter en la campaña política electoral de Barack Obama, tanto en su primera como segunda presidencia. Se suele referir a esta estrategia como aquella que inaugura en grandes dimensiones los desarrollos del marketing político en las redes sociales.

⁴ A efectos de mencionar algunos de los casos de la incidencia de plataformas de redes sociales sobre nuevos movimientos sociales en como la “Primavera Árabe” (2010-2013), el llamado M-15 o “Movimiento de indignados” (2011-2015), el “#YoSoy132” en México (2012), el movimiento feminista “Ni una Menos” (2015), entre otros.

2 Una propuesta de marco teórico

Desde los planteos relacionales que presenta la sociología, se puede afirmar que las conexiones e intercambios en plataformas digitales, identificadas popularmente con diferentes versiones de la web, no supone que estamos cada vez más conectados en red y a la red, sino que ésta se vuelve un modo de estructurar una forma inédita de estar con otros, y produce una “socialidad conectada”, que plantea una coevolución de las tecnologías y los usuarios. Explica Van Dijck [2] en este sentido, que la conectividad no tardó en evolucionar hasta volverse un recurso valioso, en la medida en que los ingenieros encontraron métodos de codificar toda esa información en algoritmos que contribuyeron a moldear una forma particular de socialidad online, al punto tal de convertirla además en un bien redituable en los mercados electrónicos, alimentado un mercado global de medios sociales y contenido generado por los usuarios. Un muy valioso mecanismo de *comoditizar relaciones*, que permite transformar conexiones en relaciones en conectividad por medio de tecnologías, en las que claramente los peces más gordos del ecosistema de medios conectivos, despliegan sus recursos en una lógica de mercado de plataformas digitales, que encuentra pocos e insuficientes límites en las clásicas estructuras de los Estados y organizaciones políticas.

El término plataforma tiene una riqueza semántica que ha contribuido a posicionarlo como un concepto computacional y arquitectónico, en la medida en que a su significado se le puede atribuir un sentido figurativo, sociocultural y político. Los sitios de medios sociales son plataformas “no necesariamente porque permitan que se escriba o corra un código, sino porque brindan una oportunidad de comunicarse, interactuar o vender [9]. Las plataformas no son cosas; permiten que pasen cosas, según Gillespie, pues además, a diferencia de términos como “conductor”, “red”, “proveedor” o “distribuidor”, la palabra “plataforma” evita la idea de neutralidad.

Desde el plano teórico, con un fuerte sustento empírico, contribuye en la construcción teórica la llamada teoría del actor-red, desarrollada por Bruno Latour, Michel Callon y John Law. Esta sostiene que es posible considerar a las plataformas como ensambles sociotécnicos e ingraestructuras performativas. Es así, que teniendo en cuenta las críticas a estas ideas, es importante considerar que ésta no examina “lo social” como tal, sino que intenta establecer las relaciones entre las tecnologías y las personas y explicar de qué manera estas relaciones son materiales y semióticas.

En la misma línea, es necesario recuperar los desarrollos analíticos de la sociología de la tecnología, dándole forma a problemas tales como: si las tecnologías son construcciones sociales, interconectadas en un altísimo grado de complejidad, constitutivas de las sociedades humanas ¿no sería pertinente prestar atención sobre los procesos de cambio tecnológico y social? O, en otro plano también expresan Thomas et al. [10], si uno de nuestros principales problemas sociales y económicos se vincula claramente a un déficit de desarrollo organizacional y productivo, ¿no sería prudente focalizar nuestra atención en las múltiples formas de generar, utilizar y seleccionar nuestra dotación tecnológica local?

2.1 El ámbito del análisis socio-jurídico. La ubicuidad. La reticularidad. La convergencia.

Los aportes conceptuales que desarrolla la sociología jurídica, permiten brindar un marco teórico que conectar los fenómenos sociales con los fenómenos jurídicos, pudiendo entender las relaciones y tensiones entre ambos. En tal sentido, considerando que los fenómenos sociales se componen también de los fenómenos tecnológicos, algunos de los efectos que mayor impacto han causado las TIC en general sobre los fenómenos jurídicos son la ubicuidad, la reticularidad y la convergencia. Estos claro está, no son los únicos, pero puede válidamente pueden pensarse como soporte actual de otros efectos como la inmediatez e instantaneidad, la interdependencia, cierta concentración de poder y dependencia tecnológica, entre otros.

En términos jurídicos, estos conceptos justifican la referencia a la idea de impacto, pues claramente resulta el efecto de la fuerza que las TIC aplican directamente a derecho y muchas de las capacidades de brindar solución, o al menos respuestas firmes, a hechos y actos jurídicos más elementales en términos tradicionales [11].

La ubicuidad, esa capacidad y posibilidad de cualquier agente de conectarse con cualquier otro también conectado a la red, desde cualquier punto geográfico y/o satelital en que estos se encuentren. Esto tensiona y rompe muchas de las certezas que la idea de jurisdicción determina en el razonamiento jurídico positivo. Así se resiente la capacidad del derecho en abordar fenómenos que se generan en el ámbito de la economía y la política. Nuevos modelos de negocios, fruto de la innovación tecnológica y el proceso de apropiación social, van presentando un escenario realmente desafiantes a juristas y científicos sociales⁵.

La reticularidad está en la lógica misma de las relaciones que se pueden establecer entre los agentes. No obstante lo cual, esta reticularidad es diversa y depende del tipo, nivel y estructura de red que se construya (centralizada, descentralizado o dispersa). La matriz interconectada desde y por diversos puntos limitan las lógicas lineales y causalidades simples, presentando una multicausalidad y efectos expansivos en diferentes direcciones.

Por su parte, la convergencia tecnológica, cada vez más presente en la realidad del ecosistema de medios conectivos, centra una gran multiplicidad de desarrollos tecnológicos en relativamente pocos elementos que se articulan en actos, actores y artefactos comunes.

3 Conclusiones y trabajos futuros

Este pequeño aporte presenta algunas ideas que permitan integrar en el análisis jurídico de los sitios de redes sociales, las ideas, conceptos, categorías y relaciones que brinda la sociología, y en particular dos de sus vertientes, la sociología de la

⁵ Entre estos efectos puede señalarse el caso de la llamada “economía de plataforma”, en general, así como las empresas multidelivery en particular.

tecnología y la sociología jurídica. En esta línea, al esquema de estudios que se propuso en aportes anteriores que convine los planos socio-culturales, económicos y tecnológicos, emerge la necesidad de un plano político que permita dar cuenta de la importancia de considerar en el análisis jurídico, las relaciones y explicaciones que provienen del campo político.

En este sentido, el presente constituye una aproximación que se enmarca en profundizar estos planteos, a partir de los nuevos y permanente fenómenos socio-tecnológicos. En futuros trabajos, próximos a foros científicos del ámbito sociojurídicos, se presentarán resultados de una investigación más profunda que convine el análisis de campo con las teorías que la interdisciplina permiten alcanzar.

Referencias

- [1] De Certeau, Michel. "La Invención de lo Cotidiano I. Artes de hacer" Nueva edición, establecida y presentada por Luce Giard, Trad. Alejandro Pescador y "La Invención de Lo Cotidiano II. Habitar cocinar" Ed. Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). México (1984)
- [2] van Dijck, José "La Cultura de la Conectividad. Una historia crítica de las redes sociales" (2013). Trad. Hugo Salas. Ed. Siglo XXI. Argentina (2015:22)
- [3] Lezcano, José M. "Las redes sociales en Internet. Herramientas para la comprensión de un fenómeno en progreso". XI Congreso Nacional y I Latinoamericano de Sociología Jurídica. Buenos Aires, Argentina (octubre/2010). Actas.
- [4] Gerlero, Mario; Lezcano, Jose M.; Liceda, Ernesto (Comp.): "Redes Sociales y Derechos: Aportes desde el Campo Jurídico a las Problemáticas de la Privacidad y la Intimidad". Ed. Visión Jurídica. Argentina (2019)
- [5] López Abellán, Mónica: "Twitter como instrumento de comunicación política en campaña: Elecciones Generales 2011" Cuadernos de Gestión de Información. (2012) p.69-p.84. ISSN 2253-8429 Disponible en <https://revistas.um.es/gesinfo/article/view/207651> (último acceso 1/07/2019);
- [6] Castro Martínez, Leyvi. El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. Norteamérica. 2012, vol.7, n.1, pp.209-222. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35502012000100008&lng=es&nrm=iso. ISSN 2448-7228. (último acceso 1/07/2019)
- [7] Wilson Gomes, Breno Fernandes, Lucas Reis e Tarcizio Silva. "La Campaña Online de Barack Obama en 2008". Traducido por: Fabio André Guterres Ludwig. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/303637965_LA_CAMPANA_ONLINE_DE_BARACK_OBAMA_EN_2008 (último acceso 1/07/2019)
- [8] Candón Mena, José "Internet en Movimiento: Nuevos Movimiento Sociales y Nuevos Medios en la Sociedad de la Información". Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Sociología (2011) Disponible en <https://eprints.ucm.es/12085/> (último acceso 1/07/2019)
- [9] Gillespie, Tarleton "The politics of platforms". New Media and Society, 12 (3): 347-364 (2010) Disponible en <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444809342738>
- [10] Thomas, Hernan, Buch, Alfonso "Actos, Actores y Artefactos. Sociología de la Tecnología" Universidad Nacional de Quilmes, Argentina (2013)
- [11] Cohen, Julie "Configuring the Networked Self: Law, Code and Play of Everyday Practice". Yale University Press. USA (2012)