

Taller de Datos - Trabajo Final

Desnudando el algoritmo de *Instagram*

#NoSexualicemosALasNiñas

#NiñasNoMujeres



Grupo 7 conformado por @ayedioli, @lucia_miu91 y @luxiocano, estudiantes de la @carreradecomunicacionuba

Comisión Nro. 21 @pordefault de Julio Alonso, Giambartolomei, Ramos y Huberman - lunes de 17 a 19 hs

#NuestraPropuesta

El trabajo propone analizar las políticas y condiciones de uso de la red social Instagram, sus aciertos y desaciertos. En particular el por qué de la censura a los pezones de las niñas y NO de los niños. Al decir niñas/niños nos referimos a pequeños de 3 a 10 años aprox. Varios usuarios de la plataforma han denunciado que la misma les ha borrado fotos de sus hijas pequeñas con torsos desnudos.

De esta manera, es la misma red social la que sexualiza a las niñas, ya que a esa temprana edad, no hay diferencia entre los pezones de ambos sexos. Basadas en experiencias anteriores, partimos de la hipótesis de que es la misma red social la que censura las fotografías basadas en sus propios algoritmos, por default. Haremos el trabajo de campo e investigación necesarias para corroborar o refutar esta hipótesis.

De esta manera, el trabajo apunta a ser una campaña de denuncia, de desexualización / deserotización de los pezones de las niñas pequeñas en Instagram.

Realizaremos una campaña gráfica, un flyer que será publicado en distintas redes sociales (sobre todo en Instagram), que será acompañado con los hashtags #NoSexualicemosALasNiñas y #NiñasNoMujeres. El mismo tendrá una imagen que será mitad niño y mitad niña con el torso desnudo, con el objetivo de demostrar que NO hay diferencia entre ellos, y de esta manera mostrar el carácter patriarcal de la red social.

Esta última se ve relacionada con el pensamiento de Morozov de que cada sociedad “presenta diferentes modos de gobernanza e historias distintas. No se puede pensar que los comportamientos de los usuarios en internet sean en todos lados iguales. No es el mismo internet”. Los países tienen posiciones diversas con respecto a la libertad de expresión en Facebook.

Por otro lado, Steven Johnson plantea internet como una red descentralizada, desjerarquizada y horizontal, pero no hay que perder de vista que esa red, esa interfaz sobre la que los usuarios creen tener control y poder de decisión, “propone al usuario una gramática de interacción, un conjunto de reglas...una manera de hacer...” (Scolari), o como plantea Morozov, que Internet también es base de datos, algoritmos, macrodatos.

#Objetivo

De esta manera, nuestra meta y desafío es desenmascarar y denunciar la sexualización que sufren las niñas pequeñas en Instagram. También la discriminación que éstas reciben y no los

niños de su misma edad, ya que ellas son censuradas y ellos no. Mostrar que Instagram es una plataforma binaria.

#Desarrollo y #Metodología

Entonces, queremos desarrollar una campaña de denuncia, que desenmascare el algoritmo de Instagram. Tendrá lugar en redes sociales, sobre todo en Instagram, y dará conocimiento sobre el funcionamiento de la plataforma y cómo ésta sexualiza los pezones de las niñas. Ya que éstos son censurados y no lo de los niños.

Vamos a mostrar distintas capturas de pantalla que demuestren nuestro punto. Notificaciones de Instagram avisando que la publicación del usuario ha sido eliminada por romper con los términos y condiciones de la misma. Comentarios de usuarios indignados por la situación, etc.

#ReflexionesSobreElObjetoYDispositivoAConstruir

Nuestro trabajo busca tanto concientizar sobre el carácter binario de Instagram, como mejorar el funcionamiento del mismo. Hacer que los usuarios estén al tanto de las reglas y condiciones que la red que usan constantemente les impone. Que no es transparente, que hay algo/alguien atrás que les permite o no permite publicar ciertas cosas. Al mismo tiempo hacer que se pregunten el por qué de estas leyes y cuestionarlas. Mejorar el uso que se le da a la red social.

La idea central de nuestra propuesta es la binariedad de Instagram, la que hace diferencia en pezones de niños y niñas, cuando en la infancia no la hay. De esta manera, censurando los pezones de niñas pequeñas, las sexualizan.

De esta manera, tomamos los estudios e investigaciones de autores vistos durante la cursada para avanzar en nuestro trabajo. Tal como plantea Srnicek en Capitalismo de plataformas, "También deberíamos ser cautelosos con pensar que la recopilación y el análisis de datos no tienen complicaciones o son procesos automatizados. La mayor parte de los datos precisa limpieza y se la deben organizar en formatos estandarizados para que sean utilizables. Del mismo modo, generar los algoritmos apropiados puede implicar ingresar manualmente secuencias de aprendizaje en un sistema. En conjunto, esto significa que la recopilación de datos al día de hoy depende de una vasta infraestructura para detectar, grabar y analizar, Dicho de manera más simple, deberíamos considerar que los datos son la materia prima que debe ser extraída, y las actividades de los usuarios, la fuente natural de esta materia

prima. Al igual que el petróleo, los datos son una material que se extrae, se refina y se usa de distintas maneras. Mientras más datos uno tiene, más usos les puede dar” (Srnicek,2018,42). Aquí se plantea que Instagram, al igual que otras plataformas, se vuelven más valiosas, más robustas, más precisas, a medida que aumenta su cantidad de usuaries (lo que ocurre a través de las subversiones cruzadas para captar usuarios: plataformas que simulan ser gratuitas, pero a cambio los usuaries entregan cantidad de datos). Entonces, las mismas crean sus algoritmos en base a los propios datos que los usuaries van ingresando, sus gustos, lo que quieren ver y lo que no. Sin embargo, mientras más preciso y útil se vuelve el algoritmo de la plataforma, tiende a monopolizar. Esto se relaciona con los algoritmos que Instagram desarrolló para en teoría cuidar a sus usuarios y para que haya una convivencia “sana” en la red. Sin embargo, los mismos están rodeados de polémica ya que hacen diferencias injustas y sin sentido al tiempo de censurar por la posible opinión de algunos usuaries y muchas veces no corroboran la información cuando reciben una denuncia de un usuarie para posteriormente actuar al respecto.

La precisión de los algoritmos, la tendencia a la homogeneización en las plataformas, también fue advertido por Eli Pariser en su libro “El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos” publicado en el año 2017 y también en su charla TED en 2011. Los filtros burbujas, un espacio personalizado, que funciona con filtros algorítmicos según lo que cada usuarie cliquee o busque, muestran problemas: el usuarie está solo en la burbuja, no discute con nadie por ende se hace difícil ver más allá y se pierde la posibilidad de aprendizaje (se crea la comunidad de eco), no es democrático ya que no tiene realmente el poder de decisión, y son transparentes, ya que no vemos que es lo que deja afuera de nuestra propia burbuja personalizada. Este problema de la transparencia ya había sido planteado por Carlos Scolari, en Las Leyes de la Interfaz, donde retoma a Frank Pasquale para plantear que “detrás de objetivos muy loables como diseñar una interfaz amigable y limpia (“transparente”) o crear una buena experiencia de usuario, se esconde una misteriosa caja negra que solo nos deja ver los inputs/outputs de un sistema y nos oculta los procesos algorítmicos de su interior”, (Carlos A. Scolari, p34, 2018). De esta forma, por más que los usuaries creen que están teniendo una experiencia “libre” en redes sociales (“gratuitas”), eso no es así, ya que siempre está presente el diseñador de la interfaz, sus puntos de vista, y de alguna manera, su ideología. Lo que el diseñador crea es mejor para que los usuaries de instagram tengan una experiencia agradable, lo que el diseñador crea que debe o no debe ser censurado, lo que el diseñador crea que corresponde o no ser publicado en la red social. “La interfaz nunca es neutral o transparente. La interacción está lejos de ser una actividad neutral: es un juego interpretativo que comparte muchas características con otros procesos de significación como leer un libro o ver una película. [...] Cuando todo funciona bien, la interfaz parecerá transparente para el usuario. Sin embargo, incluso en este caso hay un intercambio entre usuario, interfaz y diseñador”, (Scolari, p35 y 36, 2018). Por esta razón, el usuarie nunca es libre de publicar lo que desee, ya que esa “libertad” está sujeta a las condiciones de alguien más.

En lo respectivo a la aceptación de las normas de uso de Instagram por parte del usuario Scolari plantea que “Cada interfaz presenta una propuesta de interacción que el usuario puede aceptar o no. Si la acepta, establecerá un contrato de interacción con el artefacto con el cual desea interactuar y entrará en el mundo de esa interfaz. Al «firmar» el contrato de interacción se produce un efecto muy parecido a la suspensión de la incredulidad de Coleridge: el usuario acepta las leyes del juego, participa en el intercambio interpretativo e interactúa con la interfaz. Cuando el usuario ha establecido un contrato de interacción el diseñador debe honrarlo. ¿Cómo? Respetando los códigos de interacción y evitando las sorpresas. Cuando interactuamos con una tecnología odiamos las sorpresas. Todo debe fluir de la manera más tranquila posible”.(Scolari, 2017,37)

En cuanto a las imágenes que Instagram censura se puede plantear en palabras de Scolari que “No sólo los diseñadores pueden romper un contrato de interacción. A menudo los usuarios no hacen con la interfaz lo que los diseñadores esperan que hagan (quinta ley). En estos casos, los usuarios sobreinterpretan la interfaz y la usan a su manera, llegando incluso a rediseñarla en función de sus intereses. De esta forma, los usuarios frustran el deseo de los diseñadores, los cuales intentan dominar a distancia un proceso que está condenado a escapar de su control”. (Scolari, 2017,38). Los usuarios rompen con estas reglas, rompen el contrato que “firmaron”, y como respuesta son sancionados de alguna manera (fotos censuradas, cuentas bloqueadas).

Algo en lo que coinciden autores como Carr y Lanier es que los algoritmos de las empresas de internet, en nuestro caso Instagram, son desarrollados por personas, no por máquinas, personas con determinados prejuicios impuestos en dichas redes con determinados fines bajo el nombre de “normativas de uso”, algunos de los cuales implican la prohibición de imágenes de desnudos tanto de adultos, como de menores, así como de índole sexual. Dichos algoritmos o mejor dichos prejuicios vueltos algoritmos no pueden ser juzgados ligeramente y sin un análisis profundo, no puede ponerse de un sólo lado de la balanza ya que como plantea Morozov, Internet no es ni buena ni mala. También, como explica Eli Pariser en su charla TED del año 2011, si bien estos algoritmos son creados por personas, no es lo mismo a que sean las mismas personas las que se encargan de supervisar el contenido (los “editores”), ya que a los algoritmos de internet le falta ese componente y principio ético que sí tenían los anteriores. En relación a esto último, Lanier explica que “Compañías como Facebook, Google y Twitter están intentando por fin arreglar algunos de los enormes problemas que han creado, aunque muy poco a poco. Las empresas están cambiando sus políticas, contratando a personas para supervisar lo que sucede y a científicos de datos para desarrollar algoritmos que eviten los peores errores. El antiguo lema de Facebook era «Muévete rápido y rompe cosas» [6] , y ahora están ideando lemas mejores y recogiendo unos cuantos de los pedazos de un mundo roto

para volverlos a pegar. Este libro sostiene que lo que hagan las compañías por sí solas no bastará para recomponer el mundo (Lanier, 2018,11).

Pero para no caer en habladurías le permitiremos a los autores hablar con su propia voz: Jaron Lanier plantea en Diez razones para dejar las redes sociales que “Poco a poco, unos ingenieros a los que no vemos nos van hipnotizando con intenciones que desconocemos. Somos animales de laboratorio. Los algoritmos se atiborran de datos sobre nosotros cada segundo”. Agrega que “Todas estas mediciones, y muchas más, se comparan con otras similares sobre la vida de multitud de personas obtenidas mediante espionaje masivo. Los algoritmos establecen correlaciones de lo que hacemos con lo que hacen casi todos los demás. Los algoritmos no nos entienden realmente, pero los datos confieren poder, sobre todo en grandes cantidades” (Lanier, 2018,8) Ahora todo aquel que está presente en las redes sociales recibe estímulos que se ajustan de manera individual y continua, sin descanso, siempre que se use el teléfono móvil. (Lanier, 2018,9).

Nicholas carr agrega en Nuestros algoritmos, nosotros mismos que “las empresas han estado tratando de alterar el comportamiento de las personas desde sus inicios”. A su vez “en la formulación de algoritmos que se ejecutan en las secciones de inicio y otros servicios del medio, se moldea lo que sus miembros, más de mil millones, ven y luego se realiza un seguimiento de sus respuestas. Utiliza los datos resultantes para ajustar aún más sus algoritmos, y el ciclo de experimentos comienza de nuevo. Debido a que los algoritmos son secretos, la gente no tiene idea de qué botones están siendo empujados- ni cuándo ni por qué. Facebook no es la única. Casi todas las compañías de Internet realizan extensos experimentos sobre sus usuarios, tratando de averiguar, entre otras cosas, la forma de aumentar el tiempo que pasan utilizando una aplicación o un sitio, o la probabilidad de que se haga click en un anuncio o enlace”. (Carr, 2015,4) Además, el autor plantea, entre otras cosas, que “las redes sociales y otros agregadores en línea siempre se muestran neutrales y pasivos cuando se trata del procesamiento de la información. El contenido que distribuyen es creado por miembros individuales y su función consta de recopilar la información y organizarla de forma útil”. (Carr, 2015,7).

Agrega que las empresas como Google y Facebook -podríase agregar Instagram- al ser cosas nuevas no entran en los esquemas legales y culturales existentes. Debido al alto caudal de información se la piensa como una máquina y se pasa por alto -peligrosamente- el hecho de que el control es humano. Lo que las computadoras modernas y redes informáticas permiten es automatizar el juicio humano. Los algoritmos son construidos por personas, y reflejan los intereses, prejuicios y defectos de sus creadores. Esto se relaciona con la relación usuario-interfaz-diseñador que plantea Scolari. Una red social media nuestras asociaciones personales y conversaciones. “Debido a que los algoritmos nos imponen los intereses y prejuicios de los demás, tenemos el derecho y la obligación de examinarlos cuidadosamente y,

cuando sea apropiado, regularlos con criterio. Tenemos el derecho y la obligación de entender cómo nosotros, y nuestra información, están siendo manipuladas. Ignorar esa responsabilidad, o eludirla porque plantea problemas difíciles, es otorgar a un pequeño grupo de personas el poder de jugar con nosotros a su antojo”. (Carr, 2015,8) Esto justamente es lo que se intenta en la presente investigación: desnudar el algoritmo.

José Van Dijk plantea en *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales* que “A los principales actores del ecosistema les gusta presentarse como meros conductores del tráfico de datos. Sin embargo el mundo de los medios conectivos no es en absoluto una infraestructura neutral. El abanico de aplicaciones y plug-ins sociales revela una inquietante combinación de competencia y colaboración (Van Dijk, 2016, 162).

Agrega que si bien cada algoritmo supone una inscripción ligeramente distinta de la socialidad y cada interface muestra variantes distintivas, el conjunto de las tecnologías que estructuran las plataformas funciona sobre normas sociales y lógicas culturales similares. La mayoría de las plataformas son compatibles porque sostienen los mismos valores o principios: popularidad, orden jerárquico, neutralidad, crecimiento rápido, grandes volúmenes de tráfico y ganancias rápidas”. (Van Dijk, 2016, 164).

“Un tipo fundamental comprende los denominados “sitios de red social” (o SNS, por sus iniciales en inglés: social networking sites). Estos sitios priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débiles. Entre los ejemplos de este tipo se cuentan Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ y Foursquare.” (Van Dijk, 2016, 14)

#NuestroDispositivo

Nuestro “dispositivo” en cuestión es digital. El producto final es un banner web, que será publicado en Instagram. El mismo se basa en una imagen mitad niña mitad niño, con el propósito de demostrar que no hay diferencias en sus torsos, entonces la censura en las niñas no tiene sentido.

La interfaz permitirá que los usuarios de distintas plataformas donde se publique le pongan me gusta, lo compartan y comenten. También pueden publicar sus propias fotos similares y acompañarlas con el Hashtag #Niñasnomujeres, para de esta manera viralizar y alarmar a los usuarios de la problemática.

La campaña no tiene duración ya que durará todo el tiempo que los usuarios continúen compartiendo sus fotos con el hashtag, denunciando y concientizando.

#BitácoraDeInvestigación

Con la intención de confirmar o refutar nuestra hipótesis de que Instagram sexualiza a las niñas ya que censura las fotos en las que figuran con el torso descubierto y no la de los niños, nos basamos en experiencias anteriores de usuarias a las que la plataforma les borró fotos que de esta índole, se llevó a cabo un experimento en dicha red social que constó de varias instancias.

En primer lugar, se creó una cuenta anclada a un número de celular que poseía otras cuentas de distintos fines (personal, laboral, etc). En primera instancia se denominó a esa cuenta @Tallerdedatos y se publicaron 3 fotos de niñas sin remera y 1 de un niño. Al no suceder nada, una semana después se procedió a cambiar el nombre de usuario por el de la campaña (@ninasnomujeres), se denunció una de las fotografías y se aguardó otra semana en la cual al intentar ingresar a la cuenta figuraba un cartel que informaba que la cuenta había sido cerrada "por contenido que no coincide con las normas" de la red social y daba la opción de apelar mediante un botón. Al presionarlo redireccionó a otra área en la que informaba el tipo de contenido prohibido y que posiblemente estuviera relacionado a la publicación y planteaba que si era un error, era posible avisar. Esto último se intentó varias veces y la respuesta obtenida fue "disculpe en este momento no podemos procesar su solicitud". Posteriormente se descubrió que también habían bloqueado las otras cuentas (las ancladas al mismo número).

Como consecuencia procedimos a crear dos cuentas más: una para la campaña llamada desexualicemosalasnenas y la otra con fines experimentales respecto del algoritmo de censura

llamada nosexualicemosalasnenas, ambas cuentas creadas desde sus propias cuentas de Gmail creadas para el experimento y para evitar que suceda lo mencionado anteriormente.

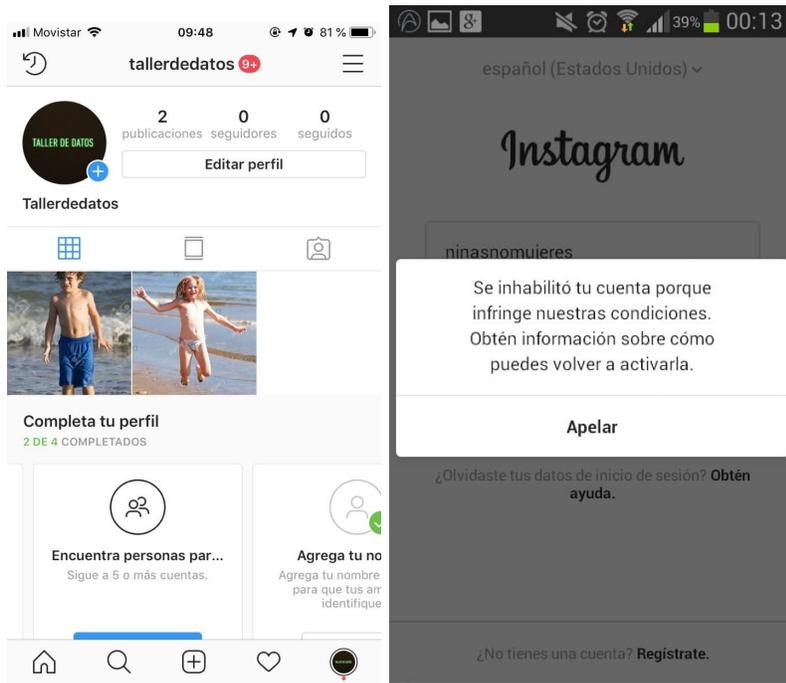
Mediante la cuenta nosexualicemosalasnenas se hizo una serie de posts uno de ellos contenía la pregunta escrita una palabra en cada foto a modo de juego irónico ¿Cuál de (tú no) éstas fotos censurará Instagram? Dicha pregunta al igual que otras frases fueron publicadas debido a que además de experimentar con el algoritmo se pretendió tener una justificación para con el posible seguidor de la campaña quien ignora el fin real. Entre las fotografías publicadas puede dividirse en dos secciones, las censuradas y las que no sucedió nada. Entre las censuradas y por supuesto eliminadas al instante por Instagram se encuentran: mujeres en topless (que debió desenfocarse para poder volver a publicarla) y; un seno (recortado de una foto de una legisladora que lo mostró para una campaña).

Al momento de eliminarlas la red mostraba un cartel en el que entre otras cosas informaba que no podían publicarse fotos de índole sexual, desnudos, ¿senos?, y niños desnudos. Las que nada sucedió fueron: niñas y niños sin remera; perros; hombres sin remera; un hombre con ginecomastia; niñas vestidas como adultas; mujeres en topless con sus pechos desenfocados; un seno cuya foto tenía marca de agua; pezones; y el pecho de un chimpancé.

Lo que observamos es que Instagram sólo censura los pechos femeninos desarrollados; además sus condiciones o normas de uso son contradictorias ya que si bien se prohíben fotos de niños desnudos dichas fotos no son censuradas a menos que se las denuncie. Por otra parte las fotos de hombres sin remera no son censuradas como sí lo son las de las mujeres consideradas de índole sexual. Si se compara por ejemplo una foto de un hombre con ginecomastia que hace mediante esta una campaña de concientización respecto de la enfermedad nada sucede; pero si una mujer se saca la misma foto pero para concientizar sobre el cáncer de mama esta es censurada.

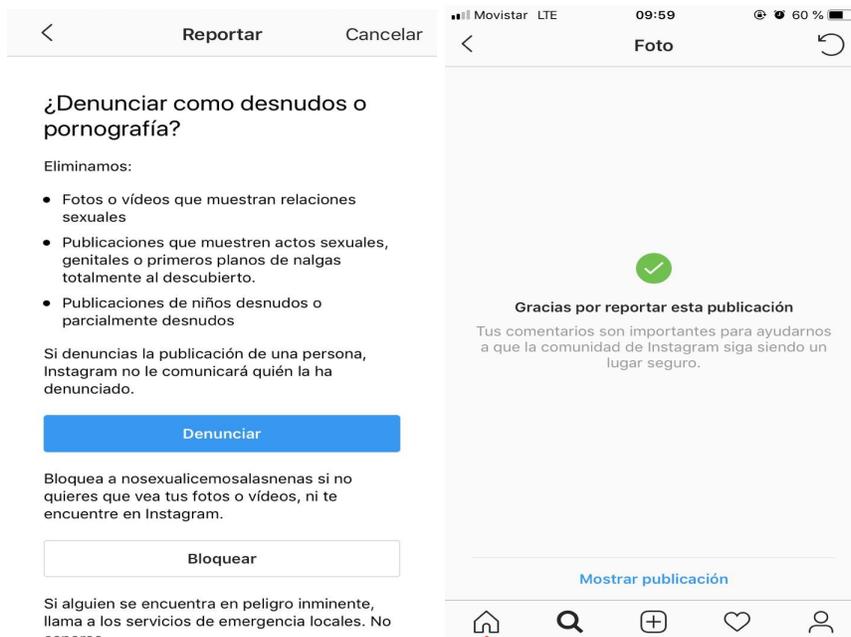
A modo de conclusión, y sin perder de vista los ejemplos de otros usuarios que nos llevaron a este trabajo, refutamos nuestra hipótesis sobre la censura por default de basada en el algoritmo de Instagram sobre imágenes donde aparecen niñas semidesnudas. Luego de poner a prueba el algoritmo, descubrimos que la red social elimina automáticamente algunas imágenes de pezones de mujeres adultas. En el caso de las publicaciones que muestran a niñas con el torso desnudo la censura, en nuestra experiencia, se produce a través de las denuncias realizadas por otros usuarios.

#AnexoDeImágenes #TrabajoDeCampo

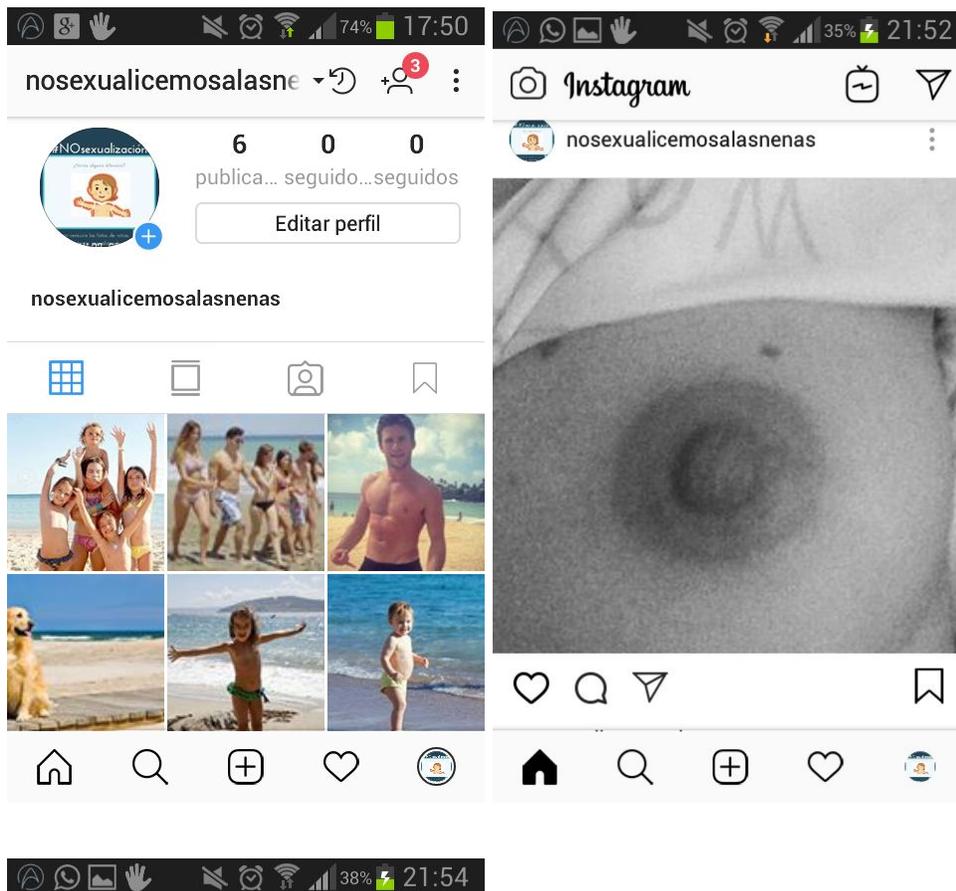


Primer cuenta creada @tallerdedatos. Luego la llamamos @ninasnomujeres.

Bloqueo de la primer cuenta tras la denuncia de una de sus publicaciones.



Respuesta de IG cuando realizamos la denuncia a la foto de una niña en torso



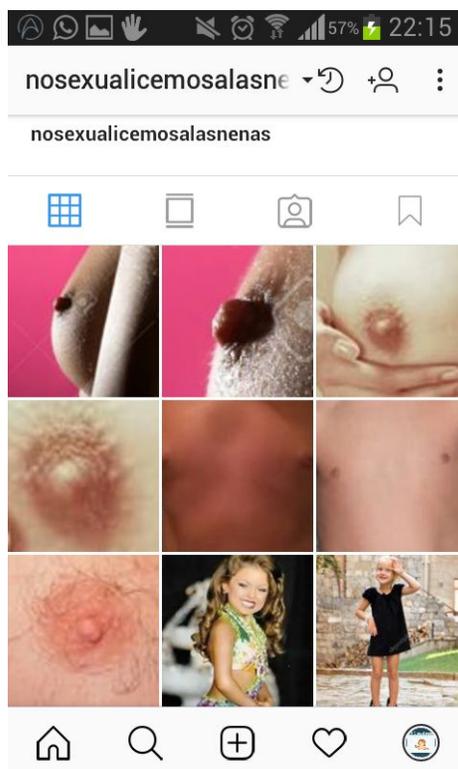
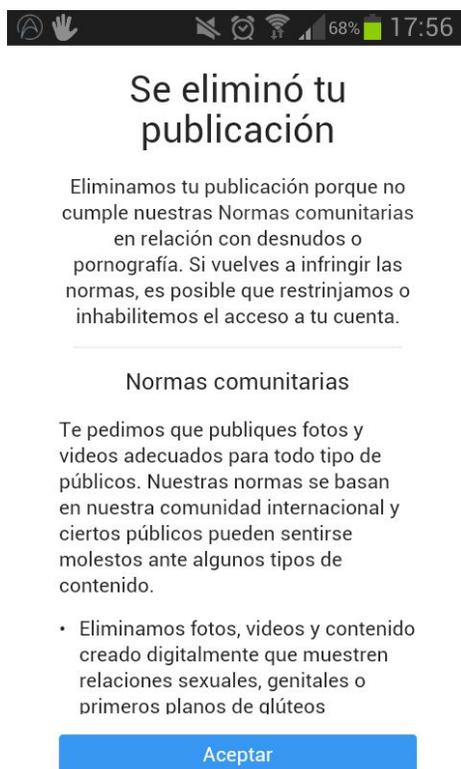
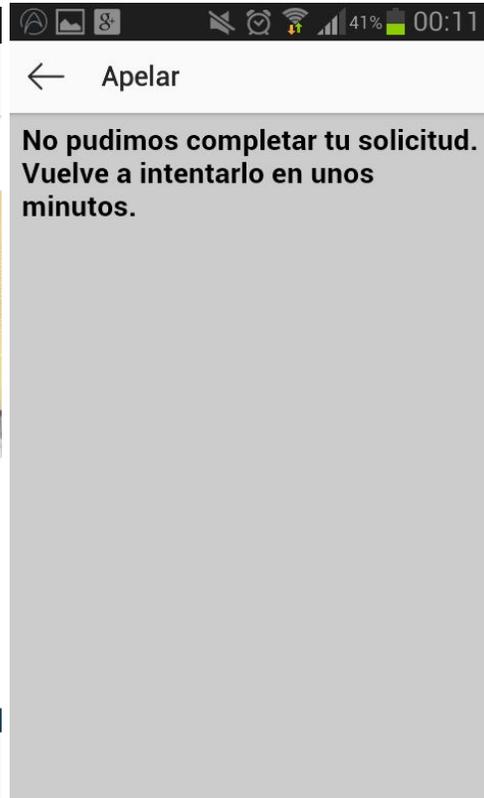
Normas comunitarias

Te pedimos que publiques fotos y videos adecuados para todo tipo de públicos. Nuestras normas se basan en nuestra comunidad internacional y ciertos públicos pueden sentirse molestos ante algunos tipos de contenido.

- Eliminamos fotos, videos y contenido creado digitalmente que muestren relaciones sexuales, genitales o primeros planos de glúteos totalmente al descubierto.
- Eliminamos algunas fotos de pezones femeninos, pero se admiten las fotos de cicatrices por mastectomías y mujeres amamantando.
- Es posible que eliminemos imágenes en las que aparecen niños desnudos o parcialmente desnudos.

Aceptar

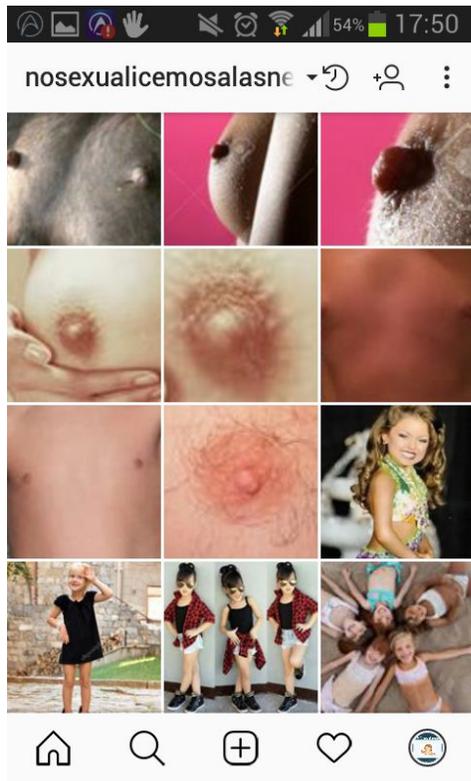
*Segunda cuenta creada @nosexualicemosalasnenas.
Publicaciones y censura. Poniendo a prueba el algoritmo*



Segunda cuenta creada @nosexualicemosalasnenas. Publicaciones y censura. Poniendo a prueba el algoritmo

Talles de Datos- comisión 21
Trabajo final

Lucia Ocaño, Lucia lossa Urbizu, Ayelén Dioli
Desnudando el algoritmo de Instagram



*Segunda cuenta creada @noseualicemosalasnenas.
Publicaciones y censura. Poniendo a prueba el algoritmo*



Segunda cuenta creada @nosexualicemosalasnenas. Publicaciones y censura. Poniendo a prueba el algoritmo

Talles de Datos- comisión 21
Trabajo final



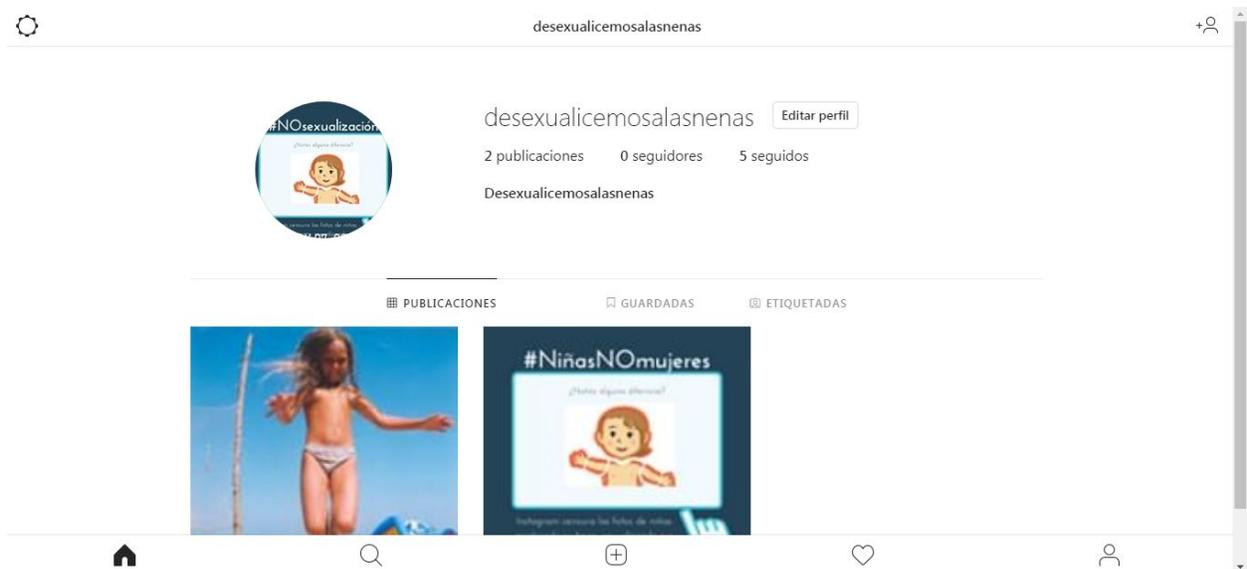
Lucia Ocaño, Lucia lossa Urbizu, Ayelén Dioli
Desnudando el algoritmo de Instagram



*Segunda cuenta creada
@nosexualicemosalasnenas. Publicaciones y censura.
Poniendo a prueba el algoritmo*



Banner de la campaña



@desexualicemosalasnenas cuenta para la campaña de desexualización de los pezones de las niñas.



@desexualicemosalasnenas cuenta para la campaña de desexualización de los pezones de las niñas. Publicación 1



@desexualicemosalasnenas cuenta para la campaña de desexualización de los pezones de las niñas. Publicación 2

#Bibliografía

- Scolari, Carlos "Las leyes de la interfaz", 2017, Editorial Gedisa.
- Johnson, Steven "Futuro perfecto, sobre el caso del sirope de arce.", 2013, Editorial Océano.
- Carr, Nicholas "Nuestros algoritmos, nosotros mismos" 2015.
<https://catedradatos.com.ar/media/13.-Carr-Nicholas-Nuestros-algoritmos.pdf>
- Srnicsek, Nick " *Introducción, Cap. 2 y Entrevista. Capitalismo de plataformas*", 2018.
<http://catedradatos.com.ar/recursos/capitalismo-plataformas-nick-srnicsek-intro-cap-2-y-entrevista/>
- Morozov, Evgeny "Internet, lo político y lo político del debate sobre internet", en Cambio 19 ensayos sobre cómo internet está cambiando nuestra vida.
- Lanier, Jaron "10 razones por las cuales debes dejar las redes sociales",2018, Editorial Epublibre.
<http://catedradatos.com.ar/recursos/jaron-lanier-10-razones-por-las-cuales-debes-dejar-las-redes-sociales/>
- Van Dijk, José " La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales",2016, Editorial Siglo XXI.
http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf
- Pariser, Eli "El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos" 2017.