



El bloguero Marco Sifuentes afirma que todos vivimos empapados dentro del universo de internet.

“Internet potencia todo: lo bueno y lo malo”

UNA ENTREVISTA A MARCO SIFUENTES POR ABELARDO SÁNCHEZ LEÓN

Qué uso le dan los políticos a las nuevas tecnologías de comunicación?

A estas alturas, todo presidenciable está “usando” internet porque tienen la idea de que usarlo es sacar una cuenta en Twitter, otra en Youtube o en Facebook, y pagarle a alguien para que maneje esas cuentas. Algunos se compran el rollo de que tienen que usar Hi-5 porque es el más C-D, y viven felices con eso. Hay muy pocos que realmente las usan, y menos aún que entiendan de qué se trata y que les dé réditos políticos.

¿En qué consiste “entender”?

Hay una frase del *New York Magazine* que dice que internet es la brecha generacional más grande desde el *rock and roll*. Así como los papás de los chicos de antes no entendían lo que era esa bulla, a una persona que nació con máquinas de escribir, entender la inmediatez del Twitter, la horizontalidad que se establece, los comentarios de los blogs, el *feedback* del Facebook, todo eso es un cambio mental de esquema de cómo se ve el universo y la sociedad, bien complicado de acceder para una persona que entra por moda. Entra porque está el ejemplo de Obama. Le han metido el cuento de que Obama ganó porque usó internet.

¿Crees que los políticos tienen algún temor frente a estos medios porque la crítica puede ser incontrolable?

No sé si tienen miedo, pero sí la cosa se sale de control. Un caso concreto fue el de la congresista Rosario Sasieta; cuando

le cayó la denuncia de la lavapiés, le llovieron insultos en Twitter. Otro caso es el de Carlos Raffo, que todos los días se tiene que pelear con alguien. Tanto así que alguna gente de Twitter le creó una página web falsa, *carlosraffo.com*, y se hacían pasar por él y lo dejaban como un delincuente. A lo que voy es que es un uso ni siquiera intuitivo sino de la herramienta, pero a un nivel como si yo usara un martillo no para clavar un clavo sino para pegarle a alguien. Hay que entender varias cosas. Para empezar, el famoso fenómeno Obama. Obama no gana las elecciones porque usa internet. Hay muchos otros factores que el público de *Quehacer* fácilmente conoce, que explican su triunfo. Internet es uno de esos. Pero no internet en sí mismo, porque sería decir el Espíritu Santo. O sea, un uso de internet que tenía que ver con dos cosas: la primera, más efectiva e inaplicable en el Perú, que fue para reunir fondos. Los candidatos en Estados Unidos sufren para conseguir fondos y tienen que hacer estos *rallies* y perder bastante del tiempo que podrían usar en campaña en ir a sitios donde su voto ya es cautivo y conseguir dinero. Lo que hizo Obama fue conseguir el dinero desde internet. Le ahorró un montón de tiempo y consiguió mucho más dinero que McCain, y tuvo una campaña mucho más poderosa en medios tradicionales. La campaña de Obama usó internet, pero el dinero que recolectó por ese medio lo usó para medios tradicionales como la televisión. El otro aspecto es que enganchó con

algo que ya existía en la realidad, que es el sentimiento de cambio. Tenía gente que ya estaba convencida de que iba a cambiar la historia de Norteamérica y volverlos la gran nación que ellos creen que son. Lo que creó fue una suerte de red social: my.barackobama.com. Era una especie de jueguito en el que la gente acumulaba puntos. Si, por ejemplo, conseguías que alguien se hiciera tu amigo en esa red social y si tú donabas cien dólares, a mí me daban cien puntos. Si yo tenía tres mil puntos, tenía acceso a, por ejemplo, mensajes de texto directamente de Obama. Mucha gente que se metió a esa red social empezó a acumular puntos consiguiendo adeptos o donadores para la campaña, y le llegó un mensaje de texto de Obama cuando decidió que su vicepresidente iba a ser Biden. Antes de anunciárselo a los medios, Obama se lo dijo directamente a su gente de campaña, sus proselitistas digitales. Ellos no se veían a sí mismos como proselitistas ni había un rollo ideológico, sino que casi estaban jugando, pero para ellos su premio era tener acceso a muchos sitios de la red social con privilegios que no tenían los demás que no habían conseguido más puntos. El más simbólico era un mensaje de texto de Obama con la primicia del nombre del vicepresidente.

Es todo un engranaje muy bien pensado y articulado con medios tradicionales. No tiene absolutamente nada que ver con lo que hace Carlos Raffo en Twitter. Es otro uso, que además es desdeologizado y hasta despolitizado de internet. Efectivamente, enganchaba con una sensación de cambio y con una frustración de la era Bush, pero sin ideología. Antanas Mockus en Colombia también tiene una estrategia, aunque no tan sofisticada como la de Obama, pero básicamente enganchada

con internet. Usa actores de televisión, que son sus voceros, y hace videos para Youtube.

En el caso de Cuba, el blog de Yoani Sánchez y los de otros ¿por qué significan una amenaza dentro de la óptica más dinosaurica de los hermanos Castro?

De hecho hay una amenaza, tanto que *Granma* se ocupa no solo de Yoani sino de seis o siete bloggers activistas, aunque deben ser unos treinta, pero Yoani es la vocera.

***Granma* es lo más antiguo que puede haber.**

Y aun así se ocupan de este blog que dentro de la isla nadie puede leer.

¿Por qué?

Hay varios motivos. Uno porque no hay tantas computadoras. Dos, porque así como hay dos monedas en Cuba, hay dos internet. Uno para el pueblo cubano, muy controlado, en bibliotecas y escuelas, y otro para los turistas. Lo que hace Yoani es disfrazarse de turista, se pone una peluca, se va al *lobby* de un hotel y envía su columna.

¿Es contradictorio que un gobierno revolucionario, de izquierda, esté peleado con estas ideologías?

No, porque gobiernos como los de China o Cuba pretenden este monopolio de la información que no existe en internet. China ha gastado ochocientos millones de dólares en un programa que unos llaman la nueva muralla china, la muralla digital, para aislar a los chinos del resto del mundo.

Internet se puede censurar, no es una fuerza que va más allá de los poderes locales.

Castells tiene una frase muy inteligente, que es que internet fue diseñado para interpretar la censura como un error del

sistema. Si la información encuentra un escollo, internet está diseñado para que esa información encuentre un desvío y siga adelante. Pero hay formas de crear una muralla, aunque no es barato ni sencillo. China gasta ochocientos millones de dólares y tiene cuarenta mil personas que

sino también por el uso del Gmail, el lado más poderoso pero menos *fashion*, menos controlable de internet. Hackers chinos entraron al servidor de Gmail chino en un intento por acceder a las cuentas de activistas de derechos humanos. En internet se mezclan aspectos técnicos con



Obama, el rey de las redes sociales de internet, recurre al susurro boca a boca cuando está con Michelle, su esposa.

trabajan para el Ministerio del Interior asignadas a monitorear a los usuarios de internet. En China puedes escribir en un blog, pero no puedes *linkear* ni citar nada que no sea un órgano oficial chino. Si *linkeas* al *New York Times* o *Le Monde*, puedes ir preso. El problema con Google no solo era que censuraba las búsquedas

libertad de expresión, de manejo político, de derechos. Es un territorio donde tienes que saber un poco de todo porque te puede pasar lo que les pasa a los políticos peruanos, que no saben mucho de nada y usan internet básicamente para ganarse enemigos. No hay página de un político peruano en Facebook que no tenga gente

que se hace su fan para insultarlo. Como a Keiko Fujimori. Tiene fans que la insultan. Eso no sucedería en un mitin.

Hay más pérdidas que ganancias.

Para los peruanos sí, mientras no sepan en dónde se están moviendo ni tengan una estrategia. Al final, y esto es parte de por qué no entienden internet, cualquier político peruano sabe que si se va a lanzar a una campaña tiene que tener una mínima estrategia de imagen. Si entran a la televisión tienen que venderse así y tener una idea para comunicar, tener música. Cuando entran en internet no hacen nada de eso. Como es un medio más, en internet tienes que tener una estrategia de comunicación y saber qué vas a decir.

Herramientas.

Las herramientas son lo de menos. Un blog es una página web para tontos, es la forma más fácil de tener una página web. O, visto desde el lado periodístico, la manera de tener una columna de opinión en la que puedes tener comentarios del público. Para mí, lo más interesante de un blog es que puedes hacer un *post* o una columna y remitir a tu lector a una fuente a través de un *link*. Yo digo “en el 2006 se exportó más cobre que nunca” y no tengo que poner las cifras, ni siquiera la fuente, hago el *link*, digamos, al Ministerio de Energía, y ya está. O si digo que Álex Kouri se reunió con Montesinos, no tengo que explicar cuándo, cómo ni dónde, puedo poner el video de Youtube o puedo poner el *link*. Puedo escribir muy corto pero ofrecer una información muy profunda, y los *links* pueden permitir al lector explorar esa información.

El Twitter era una herramienta muy zozca que empezó como una banalidad:

decirle a tus amigos qué estás haciendo. Y se ha convertido en una especie de herramienta de información en tiempo real muy poderosa. En 140 caracteres puedes decir lo que sea y desde donde sea porque no está amarrado necesariamente a una página web ni a una computadora, porque funciona en los celulares. En las protestas en Irán, por ejemplo, la gente tomaba una foto y la mandaba al Twitter. Lo más interesante del Twitter es que fue la gente la que lo construyó. Como una plataforma de *software* abierto donde cualquiera podía meter la mano y adaptarla y ponerle aplicativos, anexos, se fue construyendo entre todos y se creó un lenguaje propio, como el re-twit.

La otra es Facebook y en general las redes sociales. Son sitios donde uno socializa, transmite información a sus amigos. Keiko Fujimori está utilizando Facebook de la forma más inteligente entre todos los políticos. Susana Villarán o Carlos Bruce son bien activos en Facebook y lo usan para dar discursos políticos. Y la gente que está conectada mira esto en medio de fotos de hijos, de cumpleaños. Hay un ruido ahí. No es lo que tú estás esperando en Facebook. Es como si estuvieras en medio de una fiesta y viene alguien a hablar de Cuba. Los políticos te generan un ruido en Facebook. Lo que hace Keiko, inteligentemente, es que pone fotos de sus hijitos. Y tiene comentarios de cientos de personas que le dicen qué lindo tu hijito. Yo dudo que sea una estrategia. Creo que su nivel encaja con el nivel del Facebook.

Ojo que Facebook puede ser una herramienta política. Cuando pasó lo de Bagua todo el *timeline* de Facebook era gente furiosa por el baguazo, pero eso excede lo político y entra en el campo del sentimiento

de indignación general. Pero no es un trabajo ideológico, ni un manifiesto, ni la expresión de una posición.

Para volver a la parte inicial, la generacional, ¿por qué los mayores no lo hacen bien, no lo hacen o no se acostumbran? ¿Qué tiene de particular que los jóvenes ya lo han hecho suyo?

Para empezar, la horizontalidad. Todos son iguales, todos están a un mismo nivel. Hay muy poca gente dispuesta a escuchar en internet, hay mucha soberbia. Nadie puede venir a decirte cómo son las cosas. Luego, la inmediatez. Hay una generación acostumbrada, por los videojuegos, a reaccionar mucho más rápido ante una pantalla, ante la coordinación ojo-mano. El *twitteo* es la expresión máxima de eso. Eres capaz de elaborar discursos de 140 caracteres. Cuando una persona mayor quiere exponer su argumento, plantear su hipótesis, se acaba el espacio en el Twitter. Otra cosa muy importante es la sensación de que todo es de todos. La música me la puedo bajar porque está ahí. Puedo usar esta fotografía en mi blog porque está ahí. Los derechos son de la otra persona que tomó la fotografía y que compuso esa canción, pero no tengo que pagar nada porque por algo está en internet. Hay esta lógica que de ahí al plagio hay un paso. Hay gente que no establece la línea entre los derechos morales y los derechos patrimoniales.

¿Cuántas horas puede estar un alumno conectado al Twitter, al Facebook, al blog?

Llega un punto en que esa pregunta no tiene sentido porque entra a clases, pero está en internet, se sube a la combi, pero prende el celular, el iPhone o el Blackberry

y ve sus mensajes en Twitter o las páginas web. Ya se está trabajando en el internet de las cosas. En la refrigeradora también vas a tener internet porque has programado la computadora para que tenga tal cantidad de leche, y la refrigeradora te avisa que se te está acabando la leche y por qué no la compras aquí, entras a la tienda y compras con un click. Eso no es ciencia ficción, va a suceder mañana. Hay mucha gente que plantea que internet sea un derecho esencial. Y no solo eso, sino que cada niño debería tener derecho mínimo a un gigabyte de acceso a internet.

Un ejemplo en chico de lo que ocurre en Cuba o China, sucede acá. Si tú instalas Skype en tu iPhone para hablar gratis sin usar la señal de Claro, y eso está en el contrato, esta empresa se reserva el derecho de cortarte la señal. Eso atenta contra la neutralidad de la red. De hecho, esa fue una de las banderas de Obama: la neutralidad de la red. Y ahora hay una gran pelea en el Congreso norteamericano porque las proveedoras de internet (AT&T y otras) están presionando porque dicen que el gobierno se está metiendo en sus predios. Y eso tiene que ver mucho con la libertad de expresión. Ahora estamos viviendo una era dorada de internet, una era libre. Y hay muchas presiones de gobiernos comunistas como China y de empresas capitalistas occidentales para controlar internet.

Al Qaeda también utiliza el internet.

Y sin ir muy lejos, acá lo poco que queda de Sendero Luminoso y del MRTA tienen cuentas en Youtube, en Facebook. Se las cierran pero no importa, tienen blogs, páginas web. Internet potencia todo: lo bueno y lo malo. ■