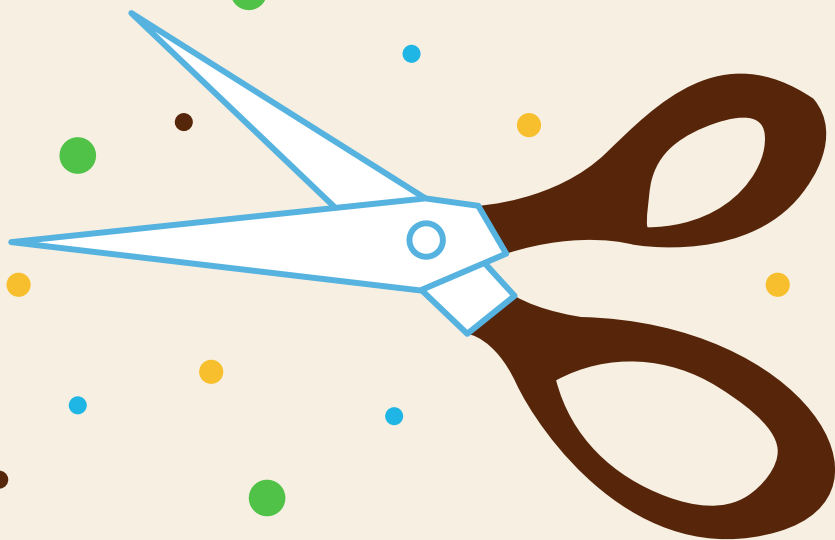


Mayfirst



Cortar el Hilo

Por Jamie McClelland

May First Movement Technology
Progressive Technology Project

Contents



- Resumen1
- Motivación 2
 - ¡No siempre ha sido así! 3
 - ¿Qué tan grave es? 5
 - Cambio climático..... 5
 - Policía, migración y militarización 6
 - Medios de comunicación y democracia 7
- Metodología 8
 - Alcance 8
 - La encuesta 9
 - Entrevistas de seguimiento 9
- Resultados 10
 - La encuesta 10
 - ¿Quién? 10
 - Servicios adicionales11
 - Clasificación de obstáculos 12
 - Diversidad de personas encuestadas 15
 - Las entrevistas 16
 - Grupos focales en la Cumbre Nonprofit Software Development de 2024 convocada por Aspiration 16
 - Entrevistas individuales 16
- Resumen 17
 - ¿Qué servicios de Google se están utilizando? 17
 - ¿Por qué dejarlo? 17
 - Cómo alejarse exitosamente de Google..... 18
- Conclusiones 20

Agradecimientos

Este informe fue elaborado por May First (<https://mayfirst.coop>) y Progressive Technology Project (<https://progressivetech.org>) en colaboración con la red Infrared (<https://in.fra.red/>) y con financiamiento de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (<https://apc.org/>). El informe final fue diseñado por Design Action (<https://designaction.org/>) y la traducción del inglés al español fue realizada por Polífona Coop (<https://polifona.com>). Un agradecimiento especial a Zachary Schulman (<https://zacharyschulman.com>) por facilitar todas las fotografías incluidas en este reporte. Gracias también a Aspiration Tech (<https://aspirationtech.org>) por brindarnos un amplio espacio para nuestra investigación durante la Cumbre Nonprofit Software Development de 2024. Gracias a todas las personas que completaron la encuesta, participaron en un grupo de discusión o entrevista, aportaron sus comentarios sobre cualquiera de las innumerables etapas o ayudaron de alguna otra forma a que se realizara este informe.



Resumen

En mayo de 2024, May First hizo una propuesta a la red Infrared¹, la cual es una coalición internacional de proveedores y promotores de servicios tecnológicos alternativos, independientes, feministas, cooperativos y antifascistas.

Era un momento crucial de la guerra genocida contra Gaza, con protestas que se extendían por los campus universitarios de todo Estados Unidos. La noticia del apoyo de Google al ejército israelí había llegado a un público amplio a través de un artículo de la revista Time.²

La propuesta a Infrared en ese momento fue sencilla: actuemos en solidaridad con la autodeterminación palestina y promovamos que las personas abandonen Gmail y lo reemplacen por cualquiera de los proveedores de alojamiento de correo electrónico afines a los movimientos de la red Infrared como acto de protesta contra la guerra.

De inmediato, hubo resistencia a la propuesta, no por razones políticas sino prácticas: ¿podría nuestra red de proveedores de correo electrónico no corporativos y políticamente afines satisfacer las necesidades de las organizaciones del movimiento que actualmente dependen de Gmail? ¿Cuáles son esas necesidades? ¿Cuáles serían los principales obstáculos para dar ese paso? Y, ¿existe realmente suficiente voluntad política para llevarlo a cabo?

1- <https://in.fra.red/>

2- <https://time.com/6966102/google-contract-israel-defense-ministry-gaza-war/>

El proyecto pasó rápidamente de ser una campaña a ser un proyecto de investigación, y este informe tiene como objetivo compartir nuestras conclusiones iniciales, a saber:

- La izquierda tiene muchas motivaciones para alejarse de Gmail, los servicios de Google y las Big Tech en general;
- Gmail está estrechamente integrado con los calendarios y el intercambio de documentos. Es difícil alejarse de Gmail sin alejarse también de los servicios relacionados;
- El mayor obstáculo para dejar de lado a Google es la colaboración: dado que trabajamos regularmente con personas ajenas a nuestras propias organizaciones, es difícil dar el primer paso hacia una nueva plataforma cuando todo el mundo utiliza servicios como Google Docs;
- Realizar cambios importantes en el uso de la tecnología requiere muchos recursos, es lento, requiere una planificación exhaustiva y se beneficia del conocimiento tecnológico interno;
- Los proveedores de tecnología autónomos que buscan ayudar a las organizaciones a dar este paso deben centrarse en ofrecer servicios integrados, facilitar la transferencia de datos y simplificar la experiencia de la persona usuaria.

Motivación

El objetivo del informe “Cortar el Hilo” es ofrecer una hoja de ruta inicial para reducir la dependencia de nuestro movimiento hacia Google en particular y hacia las Big Tech en general. Ofrece una mirada política de las razones para alejarse de los servicios tecnológicos de las grandes empresas tecnológicas y una comprensión más profunda de los obstáculos a los que se enfrentan las personas activistas y organizadoras que quieren dar este paso. Asimismo, ofrece información para ayudar a los proveedores de tecnología autónomos a satisfacer mejor sus necesidades.



No siempre ha sido así

La relación del movimiento con el Internet ha dado muchos giros dramáticos en los últimos 40 años.

A principios de los 90, antes de que el Internet se generalizara, las organizaciones de izquierda de todo el mundo estaban desarrollando acceso por vía telefónica a boletines electrónicos como EcoNet y PeaceNet. Se formó una nueva organización internacional, la Association for Progressive Communications (<https://apc.org>), para ayudar a unir estos esfuerzos dispares en la primera red electrónica que conectaba a activistas y personas organizadores de regiones remotas de todo el mundo.³

Unos años después, cuando el Internet se había generalizando, el movimiento zapatista mostró el valor de esta tecnología. Las noticias de su movimiento revolucionario se difundieron rápidamente en línea, obteniendo un importante apoyo y legitimidad internacional.

Durante este período inicial, la izquierda estuvo íntimamente involucrada y ejerció una influencia significativa en el desarrollo de las herramientas de Internet. Esta influencia culminó en 1999 con la Batalla de Seattle, cuando personas activistas de todo el mundo interrumpieron con éxito la reunión de la Organización Mundial del Comercio. La protesta masiva puso en marcha la red IndyMedia, lo que llevó al desarrollo de cientos de sitios web autónomos y administrados localmente que surgieron en todo el mundo. Cada sitio web proporcionaba lo que en ese entonces era una innovación: la posibilidad de que cualquier persona, con un mínimo de conocimientos técnicos, publicara de forma anónima o pseudoanónima un informe o una foto de una protesta

³ - <https://www.apc.org/en/history-0>

local. Este circuito internacional de retroalimentación impulsó a su vez un ciclo de cuatro años de protestas contra la banca internacional y los programas de austeridad, que inspiraron otros movimientos como el Foro Social Mundial.⁴

Desafortunadamente, el atentado del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos marcó el comienzo de una era de represión que acabó con el movimiento, lo que a su vez dejó a la red IndyMedia sin energías ni recursos. Este periodo también fue el comienzo de las redes sociales corporativas, que aprovecharon el exitoso modelo de contenido generado por las personas usuarias de IndyMedia e invirtieron millones de dólares en diseñar sistemas ingeniosos para atraer a personas usuarias.

Ya para el año 2010, la segunda fase de la relación del movimiento con el Internet estaba en pleno apogeo. Durante este periodo de romance corporativo, la izquierda acudió en masa a las herramientas que ofrecían Google, Facebook, Twitter y otros, y que eran fáciles de utilizar. Como estas herramientas no existían antes, no hubo dificultades en la transición asociadas a los cambios de una herramienta a otra.

Todo el mundo partía de cero, estaban aprendiendo a utilizar herramientas que habían sido perfeccionadas con millones de dólares de capital inversión y diseñadas para obtener un efecto dopaminérgico.

La relación entre el movimiento y la tecnología corporativa estaba tan arraigada que ni siquiera las revelaciones de Edward Snowden sobre la práctica del gobierno estadounidense de rutinariamente obtener datos de los proveedores de tecnología corporativa fueron suficientes para tener un impacto en el flujo constante de datos de nuestros movimientos hacia los servidores corporativos, hambrientos de datos.

En 2018, la fachada por fin comenzó a agrietarse. Mijente lanzó un estudio pionero que documentaba la relación entre Amazon y la Agencia de Inmigración y Aduanas de Estados Unidos.⁵

El escándalo de Facebook Cambridge Analytical demostró el desinterés de Facebook por los datos de sus personas usuarias y las peligrosas implicaciones de las filtraciones de datos.⁶ La compra de Twitter por parte de Elon Musk y la rápida transformación de la red social en un centro de supremacía blanca reveló el escaso control o influencia que tenemos sobre nuestra tecnología de uso cotidiano.⁷

4 - https://www.cjr.org/business_of_news/local-news-indymedia-network-25-anniversary.php

5 - <https://notechforice.com/>

6 - https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook-Cambridge_Analytica_data_scandal.

7 - <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2024/11/x-white-supremacist-site/680538/>.



Para el momento en que los CEO de las Big Tech se alinearon para la toma de posesión del presidente estadounidense Trump en 2025, la tercera fase de la relación del movimiento con el Internet estaba sellada: somos rehenes.

¿Qué tan mal estamos?

El problema de la dependencia del movimiento de las Big Tech va mucho más allá de la cuestión de qué software o plataforma deberíamos utilizar. En los últimos veinte años, el capitalismo ha definido la narrativa y el desarrollo de las tecnologías cotidianas que dan forma a nuestras vidas. Al mismo tiempo, estas tecnologías se han arraigado en todas las grandes cuestiones políticas a las que nos enfrentamos. Si no nos enfrentamos directamente a la narrativa tecnológica capitalista, tenemos pocas posibilidades de influir en la lucha contra las Big Tech.

Cambio climático

Dos tecnologías en particular han colocado la tecnología como un elemento central en la crisis climática: Las criptomonedas y la inteligencia artificial. Ambas tienen operaciones informáticas exigentes que requieren mucha más electricidad que los servicios típicos de Internet, que ya de por sí necesitan mucha energía.

Tanto las criptomonedas como la IA han superado, en diferentes momentos de su historia, el consumo total de electricidad de países enteros.⁸

La necesidad de más centros de datos con una gran demanda energética llevó a Microsoft a abrir nuevamente la central nuclear de Three Mile Island, mientras que otros esfuerzos empresariales por abrir nuevos centros de datos han generado protestas y campañas comunitarias.⁹

Si bien la tecnología es fundamental para construir sistemas de energía renovable, mientras el capitalismo siga impulsando el desarrollo tecnológico, es probable que sigamos construyendo nuevas tecnologías con necesidades energéticas que superen las de la generación anterior.

Vigilancia policial, migración y militarización

La policía, las agencias de inmigración y el ejército dependen cada vez más de la tecnología de vigilancia.

A pesar de la promesa inicial de Google de “no ser malvados”, han construido un imperio tecnológico diseñado específicamente para rastrear a las personas usuarias y crear perfiles de las personas con fines publicitarios, en consonancia con los sistemas de vigilancia gubernamentales. Casi todas las demás tecnologías de las Big Tech de las que dependemos están diseñadas fundamentalmente para monetizar nuestras interacciones con este fin. Cada vez que etiquetamos una foto de otra persona usuaria en una publicación o invitamos a otra persona usuaria a compartir nuestro documento, contribuimos directamente a una base de datos de una red social que nos está rastreando o estamos ayudando a construir la tecnología que puede ser contratada a los departamentos de policía locales o al Departamento de Seguridad Nacional de los Estados Unidos.¹⁰

El informe de 2018 de Mijente sobre los contratos de Amazon con el Servicio de Inmigración y Control de Aduanas (ICE) de los Estados Unidos aborda tan solo una pequeña parte de la problemática. Todos los grandes proveedores de tecnología han firmado decenas de contratos con la policía local y el gobierno de los Estados Unidos.¹¹

8 - Para las criptomonedas, ver “Bitcoin Uses More Electricity Than Many Countries. How Is That Possible?”, <https://www.nytimes.com/interactive/2021/09/03/climate/bitcoin-carbon-footprint-electricity.html>, sobre inteligencia artificial, ver “AI already uses as much energy as a small country. It’s only the beginning”, <https://www.vox.com/climate/2024/3/28/24111721/climate-ai-tech-energy-demand-rising>.

9 - <https://www.vox.com/climate/2024/3/28/24111721/climate-ai-tech-energy-demand-rising>.

10 - <https://www.npr.org/2024/09/20/nx-sl-5120581/three-mile-island-nuclear-power-plant-microsoft-ai>.

11 - <https://www.cnn.com/2022/12/08/tech/pentagon-cloud-contract-big-tech/index.html> y <https://www.technologyreview.com/2024/11/19/1106979/how-the-largest-gathering-of-us-police-chiefs-is-talking-about-ai/> y <https://theintercept.com/2024/11/17/tech-industry-trump-military-contracts/>.

Estos contratos se extienden mucho más allá de las fronteras estadounidenses. Además de que todas las grandes empresas tecnológicas tienen contratos con el ejército de los Estados Unidos, también tienen contratos con los ejércitos de otros países. Entre estos cabe notar los contratos con Israel,¹² por ejemplo el Proyecto Nimbus, un contrato conjunto de Amazon y Google con el gobierno de Israel que incluye componentes militares.¹³

Medios de comunicación y democracia

No está claro si algún gobierno ha logrado alterar elecciones manipulando las redes sociales, pero la amenaza es plausible. Además, ahora está claro por qué Elon Musk compró Twitter: las redes sociales se han convertido en los nuevos monopolios de los medios de comunicación.

A medida que Internet ha pasado de ser una utopía de medios de comunicación independientes a otro monopolio de medios centralizado más, el único medio de Internet que ha logrado sobrevivir como método para llegar a un público masivo es el correo electrónico. Sin embargo, aunque el correo electrónico puede funcionar de forma distribuida, dos tercios de todas las cuentas de correo electrónico están controladas por Google, Microsoft y Yahoo. (Nota al pie: basado en el registro interno de May First).

Trasladar nuestros buzones de correo a proveedores autónomos es un paso crucial para preservar una de las formas más antiguas y fiables de llegar a un gran número de personas.



12- <https://techinquiry.org/docs/InternationalCloud.pdf>

13- <https://theintercept.com/2024/05/01/google-amazon-nimbus-israel-weapons-arms-gaza/>



Metodología

Alcance

Elegimos centrar la investigación del informe “Cortar el Hilo” en Gmail, mientras que también recopilamos datos sobre servicios relacionados de Google.

Elegimos Google porque, a pesar de la alta dependencia del movimiento hacia otras grandes empresas tecnológicas (en particular Microsoft), Google proporciona una amplia red de servicios, utilizados no solo por organizaciones del movimiento de justicia social, sino también personalmente por muchas personas activistas y organizadoras.

Nos centramos específicamente en Gmail porque parecía ser el servicio más difícil de abandonar debido a la cantidad de datos que se tenían almacenados allí, y por la dificultad que vimos para cambiar los hábitos y patrones de uso reforzados por horas de uso diario. Además, Gmail es un denominador común. Aunque las organizaciones utilizan o no Google Docs o Calendar o cualquiera de los otros servicios, casi todas utilizan Gmail.

Al limitar el alcance de esta manera, esperábamos obtener datos más específicos y convincentes con los limitados recursos que teníamos.

La encuesta

Comenzamos el estudio con una encuesta. En colaboración con integrantes de la red Infrared, desarrollamos una breve serie de preguntas para comprender mejor los obstáculos para dejar Gmail. Para rastrear con precisión la posible diferencia en las respuestas entre personas y organizaciones, comenzamos con una pregunta que aclaraba si la encuesta la completaba una persona o se hacía en nombre de una organización (con una invitación a completarla dos veces, una por cada rol).

Para difundir la encuesta, dependimos de las personas integrantes de la red Infrared. Sorprendentemente, fue muy popular. Esperábamos entre 100 y 200 respuestas y obtuvimos casi 500.

Entrevistas de seguimiento

Basándonos en los resultados de la encuesta, realizamos una serie de grupos de discusión y entrevistas individuales tanto con organizaciones como con personas.

La cumbre de desarrollo de software sin fines de lucro Aspiration del 2024 brindó una oportunidad ideal para los grupos de discusión. Dirigimos varias sesiones presenciales en la cumbre en las que exploramos los obstáculos para dejar Gmail, aprendimos lo que se debía tener en cuenta para hacer el cambio y trabajamos en narrativas para describir este trabajo.¹⁴

Después de la cumbre, realizamos 9 entrevistas de seguimiento con personas que completaron la encuesta. Las preguntas de nuestras entrevistas se diseñaron para llenar los vacíos en los resultados de la encuesta y se centraron en cómo las personas utilizan los servicios de Google, qué las motivó a participar en el estudio y qué buscarían al evaluar una alternativa.

14 - <https://aspirationtech.org/events/devsummit24>).

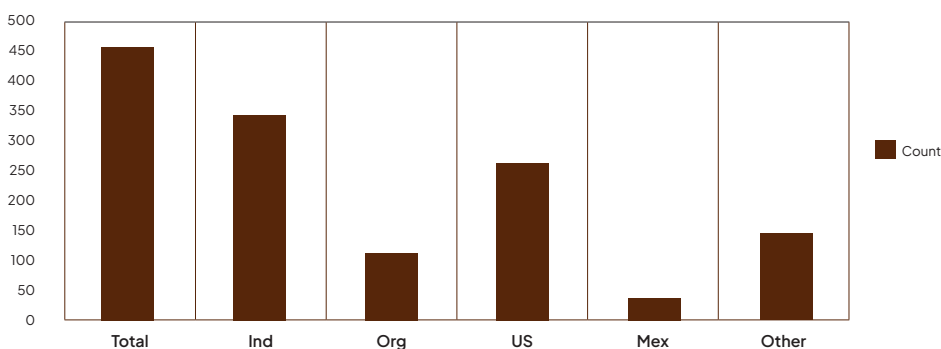
Resultados

La encuesta

Durante octubre y noviembre de 2024, recopilamos más de 450 resultados de encuestas.

Quién

Number of responses by role and country



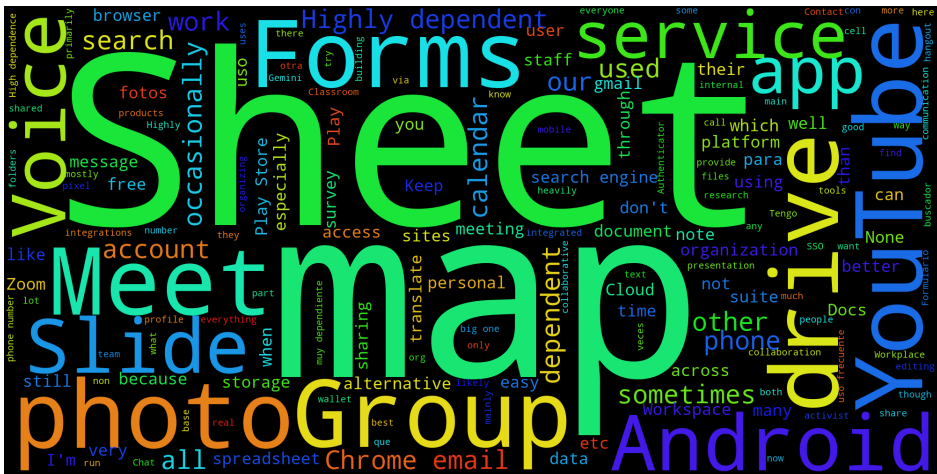
Aunque nuestro interés inicial era sacar a las organizaciones activistas de Gmail, recibimos más del doble de respuestas individuales que de respuestas de organizaciones. Afortunadamente, con más de 100 organizaciones que completaron la encuesta, obtuvimos resultados estadísticamente significativos.

Además, poco más de la mitad de quienes llenaron la encuesta eran de los Estados Unidos. Intentamos separar las respuestas de México, que representaba el segundo mayor número de encuestas, pero no teníamos un número lo suficientemente alto como para producir resultados significativos. Por lo tanto, hicimos comparaciones entre los Estados Unidos y el resto del mundo, pero no entre otros países.

Servicios adicionales

Nuestra encuesta indicaba claramente que el objetivo consistiría en abandonar Gmail. También preguntamos si quienes respondían utilizaban habitualmente Google Docs y Google Calendar (casi todas las personas seleccionaron ambas opciones).

Luego, pedimos una respuesta libre sobre otros servicios de Google de los que dependían:



Google Sheets y Google Drive no fueron una sorpresa, pero Maps, fotos y Android reflejan el gran número de individualidades que respondieron la encuesta y están motivadas para dejar Google. Los servicios de Forms, YouTube y Grupos parecen ser servicios adicionales utilizados por organizaciones que sería útil explorar.

Clasificación de obstáculos

Ofrecimos una lista de posibles obstáculos para dejar Gmail y pedimos a quienes respondieron a la encuesta que eligieran una descripción para captar la magnitud de la barrera que supondría cada obstáculo.

6.1. Falta de información: No conozco las opciones tecnológicas alternativas que ofrecen servicios similares o no siento que tenga suficiente información para saber dónde o cómo moverme.

- ☐ No es un obstáculo
- ☐ Pequeño obstáculo
- ☐ Obstáculo importante
- ☐ Un gran Impedimento

Los obstáculos incluidos en la encuesta fueron:

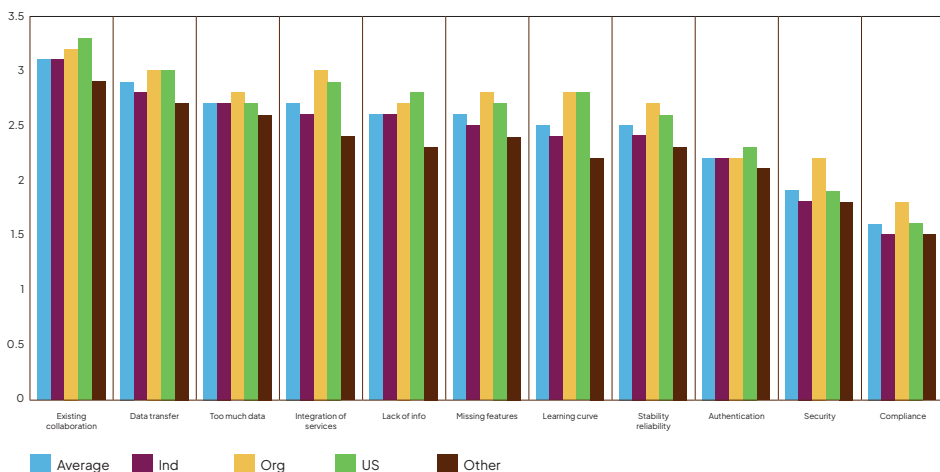
1. **Falta de información:** No conozco las opciones tecnológicas alternativas que ofrecen servicios similares o no creo que tenga suficiente información para saber dónde o cómo trasladarme.
2. **Curva de aprendizaje:** Aprender un nuevo sistema sería demasiado difícil y/o no tengo tiempo para hacerlo ahora mismo.
3. **Demasiados datos:** Tengo tantos correos electrónicos u otros datos que necesito conservar y no creo que otros proveedores puedan gestionarlos.
4. **Transferencia de datos:** Trasladar mis datos a otro servicio me parece demasiado difícil o no tengo tiempo ahora mismo, o tengo miedo de perder datos en la transición.
5. **Colaboraciones existentes:** Colaboro estrechamente con otras personas que utilizan los servicios de Google y no creo que pueda convencerlos de que también se trasladen.
6. **Integración de servicios:** Los servicios de Google (correo electrónico, calendario, documentos, etc.) están vinculados entre sí de forma práctica y no creo que pueda conseguir eso en ningún otro sitio.
7. **Funciones que faltan:** Gmail o los servicios de Google pueden hacer cosas que no creo que sean posibles en otras plataformas.
8. **Estabilidad/fiabilidad:** No creo que otros proveedores tengan la misma estabilidad y fiabilidad que Google, y no podrían garantizar que

los mensajes de correo electrónico que envío lleguen a la bandeja de entrada en lugar de a la carpeta de spam.

9. **Seguridad:** Las funciones de seguridad de Google parecen abordar mis preocupaciones particulares de seguridad mejor que otros proveedores.
10. **Autenticación:** Utilizo mi cuenta de Google para autenticar otros servicios (mediante el botón “Iniciar sesión con su cuenta de Google”) y cambiar eso sería difícil.
11. **Cumplimiento:** Mi organización tiene que cumplir con ciertos requisitos de seguridad digital u otros (por ejemplo, HIPAA, RGPD) que no creo que otros proveedores puedan ofrecer.

Los resultados:

Rank of Obstacle: 1–4



Los dos obstáculos mejor clasificados son las colaboraciones existentes y las dificultades de transferencia de datos.

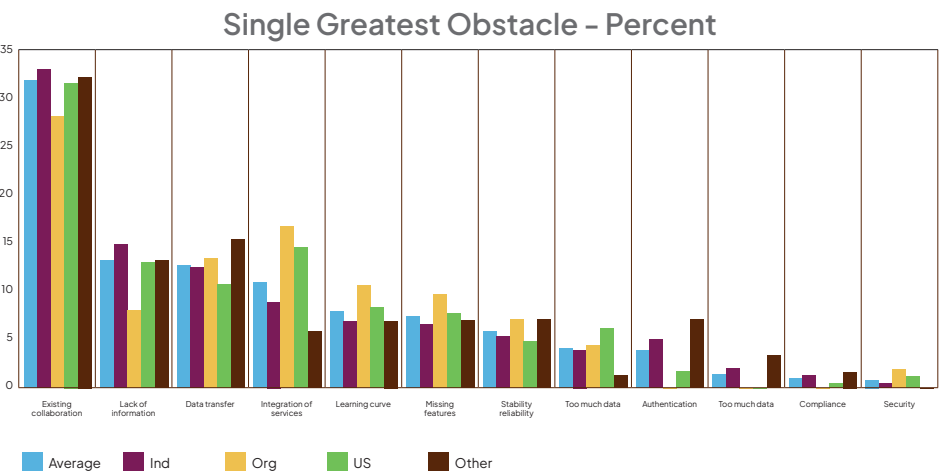
El exceso de datos, la integración de servicios, la falta de información, las características que faltan, la curva de aprendizaje y la estabilidad ocupan un lugar intermedio. (Sin embargo, las diferencias entre primeros los ocho no son considerables).

La autenticación, la seguridad y el cumplimiento normativo quedan relegados al final.

Otro resultado significativo es que las organizaciones sistemáticamente

clasificaron cada obstáculo por encima de las personas, y quienes respondieron desde EE. UU. sistemáticamente clasificaron cada obstáculo por encima de quienes respondieron desde fuera de EE. UU., lo que sugiere que las organizaciones con sede en EE. UU. perciben que alejarse de Google sería más difícil que la percepción de cualquier otra persona.

Cuando pedimos que clasificaran la larga lista de obstáculos, los resultados fueron muy similares; sin embargo, cuando pedimos a las personas que eligieran el obstáculo más grande, obtuvimos resultados muy diferentes:



A diferencia de todos los demás obstáculos, la “colaboración existente” es un obstáculo difícil de abordar para los proveedores que pertenecen a los movimientos. Sin embargo, los resultados demuestran un alto grado de motivación para abandonar Google y un alto nivel de confianza en las tecnologías alternativas.

La falta de información, la dificultad de la transferencia de datos y la necesidad de servicios integrados, en cambio, son elementos muy factibles.

Grupos de discusión realizados en la cumbre de Nonprofit Software Development de lucro Aspiration del 2024:

- Realizamos seis grupos de discusión rápidos de 4 a 6 participantes cada uno, con una duración de entre 5 y 7 minutos cada uno, para preguntar cómo utilizan las personas los servicios de Google, de qué servicios dependen y por qué quieren alejarse de ellos;
- Llevamos a cabo una sesión de una hora con unas 15 personas para debatir y evaluar la capacidad del movimiento para alejarse de los servicios de Google; y
- Llevamos a cabo una sesión de una hora con unas 15 personas para crear narrativas sobre por qué queremos alejarnos de los servicios de Google.

Entrevistas

- Melanie, Integrante de la junta directiva de May First (<https://mayfirst.org>)
- Loan, Codirectore nacional de Rising Majority (<https://therisingmajority.com>)
- Maegan, Instituto de Educación Popular del Sur de California (<https://idepsca.org>)
- Vero, Alianza por la Justicia Climática (<https://climatejusticealliance.org>)
- Cynthia, Arch Community Fund (<https://archcommunityfund.org>)
- Azizi, Organization for Black Struggle (<https://obs-stl.org/>)
- Tatiana y Kate, Voices of Community Activists and Leaders (VOCAL) (<https://vocal-us.org>)
- Brandon, MediaJustice (<https://mediajustice.org>)
- Dulce, integrante de una organización mexicana que aporta a la defensa de los territorios

Resumen

¿Qué servicios de Google se utilizan?

Los grupos de discusión de Aspiration confirmaron lo que encontramos en las encuestas: las personas activistas de movimientos y las organizaciones utilizan una gran variedad de servicios de Google más allá del correo electrónico, los documentos y el calendario, incluyendo fotos, inicio de sesión único, mapas, alojamiento de dominios, etc. Además, se mencionaron muchos servicios que no suelen asociarse con Google (o que a veces olvidamos que están totalmente controlados por Google), como YouTube, los teléfonos Android, Play Store y otros.

En sus entrevistas, Azizi, Tatiana, Kate y Brandon mencionaron el uso de una cuenta de Google organizativa que da acceso a toda la gama de aplicaciones integradas, lo que parece común entre las organizaciones de movimientos, en particular las que tienen más de unos pocos empleados. Cuanto más grande es la organización, más arraigado parece estar Google. Como dijo Brandon, “la ventaja es el paquete completo”.

Sin embargo, a pesar del número de distintas aplicaciones mencionadas, casi todos los grupos destacaron Google Docs como una de las más importantes. En palabras de Dulce, “La nube es lo que más usamos porque en la organización hay distintas áreas, pero en la nuestra el equipo está en distintos lugares, así que Drive es muy accesible para editar documentos simultáneamente”.

Incluso con activistas individuales, el almacenamiento en la nube fue clave. Melanie, por ejemplo, describió cómo regularmente guarda archivos en Google Drive y luego comparte enlaces por correo electrónico, a menudo buscando mensajes de correo electrónico anteriores para volver a encontrar enlaces a los documentos.

¿Por qué abandonar Google?

Durante la sesión de Aspiration sobre la construcción narrativa, exploramos las motivaciones que tenían las personas para asumir la enorme tarea de hacer una transición tecnológica, con el objetivo de utilizar esta información para ayudar a construir narrativas para nuestros futuros esfuerzos de divulgación y educación política. Los principales temas que surgieron de la sesión se centraron en el cuidado, el apoyo, la reciprocidad, la seguridad y la solidaridad.

Las entrevistas, en cambio, revelaron respuestas más basadas en la misión de las organizaciones. Brandon declaró: “Google y las grandes plataformas similares son nuestros objetivos y adversarios”. Maegan dijo simplemente: “No hay manos limpias en el capitalismo”. Para Vero, se trataba de proteger su organización: “Nos identifican como objetivo de ataques”.

Curiosamente, Tatiana y Kate enfatizaron que hay fuertes razones organizativas para que Vocal deje Google, pero el impulso tiene que venir de las personas que trabajan en la organización. Esta realidad parece sugerir que, si bien hay argumentos para dejar Google que se aplican más fácilmente a las organizaciones que a las personas (y viceversa), el público puede ser el mismo: necesitamos inspirar a las personas para que convenzan a sus organizaciones.

Durante la sesión narrativa en Aspiration también dedicamos tiempo a describir tácticas para transmitir los valores de la tecnología autónoma frente a la tecnología corporativa, que incluían:

- La metáfora “hay que comer brócoli” (puede ser difícil dejar Gmail, pero tenemos que hacerlo por nuestra salud).
- Identificar conflictos, contar historias que resuelvan esos conflictos.
- Identificar falsedades en las narrativas corporativas.

Cómo alejarse con éxito de Google

Cualquier esfuerzo por alejarse de Google es arriesgado. Una organización que intenta alejarse de Google y fracasa queda en una situación peor que si no lo intentara en absoluto, porque un fracaso puede contribuir a una cultura o historia dentro de la organización que provoque reticencias a volver a intentarlo.

En el grupo de discusión de Aspiration sobre la evaluación de nuestra capacidad de dejar de lado a Google, identificamos cualidades que podrían conducir a una mayor probabilidad de éxito. Entre ellas se incluyen la afinidad directa con la misión (o el conflicto con las Big Tech), un personal más experto en tecnología o el acceso a apoyo tecnológico, un alto nivel de conciencia política sobre las razones de la transición y la presencia de personas que tienen influencia en la organización y promueven el cambio.

En esta misma sesión también identificamos obstáculos que podrían dificultar el cambio, entre ellos: la necesidad de funciones de accesibilidad, intentos fallidos en el pasado, falta de recursos de personal/tiempo, falta de recursos para contratar ayuda, trabajar con colaboradores que utilizan mucho Google y

necesidades de seguridad mejor cubiertas por herramientas corporativas.

Las entrevistas reforzaron estas ideas. Brandon mencionó que MediaJustice tiene el deseo de hacer el cambio, pero carece de voluntad. El problema se agrava por su necesidad de colaborar intensamente fuera de su organización, con grupos que están muy involucrados en las herramientas de Google utilizadas para estas colaboraciones.

Brandon también mencionó que, debido a su uso de Google para el inicio de sesión único, solo tiene que hacerle seguimiento a una contraseña. Dejar Google requeriría cambiar sus prácticas de seguridad drásticamente.

Loan dijo que un cambio exitoso requeriría un proveedor que no entregue los datos, es decir, la garantía de que los datos están seguros y no serán vendidos ni entregados.

Tanto Maegan como Vero enfatizaron que un cambio exitoso incluiría el apoyo de todo el personal, incluyendo capacitaciones continuas, y que los proveedores tendrían que estar alineados con el movimiento y los valores.

Otro paso hacia una migración exitosa es que los proveedores de movimientos establezcan expectativas. Los proveedores alternativos no ofrecen servicios alternativos característica por característica. Por ejemplo, si creamos la expectativa de que estamos ofreciendo un nuevo servicio que es “igual, pero más seguro”, es probable que experimentemos problemas después de la migración.

Parte del desafío radica en el nivel de calidad y fiabilidad (y esto puede atribuirse en gran medida a la falta de recursos). Como informó Dulce en referencia al uso de Nextcloud, a veces los cambios no se guardan correctamente o se pierde el acceso a un documento para un usuario. Estos pequeños errores o problemas pueden ser más comunes con los servidores no corporativos, ya que simplemente no hay forma de que un servicio respaldado por un equipo pequeño pueda competir en términos de características y estabilidad contra un servicio financiado con miles de millones de dólares de ingresos publicitarios y contratos militares. Preparar a las personas usuarias para esta experiencia y esta realidad política es fundamental para garantizar una transición más colaborativa en la que todas las personas entiendan lo que pueden esperar.

Por último, muchas personas que fueron entrevistadas dijeron explícitamente que el costo financiero no era un problema. Loan dijo que “no tenemos dinero, pero podemos solucionarlo” y que “el costo es una barrera menor porque el costo beneficio es más favorable a largo plazo”. Maegan dijo que ya pagan más por Google y que preferirían dárselo a otro proveedor con valores afines.



Conclusiones

La conclusión más clara que se desprende de esta investigación es que la transición de nuestro movimiento para dejar de utilizar los servicios de Gmail y Google es un proyecto a largo plazo. Para tener éxito, necesitaremos una inversión continua y a gran escala en infraestructura no corporativa, mano de obra de grupos de desarrollo de capacidades políticamente afines para ayudar con la transición, y las organizaciones tendrán que invertir en conocimientos tecnológicos internos que les guíen a través de la transición, abordando sus necesidades y desafíos organizativos únicos.

Además, nunca completaremos el cambio con éxito sin interiorizar las razones políticas en nuestros planes estratégicos. Es demasiado costoso hacer este cambio sin comprender cómo nuestras elecciones tecnológicas se cruzan con nuestros valores y misiones fundamentales.

Aunque el proyecto es desalentador, las recompensas son inmensas. Al recuperar el control de nuestra propia tecnología comunicativa, el movimiento puede comenzar a arrebatarse el control de la narrativa tecnológica al capitalismo de vigilancia y contar una historia diferente sobre la tecnología renovable y humana hecha para las personas, no para las ganancias.

Nota al margen: próximos pasos

¡La mejor manera de conseguir los recursos que necesitamos es organizándonos! Esperamos que este documento pueda servir de punto de partida. Para obtener más información sobre cómo unirse a esta campaña, consulte la campaña Rise Against Big Tech (<https://rabt.in.fra.red/>) o póngase en contacto con info@mayfirst.org o info@progressivetech.org.

Nuestros próximos pasos incluyen:

1. **Distribuir este informe:** compartir los resultados ampliamente para impulsar el abandono de la tecnología corporativa y, específicamente con nuestra red de proveedores autónomos, encontrar formas de mejorar nuestros servicios para superar los obstáculos identificados;
2. **Crear una biblioteca en línea:** recopilar recursos para ayudar a defender el abandono de las Big Tech, incluyendo investigaciones, ejemplos de propuestas de subvenciones, propaganda visual y puntos de conversación y narrativas concisos y bien contrastados;
3. **Desarrollar un plan de estudios:** diseñar talleres de estilo educativo tradicional y popular para comprender la contradicción entre los movimientos de liberación y la tecnología corporativa;
4. **Escribir estudios de caso:** registrar historias de organizaciones que han hecho con éxito la transición;
5. **Hacer una lista de proveedores y consultoras autónomos:** investigar una lista de proveedores y consultoras no corporativos que puedan ayudar con el cambio;
6. **Ofrecer demostraciones del uso de software y capturas de pantalla:** mostrar cómo es trabajar sin incorporar la tecnología corporativa en nuestra vida laboral;
7. **Mostrar cómo contribuir:** enlazar a proyectos de software populares, su documentación y cómo se pueden abrir temas o mejorar la documentación.



Yōayfirst