

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

La naturaleza antidemocrática de las redes sociales:

Cancelación, manipulación de datos y fake news.

Autor/es:

Boggiatto, Candela - 1102671.

Vuono Trotta, Nazarena - 1101692.

Carrera:

Programa Conjunto Relaciones Públicas e Institucionales y Ciencias de la Comunicación.

Tutor:

Ciarleglio, Gonzalo.

Año:

2022.

La naturaleza antidemocrática de las redes sociales:

Cancelación, manipulación de datos y fake news

Resumen

Cuando se piensa en las redes sociales, se suele poner el foco en la supuesta emancipación y libertad que le trajeron a los usuarios, incluso llamándolos prosumidores. En este sentido, la presente investigación concentra sus esfuerzos en dilucidar una serie de fenómenos virtuales que van en contra de esa premisa fundadora de las redes sociales. Concretamente, se indaga acerca de las cancelaciones en red, la manipulación de datos y la aparición de fake news junto con la técnica del clickbait (o ciberanzuelo), para explicar el viraje de las redes sociales de un estado democrático inicial hacia uno antidemocrático.

Cada uno de estos fenómenos, con una dinámica propia y particular, generan las condiciones para que las redes sociales se alejen de ser un lugar en el que se pueda hablar de independencia de acción, reflexión, deliberación, o incluso libertad de expresión; elementos fundamentales para referirse a la democracia -o a la falta de ella- que se ejerce en las comunidades virtuales de usuarios. De aquí que cabe preguntarse si en estos tiempos realmente podemos seguir hablando de una democracia pura e invulnerable en la lógica de Internet.

Palabras clave: *Democracia, antidemocracia, redes sociales, cancelación, datos, fake news, clickbait.*

Abstract

When we think about social media, we most often than not think about the alleged “emancipation” and “freedom” it has brought to its users, which have been given the name “prosumers”. Regarding this idea, this analysis centers on shining a light on a series of virtual phenomena that contradicts the founding premise of social media. To put it succinctly, we go through different topics such as media "cancel culture", data manipulation, fake news and "clickbait", to demonstrate social media's shift from its initial democratic state to an anti-democratic one.

Every one of this topics, each with their own particular dynamic, create the perfect conditions for social media to stray away from being a place where people could talk freely about independency, taking action and reflecting on important issues, essential elements to refer to democracy -or lack thereof- that is exercised in virtual communities of users. Hence the question arises as to whether in these times we can really continue to speak of a pure and invulnerable democracy in the logic of the Internet.

Keywords: *Democracy, anti-democracy, social media, cancel culture, data, fake news, clickbait.*

Planteo de la problemática

El siguiente trabajo final se propone abordar la naturaleza antidemocrática en la que se han introducido en estos tiempos las redes sociales, a partir de fenómenos cibernéticos como la cancelación, el uso de datos personales de manera ilegal o no ética, las fake news y la técnica del clickbait. De esta manera, y a partir de cada uno de ellos, es que se puede decir que queda vulnerada la participación y la libre expresión de ideas en el mundo digital y, con esto, la deliberación, permitiendo así el pasaje del estadio democrático inicial, hacia uno completamente contrario y dañino. Es decir, las redes sociales nacieron con el discurso de que son un elemento democratizador, con la idea de que “todas las voces iban a ser escuchadas” y que cualquier usuario podía hacer uso de la palabra con total libertad, incluso con un perfil anónimo. Pero su uso masivo, y su dinámica particular, que cuenta con sus propias reglas, fue generando las condiciones para alejarse de ese estadio inicial y fundador. Bajo esta óptica, se puede entender a las redes sociales con autonomía, en términos de que parecería que se dan una serie de nuevos fenómenos exclusivamente allí, asociados al poder de la información y al uso creciente de las redes sociales. De hecho, el informe global digital (2022) de Hootsuite y We Are Social, nos revela que los usuarios de redes crecieron 227 millones, alcanzando un total de 4,700 millones a inicios de julio de 2022, lo que representa al 59% de la población mundial total. Más de la mitad del mundo se encuentra conectado, lo que demuestra que la tecnología ya es parte de la vida misma de la mayoría de personas en el mundo, y que no podemos pensarnos sin ella.

En este sentido, se torna completamente necesario hacer mención al contexto en el cual se inserta el presente trabajo, en función del área de investigación abordada. Actualmente, nos

encontramos en la era del Big Data, de la Información y de las Tecnologías de la Información (TIC), por ende, las personas se ven bombardeadas de estímulos y datos desde todos lados. Esto termina perjudicando al usuario y beneficiando al gobierno y las empresas. De hecho, no es casual que en estos tiempos se mencione la noción de paradigma tecnológico, donde la materia prima de este nuevo paradigma es la información misma: “son tecnologías para actuar sobre la información, no solo información para actuar sobre la tecnología” (Castells, 2004:88). De esta forma, la información y los datos pasan a ser una parte igual o más importante que la tecnología en sí misma como soporte, como si ahora la tecnología estuviera al servicio de la información. Estos mismos datos se obtienen a partir del rastro que cada uno de nosotros dejamos cuando navegamos en internet -lo que se conoce como huella digital- cada vez que damos un clic (*likes*, comentarios, compartir). De esta misma situación es que sacan provecho las grandes corporaciones tecnológicas al obtener ganancias.

Al mismo tiempo, sucede que algunos usuarios se sienten con el poder y la impunidad para callar voces que no sean la propia, corrompiendo la pluriparticipación de todos los jugadores. Pero esto no termina acá, a su vez, los usuarios son capaces de renunciar a datos personales, creyendo que la retribución que reciben a cambio de ello es mucho mayor dado que se trata de alcanzar un único objetivo: el de estar conectados.

Frente a este panorama, nos planteamos comprender cómo las redes sociales, a pesar de su característica democrática fundadora, cada día se impregnan más de una cualidad antidemocrática, sobre todo con una vida aún más digitalizada. Concretamente, nos proponemos demostrar que existe una conexión entre el nuevo fenómeno de la cancelación y la antidemocracia de las redes sociales, basado en la restricción de expresión. Por otro lado, entendemos que la democracia está siendo afectada por el clickbait y las fake news, al inducir comportamientos y preferencias a los usuarios y manipular la libertad de pensamiento. Finalmente, sostenemos que la recolección, el uso y el robo de datos personales por medio de las redes sociales atentan contra la democracia y benefician a los jugadores detrás de ellas. De hecho, las empresas que están asociadas a la tecnología, sobre todo aquellas que desarrollan softwares, llegan a tener ganancias y presupuestos anuales que superan a los de los Estados, lo que les otorga independencia y poder.

Si bien como investigadoras no renunciamos al potencial empoderamiento y emancipación que le brindan las redes a los usuarios, nos centramos en la “evolución” de las mismas a partir

de su uso y en la posterior- y actual- mutación a la antidemocracia, lo que resulta opuesto a su objetivo fundacional. Es por ello que, a lo largo del trabajo, también se tuvieron en cuenta aspectos positivos asociados a su creación.

Para desarrollar la investigación, se recolectó información sobre lo que se considera la antidemocracia en redes sociales y los distintos fenómenos a estudiar que se desprenden de ella, y a partir de los cuales podemos afirmar que se da la misma. Para ello, se buscaron autores que traten la temática, para luego definir una serie de conceptos que resultaron de vital importancia para la investigación, y que lograron ser transversales a todos los fenómenos estudiados. Asimismo, los autores elegidos se insertan dentro del paradigma de este trabajo, es decir, tendrán una visión pesimista/negadora o que reconocen las fallas tanto en las redes sociales, como en las plataformas y la misma tecnología en sí. Esto nos aportó diversos puntos de vista en función de cada uno de los autores seleccionados, y también nos permitió conocer qué se sabía actualmente sobre la antidemocracia en redes, para después aportar nuevo conocimiento y diferenciado del que ya existe actualmente.

La información se obtuvo a partir de libros, artículos, papers, notas periodísticas, videos y la web y se articularon, contrapusieron, compararon y analizaron las diversas ideas. En los casos en los que fue necesario, se utilizaron casos verídicos para ejemplificar algunos de los fenómenos en cuestión y lograr un entendimiento del mismo más expedito y certero. Tras la contraposición de ideas de los diversos autores, junto con nuestro análisis y aporte, se realizó una matriz FODA, de manera tal que nos permitió hacer un brief de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presentan las redes sociales, para luego alcanzar una conclusión argumentada.

Discusión

El eje transversal del presente trabajo es la concepción de democracia aplicada a la dinámica particular de las redes sociales. Dentro de estas, se habla de la formación de comunidades, es decir, usuarios de la red que crean un perfil y a partir de eso, interactúan y actúan, según se cree, de forma individual. Como en toda comunidad, en este caso virtual, no podemos dejar de hablar de la democracia -o no- que allí se practica. En torno a la idea de democracia en redes sociales, Máriam Martínez Bascuñán (2015), plantea que las nuevas tecnologías se van introduciendo, cada vez más, en el campo de la teoría política, por ejemplo, con la

eliminación de lo que se entiende como público y privado, la idea de vigilancia, los límites a la libertad en la era del Big Data o lo que se entiende por deliberación, necesaria en toda democracia. Es decir, las redes sociales son capaces de generar cambios en la convivencia de la sociedad, se introducen cada vez más en nuestras vidas, manifestándose a través de fenómenos concretos, que van desde cancelaciones hasta la generación de fake news o la malversación de datos.

En la lógica de las redes, se puede generar una distinción entre autores “ciberoptimistas” y “descreídos” (Martínez Bascuñán, 2015:180), postura que adopta la autora. La corriente de los ciberoptimistas es seguida por los que creen que el espacio digital genera las condiciones adecuadas para lograr la participación democrática, por ejemplo, a través de la solidaridad social virtual y de organización política en blogs. Se puede interpretar que esto sucede a partir de lo que Benjamín Barber (2009) tomó como aspectos positivos de las redes sociales: la comunicación horizontal o punto a punto, la interacción/participación de los usuarios y la aparente heterogeneidad de estos. Tal es así, que se puede entender que las redes sociales tienen un costado colaborativo y democrático (se sostiene que las redes le dan voz a un montón de personas que son ocultadas/olvidadas por el *mainstream* de la tv), como afirmamos que así fue la idea fundadora.

De acuerdo con Máriam Martínez Bascuñán (2015), los descreídos, sostienen que los ciberoptimistas no tienen en cuenta que las redes sociales nos hacen renunciar voluntariamente a nuestra intimidad al sentir una presión irresistible; por eso, no creen en que se alcanza mayor libertad a partir de las redes sociales. En definitiva, este grupo afirma que nos convertimos en ovejas de rebaño porque se genera el pensamiento de que la pérdida de nuestra intimidad es menor comparada con lo que se recibe a cambio en las redes. Esta corriente también advierte que la supuesta conexión que experimentamos entre usuarios puede tener consecuencias adversas; por ejemplo, un distanciamiento entre las acciones y sus consecuencias, lo que se entiende como “adiaforización” (Bauman y Lyon en Martínez Bascuñán, 2015:180). Por esto, se puede interpretar que en las redes sociales se da un potenciamiento entre usuarios, y que a partir de eso, tienen impunidad para decir lo que quieran de quien quieran, cubiertos por el anonimato y el desprendimiento de sus acciones. Esta supuesta conexión que sienten los usuarios cuando generan vínculos virtuales puede encontrar su explicación en lo que se conoce como “efecto rebaño”(Martínez Bascuñán, 2015:190), que tiene sus orígenes en la “tiranía de la mayoría”, concepto acuñado por Alexis

de Tocqueville. Se trata de un fenómeno que es producido “cuando la opinión pública se convertía en una fuerza todopoderosa, y de esa forma la mayoría podría tiranizar a minorías impopulares o a individuos” (Chirinos Colmenarez, 2020:24). En este sentido, en las redes sociales se generarían las condiciones para desplazar el juicio propio e individual en pos de la opinión de la mayoría hegemónica, impidiendo que surjan opiniones disconformes. Se entiende que la posibilidad de que la tiranía de la mayoría se imponga y cree el efecto rebaño puede encontrar explicación en “la inmediatez y la simplicidad en los formatos” (Martínez Bascañán, 2015:191). Esto sucede a partir de que, rápidamente, se invita al usuario a que comparta, conteste, o ponga *like*, además de la característica inherente a las redes sociales, que es el poder de la viralización. Ésta se puede comprender como un fenómeno que tiene la capacidad de hacerle creer a los usuarios que forman parte de una gran comunidad y que, a pesar de estar distanciados, ese contenido en particular los une.

Este sentimiento de unión puede encontrar una explicación, a nuestro juicio, en el concepto de masa psicológica o simplemente masas de Gustavo Le Bon. Se puede decir concretamente que las comunidades virtuales son capaces de actuar como masas:

Cualquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su género de vida, sus ocupaciones, su carácter o su inteligencia, el simple hecho de hallarse transformados en una multitud le dota de una especie de alma colectiva. Esta alma les hace sentir, pensar y obrar de una manera por completo distinta de cómo sentiría, pensaría y obraría cada uno aisladamente. (Le Bon en Freud, 2005:8)

Entonces, el hecho de encontrarse en multitud -aunque, en el caso de las redes, esto no sucede físicamente pero sí virtual y hasta emocionalmente-, genera las condiciones para la formación de un alma colectiva, que borra todo tipo de individualidades y personalidades, acercándose a una homogeneidad de pensamiento y acción. En este sentido, “afirmar que cada cual se representa a sí mismo es políticamente naïf” (Cuadra, 2018:21). Al suceder esto, se debilitan las posibilidades de interactuar y tomar decisiones en la red de manera racional, crítica y voluntaria, porque el peso de la masa soslaya el individual, y la posibilidad de discernir o de generar un debate enriquecedor entre partes queda abolida. Se trata, a su vez, de una masa “impulsiva, versátil e irritable” (Le Bon en Freud, 2005:11), características que

son propias de los usuarios en red, sobre todo cuando se defiende una ideología o un pensar. Ni siquiera es necesaria la existencia de argumentos lógicos ni de estímulos muy intensos que inviten a una respuesta, basta con presentar imágenes controversiales y la repetición constante de las mismas cosas. Por eso mismo es usual ver en las redes sociales discursos éticos y moralistas, que pueden estar acompañados de imágenes que apelan al sentimentalismo, y discusiones entre usuarios en donde la razón y la lógica no son lo que priman, sino los insultos y las ofensas. Otra de sus cualidades es que “la multitud es tan autoritaria como intolerante” (Le Bon en Freud, 2005:12), sobre todo en lo que considera como verdad y error, características que se las puede encajar en una lógica no democrática si se trata de comunidades virtuales. En este sentido, las redes sociales parecerían ser un lugar en donde, cada vez más, los usuarios se sienten con el poder para exponer sus cuestiones, y tomarlas como la única y posible verdad; hay una intolerancia a todo lo que no coincide con esa verdad y a todo lo que se aleje de ella, algo que se profundiza cada vez más si tenemos en cuenta que la red social permite bloquear, dejar de seguir o denunciar lo que no coincide con «mi verdad». Por eso, podemos decir que nos encontramos ante una crisis de la verdad, que “pierde toda referencia a los hechos y a las verdades fácticas” (Han, 2022:75). La aparición de las redes sociales no necesariamente es sinónimo de diversificación de opiniones, podríamos decir que un tweet no nos vuelve indudablemente más libres, sin mencionar que estamos sujetos a una cantidad de caracteres y de archivos que se pueden incluir en el tweet, por ejemplo.

Se puede afirmar que la tiranía de la mayoría de Tocqueville lleva a una leve imposición de censura como respuesta a que individuos o minorías no se expresan, lo que encuentra una posible explicación, a nuestro juicio, en lo que se denomina la espiral del silencio de Elisabeth Noelle-Neumann (1995). La teoría supone que la sociedad es capaz de amenazar con el aislamiento si es que las personas no se ajustan al consenso, es decir, si se desvían de él. Es este mismo miedo el que hace que constantemente estemos comprobando si nuestra opinión coincide o no con la hegemónica, y cuando las personas se sienten en minoría, entonces se vuelven silenciosas y precavidas. Así, el núcleo que no expone su opinión, el débil, termina por desaparecer, perpetuando así lo que se asume como opinión dominante. Si se tiene en cuenta lo que es capaz de generar la tiranía de la mayoría (el debilitamiento intelectual individual en pos del colectivo, buscando ese consenso que en realidad se traduce en la censura de quien opina distinto), se puede pensar en una espiral del silencio que se da perfectamente en las redes sociales, a partir de esas opiniones que no son dichas y, en efecto,

desaparecen. Por eso no es casual que en Twitter se den los *trending topic* (TT) imponiendo temas de conversación y formas de hacerlo, porque si bien los TT se generan porque hay muchos usuarios hablando de ese tema a la vez, invita a quien no lo haya hecho a poder hacerlo, a sabiendas de cuál es la opinión que ya se ha instalado. En este sentido, “un *topic* en la red puede convertirse en tendencia en cuestión de horas; todo depende de la acumulación de *followers* y *likes*” (Cuadra, 2018:8), generando esa potencial conexión entre las mayorías que lo usan.

Como consecuencia final de la tiranía de la mayoría y la espiral del silencio aplicada a las redes sociales, se puede pensar en una opinión pública dañada. Jürgen Habermas fue quien más fuertemente relacionó la idea de la existencia de una opinión pública emparejada con los sistemas democráticos, a juicio de Máriam Martínez Bascuñán (2015). La opinión pública, según dice la autora, es entendida como “espacio autónomo para el debate racional de ideas donde la gente podía expresarse sobre los asuntos públicos” (Martínez Bascuñán, 2015:186), de acuerdo con la perspectiva de Habermas. Esa opinión pública era llevada a cabo de manera incipiente en los centros urbanos a principios del siglo XVIII, en donde las discusiones eran en el terreno de la deliberación. De esta forma, se puede entender que la modificación y/o transformación de la opinión pública en tiempos de redes queda expuesta en que el debate no se genera de manera racionalmente argumentada, reflexiva, ni autónoma; más bien, se puede hablar de un predominio de las emociones y con ello, la pérdida de la calidad de los argumentos. Es decir, se genera un contexto de exacerbación que se aleja del análisis y la consideración, para finalmente lograr el bien común, y sin olvidar el componente fundamental que es la inmediatez. La reflexión y la argumentación convocan un proceso intelectual que requiere de tiempo, y el tiempo precisamente no combina con la inmediatez. Por esto mismo es que no podemos hablar de una democracia pura en las redes sociales, dado que la capacidad de los usuarios de reflexionar y debatir se ve vulnerada por el escaso tiempo, así como también se ve afectada la búsqueda de la deliberación para alcanzar el bien común.

Máriam Martínez Bascuñán (2015) plantea que no podríamos hablar de una democracia digitalizada, porque lo que hace este tipo de democracia es eliminar a la política de raíz, entendida como “una relación entre extraños que no se entienden el uno al otro en un sentido inmediato y rápido” (Martínez Bascuñán, 2015: 195). En este marco, ni siquiera podríamos estar hablando de democracia en las redes sociales dado que distan mucho del entendimiento

entre usuarios cuando se trata de temas que generan controversia o incluso una serie de temas con contenido social, como lo son el aborto, la religión y el fútbol, por ejemplo. Incluso, se puede hacer referencia a dos conceptos planteados por Byung-Chul Han (2022): la infocracia, como otro de los fenómenos que es capaz de vulnerar a la democracia a partir de la abundancia de información y el régimen de la información en el que nos encontramos. Ambos conceptos son utilizados para referirse a la importancia que se le da a la información y no así a la verdad de la misma. Por eso se la puede interpretar como sinónimo de poder, ostentada por algunas empresas, sólo las más importantes, a partir de la labor de los algoritmos que responden a sus modelos de negocios. Jose Van Dijck (2016) se refirió a los algoritmos como “cajas negras” por su constante cambio y lo poco que se sabe de ellos en cuanto a su funcionamiento, “la transparencia en sí misma no es transparente (...) la sala de máquinas de la transparencia es oscura” (Han, 2022:17). A su vez, en cuanto a los usuarios, los algoritmos también hacen lo suyo a través de los filtros de burbuja, “se fija en lo que parece que a usted le gusta (...) y saca las conclusiones pertinentes” (Pariser en Han, 2022:48). En este sentido, los filtros de burbuja nos mantienen siempre nutridos de la misma información, según nuestra ideología o pensamientos, impidiendo el acceso a otras opiniones. Por momentos, puede que se de el “acceso” a estas otras opiniones, pero rápidamente son rechazadas por el sentimiento de pertenencia e identidad a una burbuja en particular que impide abastecernos de opiniones que sean disconformes a la nuestra. Es decir, nuevamente nos alejamos del debate que exige toda democracia, y nos acercamos más a una polarización.

Entonces, si ya no hay verdad, si ya no hay pensamiento activo y la acción en base a ello, si la premisa de las redes era quebrantar las distancias y acercarnos, pero nos encontramos, en realidad, con una sociedad dividida, ¿cómo podemos hablar de democracia? A continuación, se presentarán una serie de fenómenos que erosionan la democracia de las redes sociales, y a partir de los cuales se intentará responder a la pregunta.

Cancelación

Para el autor Benjamín Barber (2009), se puede generar una analogía con la pólvora y la tecnología, dado que no tienen fines que le son inherentes. La pólvora fue utilizada como instrumento de guerra y de construcción, así como la tecnología, a su juicio, es simplemente otra herramienta más que está estrechamente vinculada con lo que nosotros hacemos de ella. En este sentido, podemos pensar en las redes sociales como un reflejo de lo que sucede en la sociedad, es decir, que muchas situaciones dañinas se trasladan a la arena cibernética; sobre

todo si tenemos en cuenta que, de acuerdo con la última cifra del INDEC, el 90,4% de hogares tienen acceso a Internet. Consecuentemente, el espacio virtual, al igual que el real, también terminaría perjudicado, y se generarían las condiciones para desplazar la deliberación. La diferencia está en que las redes sociales invocan respuestas inmediatas, emocionales, poco reflexivas y el sentimiento de pertenecer a la masa, junto con el factor esencial a partir del cual, muchas veces, se escudan los usuarios: el anonimato.

De esta manera, es comprensible que la violencia social se traslade a las redes a través de lo que se conoce como cancelación de usuarios. Si bien se entiende que éste fenómeno posee dos caras, una positiva y otra negativa, ésta última tiene consecuencias y resultados mayores en gravedad, daño y viralización. La positiva está orientada al ejercicio de la libertad de expresión al poder rechazar acciones o pensamientos, vinculados con la discriminación, racismo y/o acoso, aunque se podría pensar en el fenómeno de “adiaforización” como consecuencia. Tal es el caso de Justine Sacco en 2013, cuando escribió en su cuenta de Twitter *"Going to Africa. Hope I don't get AIDs. Just kidding. I'm white!"* ("Me voy a África. Espero no contraer sida. Es broma. ¡Soy blanca!") (ver Anexo 2). Rápidamente, con el poder de la viralización, el tweet desató una ola de linchamientos, acusándola sobre todo de racista. Las redes ya se habían pronunciado pero la palabra de Justine, no; y el efecto de la cancelación avanzó a tal punto que la empresa en la que trabajaba decidió despedirla inmediatamente. Lo cuestionable de esto no es el tweet en sí, que claro está apunta al racismo, sino lo que sucede con él: los insultos, el descrédito y los ataques, que son capaces de generar consecuencias completamente alejadas, como es un despido, y que los usuarios se manifiesten a favor de eso (ver Anexo 3, 4 y 5). En este sentido, ¿hasta qué punto un tweet genera las condiciones para trasladarse a la vida offline?, ¿realmente despidiendo a una persona y atacándola violentamente se puede combatir el racismo, en este caso? Entendiendo que esa es la supuesta intención de quienes cancelan, y no la de salir a atacar ferozmente a un usuario. Se puede interpretar que, lo que empezó siendo una supuesta causa noble en Twitter, terminó generando odio masivo y presión para que una empresa se pronunciara al respecto, claro está, privilegiando su reputación¹.

¹Justine Sacco, al momento del Tweet, era PR a cargo de la dirección de comunicación de la empresa InterActiveCorp (IAC). Probablemente, entre sus contactos debido a su trabajo, había varios periodistas, por ende, el tweet se viralizó rápidamente. Sacco, durante las 12 horas de vuelo había perdido todo contacto con las redes sociales, en ese sentido, su período de posible réplica, se dilató cada vez más, lo que empeoró la situación y desató el hashtag #HasJustineLandedYet (¿Ya aterrizó Justine?), llegando a ser *trending topic*.

La cancelación tiene su lado completamente negativo, una segunda cara; tal y como lo entienden Edixela Burgos y Gustavo Hernández Díaz (2021), “el lado oscuro de la cultura de la cancelación (...) es silenciar a un individuo y con ello invalidar el prisma de opiniones, debates y razonamientos” (2021: 143). Se entiende así que, quien cancela, no es tan benévolo y justiciero como se cree: “se escuda detrás de la democracia, de la libertad de expresión, finge ser un sujeto moral, habla de justicia y de Estado de derecho, retórica para cautivar adeptos” (Burgos & Hernández Díaz, 2021:145). Desde esta perspectiva, quien cancela ni siquiera puede tener una justificación para hacerlo, o algún tipo de evidencia, sólo cancela por el mero hecho de que se trata de un pensamiento diferente al propio y así, entonces, silencia a individuos. En consecuencia, el derecho a réplica queda vulnerado, además de los posibles debates. Claramente, al realizar esto, desaparece la pluralidad de ideas y existe la posibilidad de que los usuarios terminen autocensurándose, limitando así su propia libertad de expresión. En este sentido, se puede hacer mención a la era de la “poscensura” (Burgos & Hernández Díaz, 2021:147), estructurada alrededor de las redes sociales, a partir de que los usuarios recurren a la autocensura con la finalidad de evitar persecuciones. El resultado de esto es la espiral del silencio: las minorías que se perciben impopulares y potencialmente canceladas, no dan sus opiniones por no coincidir con la mayoría hegemónica, por no ajustarse al consenso, y por ende, esa opinión termina por desaparecer. El temor por quedar desplazado, aislado y concretamente cancelado por la masa virtual es mucho mayor al deseo individual de exponer opiniones y juicios. Se trata de una masa que utiliza discursos moralistas y éticos que, en un primer momento, difícilmente convocan el pensar, sino que nos invitan a unirnos y a que todos los usuarios se sientan de la misma manera, a ser parte de esa mayoría que genera la cancelación. En este sentido, “llama la atención cómo en la actualidad se tiende a pensar que cada usuario se podría asimilar a un ente autónomo, capaz de expresar su singularidad en un espacio de libertad” (Cuadra, 2018:21). Esto se puede entender como algo completamente utópico en la lógica virtual, en donde reina la masa y, como resultado, podríamos hablar de una tiranía de la mayoría que presiona en la opinión pública y, consecuentemente, se impone. En definitiva, en lugar de que el cancelado tenga las herramientas o la información que necesita para corregir y/o aprender de su supuesto error, se habla de una comunidad cada vez más dividida y polarizada.

Desde una perspectiva más negativa, se puede pensar en la cancelación hacia el actor de Hollywood Chris Pratt en 2021, cuando publicó en su Instagram una foto junto a su mujer, Katherine Schwarzenegger, en la que, entre otras cosas, le agradece por tener una hija

“hermosa y saludable” (ver Anexo 6). Rápidamente los usuarios de Twitter recordaron que el actor tiene otro hijo que presenta problemas de salud; de manera que comenzaron una serie de insultos hacia Pratt por haber hablado de tener una hija saludable cuando en realidad tiene uno que no. Lo que sucedió es que los usuarios generaron una relación arbitraria entre sus dos hijos (sintiéndose con el poder de hacerlo), dando paso a un linchamiento basado en la mera interpretación y no en dichos fácticos y reales por parte de la celebridad (ver Anexo 7, 8 y 9), quien se mantuvo en silencio. Claramente, se puede ver como ésta cancelación nada tuvo que ver con exponer una personalidad violenta, acosadora, racista o alguna acción que pueda ser concretamente repudiable².

El fenómeno de la cancelación encuentra una posible explicación en lo que Eli Pariser denominó “filtros de burbuja” (Pariser en Han, 2022). Bajo este concepto, la democracia en redes sociales entra en decadencia, a partir de que los usuarios se nutren pura y exclusivamente del mismo tipo de información una y otra vez. Lo que reciben es lo que para ellos está bien, es con lo que ellos comulgan, y lo que desean seguir consumiendo dado que coincide con sus ideales, pensamientos e ideología. ¿Se puede hablar de democracia en un contexto de círculo vicioso de la información? En este sentido, se puede interpretar que se produce un “cercamiento” con respecto al pensamiento de un usuario en particular y los pensamientos del resto, de manera tal que, todo lo que se encuentre por fuera de esa cerca, es rechazado y en efecto, cancelado. Entonces, la existencia de las burbujas genera las condiciones para que el usuario se nutra de la misma información, de manera que se produce la erradicación del acto discursivo y comunicativo, basado en la escucha, discusión y argumentación de diversas posturas y sea más fácil condenar y cancelar a quien no piensa igual. A su vez, esa información está en abundancia y es casi imposible de detenerse en ella, por lo que reduce las habilidades cognitivas y, en efecto, la posibilidad de establecer debates.

Los usuarios se nutren del mismo contenido, a su vez, porque en las redes sociales se generan las condiciones para que así sea. En este sentido Niall Ferguson(2017), autor neutral que se pregunta si se trata de una era emancipadora o espantosamente anárquica en cuanto a las redes, se refirió al concepto de *homofilia*. Éste hace alusión a la tendencia a sentirnos atraídos por personas similares a nosotros como la ley fundamental de las redes y plantea que ello nos reduciría el radio de acción del entorno. En efecto, el usuario se autosegregaría: se

²El actor tuvo en 2012 un hijo con la actriz Anna Faris, llamado Jack. Éste nació prematuro y debido a eso debió enfrentar varios meses en incubadora, lo que le terminó generando severos problemas de salud.

encontraría aislado de otros grupos de usuarios que tienen distintos pensamientos. De hecho, “la interacción en las redes sociales, por lo general, está determinado por personas que piensan como nosotros” (Burgos & Hernández Díaz, 2021:147). Lo peligroso en todo esto es que si todo lo que consumimos dice lo mismo, entonces pasa a convertirse en la única verdad que conocemos (porque es a la única que se accede) y no desconfiamos, al contrario; y se recae en la crisis de la verdad. Además, la supuesta falta de atracción hacia otras personas, lleva a que podamos cancelarlas ante dichos que se consideran disconformes.

La existencia de los filtros de burbuja, a su vez, se ve reforzada por los algoritmos, los que se relacionan con los principios de gustabilidad y de popularidad: “cuantos más contactos tenga y establezca en red un individuo, más valioso resultará, porque entonces más personas lo considerarán popular y desearán trabar contacto con él” (Van Dijck, 2016:19), estimando a otras personas “menos valiosas”. Entender que otras personas valen menos, implica que muchas se sientan con el derecho de cancelarlas, justamente por la falta de validez y legitimidad que le otorgan. Pero es el algoritmo el que es capaz de redireccionar el contenido en función de la supuesta gustabilidad y popularidad de los usuarios, no se trata de una gustabilidad real, sino que el algoritmo viraliza contenidos y personas respondiendo a modelos de negocios de las empresas tecnológicas. En este sentido, cuando se cancela a aquellas personas “menos valiosas”, se interpreta que se deja sin efecto las opiniones del otro, dejan de tener peso, no son nada, y de ahí la descalificación absoluta, no sólo hacia la opinión sino hacia la persona. Entonces, ¿dónde quedó la idea de que conexión en red es igual a liberación? Esta idea quedó obsoleta, es falsa, porque nos encontramos inmersos en un sistema desigual, en donde sobreviven solamente las opiniones mayoritarias, que tienden a ser aquellas alzadas por líderes de opinión, capaces de transmitir o no información y acaparar gran cantidad de usuarios, en una red que se mueve por estos nodos más grandes, y quienes son seguidos por otros más pequeños y así sucesivamente. De aquí que, “la equidad entre los usuarios y un acceso igualitario resultaron utópicas” (Van Dijck, 2016:165).

Con todo esto no se intenta decir que no puedan generarse disconformidades en redes, de hecho, la crítica es altamente necesaria para engendrar una democracia sana, “es una respuesta argumentada a una opinión o una obra. Está construida para encajar en un debate y trata de hallar y exhibir los puntos débiles del argumento rebatido” (Burgos & Hernández Díaz, 2021:149). Pero esto no debe confundirse con los linchamientos, “es una respuesta colectiva, masiva, irracional. No busca rebatir un argumento, sino destruir con falacias y

ataques personales la reputación de quien haya expresado una opinión que disgusta a un grupo” (Burgos & Hernández Díaz, 2021:149), que no suman a la democracia de las redes sociales, más bien la erosionan.

El foco está puesto en que tenemos a disposición nuestro teclado para escribir lo que verdaderamente opinamos, pero ¿qué tanto es así, si en realidad estamos sujetos a la aprobación y al miedo de ser cancelados? o incluso se generan cancelaciones para evitar que se vuelvan en contra. Por eso, se da la paradoja de que, a partir de la supuesta mayor libertad de expresión, también se provoca un mayor control del pensamiento y del obrar. Son muy pocos los que expondrían cuestiones que saben que les podría caer una cancelación. Con este panorama, difícilmente podemos referirnos a la democracia.

Uso y robo de datos

Actualmente, y cómo ya hemos comentado, nos encontramos inmersos en un régimen de la información, debido a que ésta es la materia prima de las redes sociales (por lo que se puede hablar de un capitalismo) y, por ende, su circulación y control resulta primordial. En este sentido, el acceso a la información es el factor decisivo para obtener el poder, es decir, quien posee el control de la información, posee el poder para llevar adelante la vigilancia e incluso el mismo pronóstico del comportamiento en las redes. Uno creería que el poder es ostentado por los usuarios, quienes son capaces de recibir, transmitir y producir esta misma información, pero la realidad es muy distinta. Verdaderamente, se degrada a las personas a la condición de “datos y ganado consumidor” (Han, 2022:9), generando una ilusión de libertad cuando lo único que llevan adelante en este contexto es “hacer click, dar al like y postear” (Han, 2022:20) y lo único libre es la información. Pero, ¿por qué sucede esto? La respuesta se encuentra enmascarada detrás de procesos, etapas y herramientas que regulan el mismo comportamiento y rol que adoptan los usuarios en línea y, por ende, socavan el proceso democrático.

El poder se logra, entonces, a partir de los algoritmos y softwares detrás de las plataformas. El dominio de la información y su procesamiento son decisivos para los procesos sociales, económicos y políticos, ¿y quién se beneficia de su uso? Los dueños detrás de los mismos, quienes resultan ser los propietarios de las redes; son ellos quienes, para Niall Ferguson (2017), ejercen un ‘dominio estructural sistemático’ al explotar las redes, erosionando entonces la política y soberanía. A partir de los algoritmos, es que las empresas manejan todo lo que sucede en las redes: capturan, recolectan, seleccionan y circulan todos estos datos,

transformándolos en *commodities*; pero además, moderan y filtran el contenido que es compartido y quiénes pueden usar sus servicios. Como si la situación no pudiera empeorar, esta moderación se presta, muchas veces, a confusión, por estar tan basada en la interpretación. A veces hay mucha moderación, otras muy poca, y se desconoce la regla o término que se toma en cuenta para eliminar una cuenta o comentario. Un caso muy famoso fue el de la eliminación de la foto de una niña desnuda corriendo del bombardeo de napalm durante la Guerra de Vietnam, subida por el escritor Tom Egeland a Facebook en 2016, a quien también le suspendieron la cuenta. La red social calificó a la fotografía como contenido “inadecuado”, alegando que violaba sus estándares y política de desnudez. Finalmente, después de idas y vueltas y una carta del periódico noruego *Aftenposten* que calificaba la situación como censura³, Facebook rectificó su decisión y restableció las imágenes eliminadas. En este sentido, nos encontramos con una red social con políticas de moderación bastantes interpretativas, ¿debería la foto haber sido eliminada por su desnudez o mantenido por su relevancia e impacto social?

Entonces, no sólo pueden crear un perfil demográfico y conductual de sus usuarios a través de lo que recolectan sus algoritmos, sino que también miden sus sentimientos, pensamientos y desempeño. Sobre todo si pensamos en los anteriormente mencionados principios de gustabilidad y popularidad, generados por los algoritmos y que rompen con la igualdad de los usuarios. Esto no hace más que levantar inquietudes sobre la limitación a la libre expresión y al debate público, y tal como establecen Jose Van Dijck, Thomas Poell y Martijn de Waal (2018), las plataformas se convierten en aquello que dicen no ser: arbitrarias de la verdad.

De tal manera, se puede decir que nos encontramos en un régimen dataísta, basado en los datos y la información que “con su dataísmo, el régimen de la información revela rasgos totalitarios” (Han, 2022:20). Socava el proceso democrático, que presupone autonomía, libre albedrío y la autoobservación de la sociedad, al fragmentar al público y encerrarlos en esferas y redes privadas, reforzadas por los filtros de burbuja.

Dentro de unos años probablemente dispongamos de datos completos sobre el comportamiento de casi toda la

³Tras la situación con Egeland, el periódico decidió publicarla de nuevo, por lo que recibió un email de la plataforma pidiéndole que la retiraran o pixelearan, algo a lo que se negaron. Su redactor jefe, Espen Egil Hansen, se dirigió a Facebook y Mark Zuckerberg a través de una carta abierta y reflexionó sobre lo mismo: “Me preocupa que el medio más importante del mundo esté limitando la libertad en lugar de tratar de extenderla, y que esto ocurra de un modo autoritario”.

humanidad- y, además, sin interrupción. (...) Y, una vez que hayamos desarrollado una forma más precisa de visualizar los patrones de la vida humana, podremos esperar entender y controlar nuestra sociedad moderna de una manera más adecuada a nuestra compleja red de hombre y tecnología (Pentland en Han, 2022:68).

Este es el pensamiento de aquellos que definen el mundo en el que nos encontramos actualmente. Un mundo basado en datos que, tal como expresa Pentland, “controlan nuestra sociedad”, quieren tener datos completos sobre nuestro comportamiento. Esto es dominación, vigilancia y control. ¿Cómo entra la democracia en un mundo datificado? Los datos tratan de obsoletos y “pasivos” a los humanos al no reconocer su individualidad y plantear que somos criaturas de hábitos, ¿pero esto nos vuelve siempre predecibles? ¿Somos capaces de reducirnos a meros números? Y si la respuesta es afirmativa, ¿no sería culpa del mismo mundo digital en el que nos encontramos insertos?

Resulta pertinente aclarar que, además de ser los únicos moldeadores y moderadores del contenido en redes, los algoritmos son, ante todo, una herramienta cuantitativa. Al reducir la información y datos a algo cuantificable, resultan aún más manipulables, estableciendo el espacio perfecto para tomar constantemente las decisiones por los usuarios, sin que ellos sean conscientes de aquello. Esto responde a los modelos de negocios de estas empresas, los algoritmos viralizan determinado contenido o llevan a la cima de la conectividad a ciertos usuarios porque el obtener más clics y tráfico deriva en mayores ganancias. Cuanto más se vea aquello, más gana la empresa; entonces resulta obvio que el algoritmo favorecerá aquel contenido y lo hará llegar a un perfil de usuarios en específico, sobre todo si se trata de publicidad y anuncios. En este sentido, la autora Jose Van Dijck (2018) establece que somos parte de una sociedad codificada que puede ser manipulada por medio de los algoritmos.

Este capitalismo de la información en el que nos encontramos inmersos deriva entonces en un capitalismo de la vigilancia, en donde estas empresas hacen uso de la misma experiencia humana de los usuarios y la reducen a datos. Se entiende, entonces, que el mismo usuario es reducido a meros datos, es decir, es cuantificable, en una laguna de información. Si bien, y tal como hace alusión Shoshana Zuboff (2020), algunos datos se utilizan de forma fidedigna para mejorar ciertos aspectos de productos o servicios, el resto de ellos es propiedad de esta nueva élite o “feudales”, ya no entendidos como aquellos dueños de tierras, sino quienes poseen el

control del flujo de datos en la red: las pocas grandes corporaciones detrás de las plataformas. ¿En dónde quedó entonces la división de poder, fundamental para toda democracia? Al conocer el comportamiento humano, es que pueden darle forma para adaptarlo a sus propios e individuales fines, es decir, la propia humanidad le proporciona el insumo necesario para su éxito, tipo de poder conocido como instrumentalismo (Zuboff, 2020). Resulta imposible hablar de una democracia total si nuestros propios datos son considerados propiedad de personas ajenas a nosotros mismos, si conocen todo lo que hacemos y dejamos de hacer, y encima lo pueden saber en cada momento y lugar por el actual desdibuje de límites entre la vida privada y la pública. Al entregar nuestra privacidad, destruimos la sociedad y, en conjunto, a la misma democracia. Esto sucede en el día a día y con acciones tan normales y triviales del usuario (como un simple *like*). Cada vez que se les brinda información personal a estas empresas, su propio software e interfaz les permite obtener aún más datos sobre el comportamiento del usuario de los que éste supone o cree que aceptó.

Puesto de esta forma, resulta evidente que el funcionamiento de las redes posee rasgos totalitarios, en donde la privacidad termina siendo una ilusión porque estos “capitalistas de la vigilancia” conocen todo sobre nosotros y la modificación de la conducta a partir de estímulos deliberados, con fines comerciales, va en contra de la premisa de liberación de las redes, devolviéndonos un panorama antidemocrático. Las redes nos brindan servicios gratuitos, pero los usuarios, sin saberlo, les pagamos con otro tipo de moneda: nuestra información. Aunque se quisiera ver el lado positivo de las redes y los datos que fluyen en ella, como el supuesto servicio al usuario que ofrecen basado en la personalización, no se puede dejar de lado que esto mismo resulta negativo cuando se quiere hablar del libre acceso a la información. Con el ya mencionado concepto de filtro de burbuja y la creación de redes privadas, la personalización lleva al usuario a consumir siempre el mismo tipo de información, dándonos como resultado la tan mencionada crisis de la verdad.

El 2022 Digital News Report realizado por la agencia de noticias Reuters revela que sólo el 25% de los encuestados confía en que las redes sociales utilicen sus datos de forma responsable (ver Anexo 10). Se puede ver que ya los usuarios comienzan a tener cierta noción de lo que ocurre en línea y la falta de transparencia que existe en lo que se hace con sus datos. Existen los llamados ToS (términos de servicios, ToS por su nombre en inglés, *Terms of Service*) que regulan la relación entre el usuario y la plataforma, pero estos resultan incomprensibles, nada claros y, por ende, abiertos a la interpretación, lo que les permite

recolectar datos de sus usuarios y, asimismo, mejorar sus algoritmos. Además, como si fuera poco, la abundancia de información también incluye a los ToS, que suelen ser muy extensos y llevan mucho tiempo para leer (ver Anexo 11). Por esto es que, generalmente, los usuarios no le dan importancia y no son leídos, ocasionando el desconocimiento del tipo de información propia que queda en manos de la empresa, e incluso, estos pueden cambiar sin su consentimiento. Otras veces, directamente no se plasman en ningún lado lo que se hace con los datos del usuario, o no hay explicación suficiente de lo mismo, tal como lo menciona Twitter en su política de privacidad: “Algunos datos nos los das y otros los recogemos. A cambio, te ofrecemos servicios útiles. ¿No te parece bien? Comprueba tu configuración”. Para ellos, como nos ofrecen servicios que utilizamos día a día, está bien la oscuridad del uso de nuestros propios datos. Ahora, ¿la falta de transparencia es democrática?

Incluso se llegan a vender los datos de los usuarios, como es en el caso de las APIs (*Application Programming Interfaces*). Éstas permiten un acceso controlado a terceros a métricas, comportamientos, estadísticas, en resumen, datos de los usuarios. Aunque se sepa esto, el usuario no puede hacer nada para evitar que su información llegue a manos de otras empresas que la utilizarán para sus propios fines. Es decir, ni siquiera nuestros datos quedan en manos de los dueños de la red que utilizamos- lo que ya es bastante malo por sí sólo-, sino que otras empresas que nada tienen que ver con el uso que buscamos hacer en las redes pueden acceder a nuestra información. ¿En dónde quedó la noción de libertad, entonces? La seguridad y privacidad de la sociedad se ven claramente en peligro.

Un perfecto ejemplo, ya conocido y difundido, del uso y robo de datos sin consentimiento del usuario es el de la consultora Cambridge Analytica en 2018. La misma había logrado obtener datos de los usuarios de Facebook sin su permiso, con los que se crearon anuncios políticos a favor del entonces candidato a la presidencia de Estados Unidos, Donald Trump. La idea era influir en su decisión de voto. En el documental de Netflix Nada es privado (*The Great Hack*, 2019), se dio a conocer que en la consultora se validaba que, para hacer cambios profundos en la sociedad, primero había que dividirla y recién entonces se podían moldear las dos partes para hacer una nueva. “Fue un experimento muy poco ético, no sólo jugamos con la psicología de las personas y de un país, sino de un país en un proceso democrático” (Wylie, 2019). Se puede considerar, paradójicamente, que se utilizaron herramientas antidemocráticas para romper con la misma democracia de un país.

La democracia supone autonomía y libre albedrío, ¿en dónde quedan éstas en el contexto digital? Un contexto en donde las empresas detrás de las plataformas poseen tanto poder (incluso, a veces, más que los gobiernos), empresas que son capaces de comprar la más avanzada tecnología y controlar el flujo de datos, siendo entonces capaces de controlar el mismo futuro de la sociedad. Un contexto en donde los algoritmos de las plataformas responden a éstas empresas e incitan y distribuyen pensamientos, y hasta son capaces de predecir los mismos. Un contexto que, en resumen, nada tiene que ver con la transparencia y mera conexión de usuarios, sino con las ganancias que puedan obtener estas empresas con su interacción e información.

En un principio, la generación de información y datos se veía como algo inherente a las redes, un añadido, pero hoy en día resultan ser una gran empresa y negocio. El poder que su posesión otorga rompe los límites de la privacidad y se meten en lo más profundo de la vida del usuario, imposibilitando a los ciudadanos asegurarse el control de su propia vida y su derecho a la autonomía y soberanía individual. En ciertos casos, la obtención de datos no es ilegal ya que han sido aceptados por el usuario en extensas políticas de uso y servicio que, como previamente se mencionó, no han sido leídas, promoviendo el desconocimiento de la situación por parte del usuario. Pero, lo que sí se puede asegurar, es que su uso no es para nada ético o moral y que ponen en grave peligro los valores públicos y sociales en una democracia.

Fake news y clickbait

La tecnología detrás de las mismas redes y su incomparable avance en los últimos años llevó a la modificación de las formas de conectarse, creando nuevos espacios y, por ende, transformando la esfera pública y la democracia. El poder estar conectados responde y satisface instantáneamente la necesidad innata humana de interrelacionarnos, de eso no hay dudas, tal como comenta Niall Ferguson (2017). Pero esta misma interrelación se da en un contexto que, a pesar de ser creído beneficioso para la comunicación actual entre personas, realmente implica trabas en la misma, si se habla de una verdadera comunicación y una opinión pública compartida entre usuarios. Actualmente, la sociedad se mueve por redes propiamente dichas, basada en nodos, aristas y núcleos, en donde las conexiones y el acceso a la información son lo que predomina (Ferguson, 2017). La introducción de líderes de opinión en un sistema basado en redes privadas y filtros de burbuja, como se mencionó, erradican el libre acceso a la información, aún más considerando que son los mismos quienes

deciden si pasar o no información. Además, responden a las mismas empresas que se encuentran detrás de las redes, ya que a éstas les conviene el regreso del antiguo *star system*. Todo vuelve siempre al capitalismo característico que se desarrolla en estas plataformas. Por supuesto, capitalismo no tiene porqué ser sinónimo de antidemocracia, visto que en la política actual la mayoría de los países democráticos se rigen por ese sistema político; pero en el contexto de las redes, la situación es distinta. Como se mencionó en el apartado anterior, a estas empresas les conviene impulsar y viralizar a determinadas personas y contenidos hacia usuarios en específico para tener ganancias. La manipulación de la información puede darse de muchas formas, y probablemente los mismos líderes de opinión ni siquiera comprendan el rol que juegan en el modelo de negocios de estas empresas, pero todo responde a ellos, en donde la materia prima de sus ganancias es la información. Así, el tener a personas que manejen la misma y regulen qué y cuál contenido llega y a quién, resulta de vital importancia. El mero hecho de que existan líderes de opinión no es el único factor que vuelve a las redes desigualitarias, sino la falta de posibilidad de elegir aquel contenido al que se quiere acceder, la falta de posibilidades que se nos es restringida sin siquiera darnos cuenta. Además, la idea de que el más apto se lo lleva todo y los conceptos del principio de gustabilidad y popularidad, refuerzan esta situación.

En todo este contexto, es que podemos hablar de las fake news y el clickbait, recordando que la materia que mueve y domina a las redes es la información, sin importar qué tipo. La importancia radica en que llegue información a los usuarios, más allá de su veracidad o falsedad. No hay que olvidar que “también las noticias falsas son, ante todo, información” (Han, 2022:42). Gracias a la viralización, es que las fake news lograron amplitud dentro de las redes y que así se tenga un menor interés en la veracidad de los hechos y, más preocupante aún, en las capacidades críticas que nos permiten calificar a una noticia como verdadera o falsa. Pero, ¿qué entra dentro del gran espectro de las noticias consideradas como falsas? “Errores, interpretaciones, datos incompletos, manipulación, estafas, etc. A primera vista se advierte que no todos estos factores son igualmente reprochables y que el grado de reproche en algunos casos puede depender del sujeto que imparte o comparte la información” (Del Campo, 2020:8). En este sentido, vendría a ser peor una noticia falsa que provenga de un alto funcionario del gobierno o un científico o letrado, a la que provenga de un simple usuario repostando una noticia que cree veraz o un consejo errado. El caso de los líderes de opinión es bastante especial, ya que puede que no posean conocimientos del tema pero, al fin y al cabo, son referentes de clústeres en las redes, por lo que su responsabilidad es mayor que

la del usuario promedio. Un ejemplo podría ser el caso del Pastor Giménez quien publicitó la venta de alcohol en gel como cura “milagrosa” para el COVID-19, a principios de 2020 en el país, y dicho hecho no tardó en viralizarse en todos los medios.

El frenesí comunicativo que caracteriza a las redes, con información que llega desde todos lados y nos termina saturando, sin quitar que a una velocidad e instantaneidad desenfrenada, no nos permite centrarnos en la misma, detenernos y realizar una crítica constructiva de aquella información. El actual papel de “prosumidores” de los usuarios- que genera una impresión de libertad, pero falsa-, hace que el flujo de datos que se genera en las redes sea inmenso; y este gran flujo de información reduce las actividades cognitivas, no nos permiten detenernos en esta y minimizan así el saber, la experiencia, el conocimiento y la racionalidad. Entonces, como se mencionó, existe ésta ilusión de libertad, pero verdaderamente no actúan. Los usuarios no se encuentran en la capacidad de afirmar algo y poder defenderlo con argumentos válidos. Pero, ¿para qué lo necesitan? Si ya se encuentran en una burbuja en la que todo lo que se consume dice lo mismo, entonces es la única verdad que se conoce y ni siquiera se desconfía, al contrario, se acepta sin restricciones. ¿Para qué necesita el usuario la capacidad de razonar y actuar, si incluso sin quererlo o buscarlo le llega información que se ajusta a sus propias creencias y ya le moldea el pensamiento?

Este espeluznante escenario se puede catalogar como una verdadera “crisis de la verdad” en donde, como ya se ha mencionado, los mismos hechos se tambalean al perder lo fáctico y referencial, y la libertad de expresión termina siendo una ilusión. ¿Para qué es necesario que el usuario razone, si incluso los mismos algoritmos y software de las redes automatizan todos los procesos y les llevan información, hasta en sus ratos de ocio? “Estamos pasando menos tiempo actuando en el mundo y más tiempo viviendo y trabajando a través del medio abstracto de la pantalla” (Carr, 2015:99). Este mismo autor habla de la automatización como algo no benigno ya que sustituye toda la actividad humana al reducir el volumen de trabajo y cambia “los roles, las actitudes y la destreza de las personas que participan en ella” (Carr, 2015:47). Así, “con demasiada frecuencia, la automatización nos libera precisamente de aquello que nos hace sentirnos libres” (Carr, 2015:18), y las personas se ven víctimas de afecciones cognitivas: la complacencia automatizada y, la que importa en este caso, el sesgo por la automatización. Éste surge cuando las personas le dan un excesivo peso a lo que ven y la creen incluso cuando es errónea o falsa; su confianza es tal que ignoran o rechazan otras fuentes de información. Ambos problemas devienen de la limitación en nuestra capacidad

para prestar atención, claramente derivada del contexto de velocidad y saturación en el que nos envuelven las redes. “La automatización tiende a hacernos pasar de ser actores a observadores” (Carr, 2015:50).

De igual forma, con la ya mencionada creación de redes privadas, este tipo de información puede prevalecer aún más porque “la información, las ideas o creencias son amplificadas por transmisión y repetición en un sistema cerrado donde las visiones diferentes o alternativas se descartan o se representan de forma minoritaria” (Fernández García 2017:68). Y acá, de nuevo, el papel de los líderes de opinión resulta primordial, ya que los mismos transmiten esta información que se repetirá en “cámaras de resonancia”. Los usuarios consumen el mismo contenido, noticias que se amoldan a su forma de pensar y generan entonces un “efecto resonancia”, concepto que trazó Fernández García (2017). Sumado al contexto de crisis de la verdad y al contenido puramente emocional y sensacionalista, la importancia radica en que esta información que llega se ajuste a mi ideología, a una narrativa determinada y, de nuevo, la creación de una verdadera esfera pública se ve en riesgo. Además de que aquellos encargados de elegir y ordenar, moderar y filtrar el contenido de las redes (las empresas y sus algoritmos), tampoco se hacen cargo de verificar si una noticia es o no falsa, o su proceso para hacerlo es bastante oscuro; no garantizan que “las noticias sean realmente noticias” (Fernández García, 2017:73). Sobre este punto se ampliará más adelante.

En este sentido, la información que predomina y genera un impacto mayor es aquella que se encuentra cargada de emociones, ya que es la que puede captar nuestra atención en la marea de información que nos llega constantemente. De esta forma, estas tecnologías se apoderan de lo instintivo y emotivo del comportamiento, y dobléan lo que se hace, y por esto mismo prevalece la información con mayor “potencial de excitación”; una clave para la atención que reciben las fake news. Como parte de ellas, se puede mencionar al clickbait, aquel “diseño de contenidos gancho que buscan atraer la atención de lectores y animar a los usuarios a hacer clic” (Bazaco, Redondo y Sanchez-García 2019:97), a partir de varios señuelos, como la selección noticiosa, estrategias de redacción, uso de imágenes como cebo, siendo el principal los títulos llamativos. Estos se basan en el infoentretenimiento, sensacionalismo, trivialización de contenidos (exagerados o superficiales), y apelan a la curiosidad del usuario. En este contexto, la información que buscan transmitir no es verdaderamente informativa, nada tiene que ver con el titular y/o brinda poca información, incumpliendo las expectativas del lector; todo para mantener al usuario en su web lo máximo posible y así aumentar el

tráfico de la misma. De nuevo, todo responde a modelos de negocios, en este caso de las empresas detrás de las redes e incluso de las que utilizan las redes como usuarios, como puede ser el caso de BuzzFeed. Esta es una empresa mundial, oriunda de Estados Unidos, en donde el tráfico y la viralidad son el objetivo, según sus propios críticos (Javier Pastor, 2021). Esto lo logra a partir del uso masivo de publicidad y anuncios y con listas, encuestas, memes, preguntas y respuestas, es decir, mero entretenimiento⁴.

Las redes sociales se expanden cada vez más en el terreno de las noticias. Según la Agencia Reuters en su 2022 Digital News Report, las redes son una de las principales fuentes de noticias, con un 82% de los encuestados utilizando internet para acceder a ellas; siendo ahora un 2.5 más probable que las personas acudan a las redes para informarse. También descubrieron que Facebook es la plataforma a la que más recurren para el consumo de noticias (44%) y que quienes utilizan principalmente las redes para informarse son los que más preocupados se encuentran a la hora de tener que identificar lo real de lo falso (61%), siendo las principales regiones África y América Latina (para el uso de cada red social por región, ver Anexo 12). Como se puede ver, la población utiliza redes sociales para mantenerse informado, lo que resulta en un consumo de noticias instantáneo y rápido, pero no siempre eficaz o veraz. Los investigadores del MIT (Massachusetts Institute of Technology) Soroush Vosoughi, Deb Roy y Sinan Aral (2018) descubrieron que las mentiras son difundidas más profunda, rápida y ampliamente que la verdad, en todas las categorías de información en las noticias distribuidas en Twitter de 2006 a 2017. Con esto se puede ver que las plataformas van dominando progresivamente la distribución y selección de noticias, lo que claramente les agrega un tinte comercial y presión de dar noticias que generen *engagement*. Esto es debido a que lo importante es la información y su explotación para así ganar poder. En este sentido, no es de sorprender que los recursos que se llevan adelante para captar la atención del usuario sean el clickbait y las fake news. Para Jose Van Dijck, Thomas Poell y Martijn de Waal (2018), la presión de que le den clic a una noticia puede causar la omisión de algunas por no creerlas atractivas y así cargar el contenido emocionalmente. En este sentido, transforman la publicidad y anuncios en algo que es compartido y consumido como contenido, y transforman las noticias en entretenimiento. Además, estas empresas no pueden controlar plenamente el contexto en el que los usuarios encuentran determinadas

⁴Este tipo de empresas se basan en lo llamado periodismo de algoritmo o periodismo para millennials, rompiendo con el periodismo “clásico” de los medios tradicionales e incorporando el uso masivo de publicidad y anuncios.

noticias, por lo que no pueden garantizar una exhaustiva y justa oferta, lo que es considerado esencial en una democracia. Esto compromete al periodismo, la amplia cobertura de noticias y el acceso a la información de la sociedad.

A pesar de que es cierto que en los últimos años, y principalmente debido a la pandemia, se dio una evolución en el tema, el avance del mismo continúa siendo una problemática sin resolución. Se ha pasado de un “sistema que dependía casi enteramente de sus usuarios para las denuncias de contenido violatorio de sus normas, a un sistema de activación y de *enforcement* proactivo de sus términos y condiciones de servicio” (Del Campo, 2020:17). Desde el punto de partida este “antiguo” sistema traía consigo ciertos problemas, ya que como se mencionó, la cancelación tiene una cara negativa y antidemocrática, y podía que se estuviera cancelando a un usuario por simplemente pensar distinto o ir en contra del estándar de la comunidad, pero por la cantidad de denuncias que su cuenta recibió, ésta terminaba siendo suspendida, restringiendo el derecho a la libertad de expresión. Pero el nuevo sistema dista de ser mucho mejor. Las mismas plataformas detectan contenidos con posibilidades de ser falsos y se envían a terceros, llamados *fact checkers*, para su verificación; además, utilizan la automatización de todos (o casi todos) sus procesos para su detección, algo que pasa de ser positivo y, como opina Carr (2015), su benignidad es una “falacia”. Es el mismo algoritmo el que detecta y filtra, pero ¿se conoce verdaderamente cómo operan las plataformas? Como ya se ha establecido, no. Sus modelos de negocios y políticas de moderación y filtrado resultan opacas, nada transparentes ni claras; a priori, no se ven reflejadas en los ToS, por lo que la misma información puede que sea inexistente o se encuentre diseminada por varios lugares y documentos. ¿Y cómo es posible chequear esto, entonces? “Ya no sabemos si el software nos está ayudando o nos está controlando” (Carr, 2015:134).

Son varios los expertos, entre ellos la autora Agustina del Campo (2020:21), que sostienen que “la mala información se combate con más información y no censura”. Por supuesto, la misma censura sería un claro paso hacia la antidemocracia en las redes, pero la otra solución (más información) tampoco resulta mucho mejor. Si a más flujo de información hay mayor saturación, se da el contexto perfecto para la falta de atención a esos contenidos y la consiguiente pérdida de la criticidad y acción necesarias para poder identificar a estas noticias falsas, promoviendo además un espacio emocional en donde éstas son más tendientes a

prosperar. Entonces, ninguna de las dos soluciones que se plantean implementar nos brinda una solución perfecta a nuestro problema.

Síntesis

Tras todo lo expuesto en esta investigación y la realización final de una matriz FODA (ver Anexo 13), queda claro que las redes sociales nacieron con una idea demasiado utópica para los años que vendrían. Por la comodidad y conexión que los usuarios podían alcanzar a través de las mismas, es que su uso comenzó a verse incrementado y, con esto, el inicio al terreno antidemocrático. Por el mero hecho de poder mantenerse conectados, los usuarios renuncian a determinados factores, sea de forma consciente o inconsciente, porque su vida ya está digitalizada. Pero ese desdibuje de límites en su vida pública y privada no es nada más que peligroso y atenta contra los valores públicos y, de esa forma, contra la democracia.

Hemos expuesto tres fenómenos que explican los problemas actuales en las redes y cómo éstos son indudablemente el puente que conecta a las plataformas con la antidemocracia. No se puede negar que aún se siguen conservando retazos de esa premisa fundadora: ayudan a visibilizar y erradicar actos de discriminación y maximizar protestas y movimientos sociales, con un costado solidario y colaborativo; le permiten a los usuarios interactuar entre ellos, es decir, llevar adelante un tipo de comunicación horizontal; y además brindan cierto beneficio al usuario, como por ejemplo datos que se utilizan para mejorar algún producto o servicio o que optimizan la experiencia del usuario y su navegación por la personalización. Pero muchos de estos puntos terminan siendo negativos o se pueden dar vuelta y encontrar una arista que no resulta completamente beneficiosa para los usuarios de las redes sociales.

La libertad de expresión se ve corrompida con la creación de filtros de burbuja, con la autocensura prevaleciendo y la pluralidad de ideas en disminución, con una tiranía de las mayorías que desplazan y callan a una minoría que piensa distinto y perpetua linchamientos o persecuciones masivas, generando las condiciones para que se de la espiral del silencio, clara desviación de la democracia. Con usuarios llevando adelante monólogos que repiten información y el aislamiento individual o en clústeres, el debate e intercambio de opiniones o un verdadero acto discursivo y comunicativo ya resultan utópicos. Los usuarios se creen en plena libertad y capacidad de expresarse, pero en realidad se encuentran contenidos en una red privada, con escaso acceso a diversas ideologías y, por ende, dividiendo a la sociedad y destruyendo la cultura participativa. La misma verdad se tergiversa y entra en crisis, y la

opinión pública queda olvidada en una idea que prometía ser democrática. Esto no tiene sólo que ver con un accionar individual, sino que la misma regulación de las redes, detrás de algoritmos, les impide el libre acceso a la información y refuerza la situación. De igual forma, la falta de división del poder, ostentado por las pocas grandes corporaciones detrás de las plataformas y la desigualdad evidente que depende de líderes de opinión y los mismos algoritmos, nos muestran un escenario negativo en donde el principio igualitario entra en decadencia.

Asimismo, el papel de los usuarios termina resultando antidemocrático, ya que existe la idea de libertad, cuando realmente están siendo vigilados y controlados por estas mismas empresas, quienes llevan adelante todo acto en las redes, desde la recolección y filtración hasta la curación y moderación. No son los usuarios los que eligen qué ver ni de qué forma. Por esto mismo, se puede afirmar que no existe un libre pensamiento ya que todo lo que los usuarios encuentran en redes es, en realidad, manipulado e impuesto, con falta de transparencia y claridad de procesos, ya sea de funcionamiento o políticas (las que resultan ambiguas). Por ende, se puede hablar de un uso no ético y, muchas veces, ilegal; que vulnera la propia privacidad de los usuarios, nada más antidemocrático. De igual forma, esta situación se continúa manteniendo por la inmediatez, velocidad y saturación del contenido en redes y, por consiguiente, la falta de atención y ausencia de un pensamiento crítico y activo, lo que les imposibilita criticar aquel contenido y poder deliberar y argumentar sobre el mismo, sino que se tiene plena confianza en él y un menor interés en su veracidad. Por ese motivo es que el contenido que más atrapa es el emocional, jugando con los sentimientos y curiosidad del usuario, con el único objetivo de lograr su clic y generar tráfico. De nuevo, la carencia de precisión informativa y, por consiguiente, la falta de seguridad de esa información que se recibe, nos llevan a un terreno de ausencia de libre acceso a la misma.

Además, existe un desconocimiento por parte de los usuarios del papel clave que juegan en los modelos de negocios de las plataformas. Éstas, a partir de los algoritmos y la automatización, le imponen roles y comportamientos específicos, cuantificando algo (la experiencia humana) que no debería reducirse a meros datos. Se deja de lado el conocimiento y actividad humana, para considerar a los usuarios como datos que pueden ser controlados y así obtener ganancias y poder.

Entonces se puede decir que estamos inmersos en un capitalismo, en donde obtener nuestra atención es lo más importante, a costas de la verdad y de información verídica; sólo importa

que haya información dando vueltas, saturándonos, para que así sea más fácil captar nuestra atención (que ya se encuentra en un déficit) y manipularnos, vigilarnos y moldear la experiencia humana. En este sentido, el poseer información es poseer el control, y en una democracia el poder debe estar dividido y la privacidad y transparencia aseguradas. Asimismo, la libre expresión debe ser un derecho inherente, el acceso a la información algo preestablecido y el debate y diálogo una posibilidad para que exista una esfera pública compartida.

Referencias bibliográficas

Aiello, E. (18 de junio de 2018). *Un estudio realizado por investigadores de MIT analiza cómo se propaga la falsedad en Twitter*. [Análisis del estudio de: Vosoughi, S., Roy, D., y Aral S. (2018). *The spread of true and false news online*. Revista Science (359, 6380). doi: 10.1126/science.aap9559]. Recuperado de: <https://eldiariofeminista.info/2018/06/12/un-estudio-realizado-por-investigadores-de-mit-analiza-como-se-propaga-la-falsedad-en-twitter/>

Barber, B. (2009). *¿Hasta qué punto son democráticas las nuevas tecnologías de telecomunicación?*. (Vol. 3). IDP Revista de Internet, Derecho y Política.

Bauman, Z. & Lyong, D. (2013). *Vigilancia líquida*, (pp. 30). Madrid: Paidós Estado y Sociedad.

Bazaco, A.; Redondo, M. & Sanchez-García, P. (2019). *El clickbait, como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología*. Revista Latina de Comunicación Social, (74), p. 94 a 115. doi: 10.4185/RLCS-2019-1323

Buffy, C. (2 de noviembre de 2022). *Elon Musk insinúa que Donald Trump no volverá a Twitter antes de las elecciones intermedias*. CNN. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2022/11/02/elon-musk-donald-trump-no-volvera-a-twitter-elecciones-intermedias-trax/>

Burgos, E., & Hernández Díaz, G. (2021). La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario?. *Revista Comunicación*, (163). Recuperado de:

<https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20035/Art%C3%ADculo%20La%20cultura%20de%20la%20cancelaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>

Carr, N. (2015). *Atrapados. Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*. Epub. Recuperado de: https://www.academia.edu/29266847/Carr_Nicholas_Atrapados

Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). (pp. 88). Siglo XXI.

Chirinos Colmenarez, G. (2020). *El fenómeno de la tiranía de la mayoría, según Alexis de Tocqueville, en clave de paradoja*. (pp. 24) [Trabajo de investigación final]. Universidad de la República. Recuperado de: https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/25597/1/TCP_ChirinosGregory.pdf

Cuadra, A. (2018). El príncipe posmoderno: posverdad y enjambres digitales. *Revista REPRESENTACIONES. Periodismo, Comunicación y Sociedad*. Recuperado de: <https://revistas.usach.cl/ojs/index.php/re-presentaciones/article/view/3685>

Del Campo, A. (2020). *¿La desinformación en democracia o la democracia de la desinformación?*. Revista digital Asuntos del Sur. Presentación Series Debate: La democracia importa, (9). Recuperado de: https://asuntosdelsur.org/wp-content/uploads/2020/08/p9_desinformacion_en_democracia.pdf

Fangio, A.B. & Zunino, C.M. (2020). *La continuación de la Guerra Fría en época de redes sociales: Desde Cambridge Analytica hasta el fenómeno de TikTok (2018-2020)*. [Trabajo de investigación final]. Universidad Argentina de la Empresa.

Ferguson, Niall (2018). *La plaza y la torre: El papel oculto de las redes en la historia: de los masones a Facebook*. (p. 1-80). Barcelona: Penguin Random House, trad.: Inga Pellisa Diaz y Francisco Ramos Mena.

Fernández-García, N. (2017). *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*. Nueva sociedad, (269). Recuperado de: <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>

- Freixa, O. (2013). *El caso Justine Sacco*. Recuperado de: <https://www.omerfreixa.com.ar/el-caso-justine-sacco/>
- Freud, S. (2005). *Psicología de las masas y análisis del Yo*. (pp. 7-15). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Libros en Red.
- Godinho, R. (5 de noviembre de 2021). *Chris Pratt, cancelado por una (odiosa) comparación entre su ex y su actual pareja*. Cuore. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/cuore/famosos/chris-pratt-cancelado-comparacion-katherine-schwarzenegger-anna-faris>
- Han, B. C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de democracia*, (3), Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Taurus, trad. cast.: Joaquín Chamorro Mielke
- Hootsuite & We Are Social (2022). *Informe global digital 2022*. Recuperado de: https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/#El_punto_de_inflexion_del_crecimiento_de_los_usuarios_de_redes_sociales
- INDEC (2021). *Tecnología. Hogares con acceso a internet*. Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-26>
- Infobae (18 de marzo de 2020). *Imputaron al pastor Giménez por posible venta de alcohol en gel como cura milagrosa*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/teleshov/infoshow/2020/03/18/imputaron-al-pastor-gimenez-por-posible-venta-de-alcohol-en-gel-como-cura-milagrosa/>
- Mafud, L. (19 de agosto de 2019). *Twitter y la paradoja de su desconexión*. El Cronista. Recuperado de: <https://www.cronista.com/columnistas/Twitter-y-la-paradoja-de-su-desconexion-20190819-0032.html>
- Martínez Bascañán, M. (2015). *Democracia y redes sociales: el ejemplo de Twitter*. (pp. 175-198). Revista de Estudios Políticos, (168). doi: <https://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.168.06>
- Netflix (Productor), Amer, K. & Noujaim, J. (Productores). (2019). *Nada es privado* [Documental]. Estados Unidos: Netflix.

- Noelle-Neumann, E. & Calderón, F. J. R. (1995). *La espiral del silencio. La opinión pública: nuestra piel social*. (pp. 179-180). Barcelona: Paidós.
- Pastor, J. (3 de julio 2021). *BuzzFeed y el fracaso del periodismo para millenials*. Xataka. Recuperado de: <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/buzzfeed-fracaso-periodismo-para-millenials>
- Reuters Institute (2022). *2022 Digital News Report*. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/dnr-resumen-ejecutivo>
- Rios, N. (28 de junio de 2022). *Chris Pratt rompió el silencio tras una desafortunada frase de su hijo*. BolaVip. Recuperado de: <https://spoiler.bolavip.com/celebrities/Chris-Pratt-rompio-el-silencio-tras-una-desafortunada-frase-sobre-su-hijo-20220628-0016.html>
- Sanchez Sanchez, M. (9 de septiembre de 2016). *Facebook rectifica y restablece la fotografía censurada de “La niña del napalm”*. Verne EL PAÍS. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2016/09/09/articulo/1473433633_121477.html
- Twitter (2022). *Política de privacidad de Twitter*. Recuperado de: <https://twitter.com/es/privacy>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*, (1), Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, trad. cast.: Hugo Salas [Título original: The Culture of Connectivity: A Critical HIstory of Social Media]. Recuperado de: http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf
- Van Dijck, J., Poell T. & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Zuboff, S., & Mosquera, A. S. (2020). Hogar o exilio en el futuro digital. En Zuboff, S., & Mosquera, A. S. *La era del capitalismo de la vigilancia* (pp. 15-37). Barcelona: Paidós.

Anexo

Anexo 1 - Reflexiones de actualización

Ante todo lo planteado a lo largo de este trabajo, nos pareció pertinente mencionar, en un apartado, las posibles reflexiones a futuro. Frente a todo lo expuesto, no es sorprendente que surjan muchas interrogantes sobre cómo afrontar la situación tanto conductual de los usuarios, como de su propia seguridad, integridad y soberanía. ¿Existe la solución perfecta? ¿O nos tenemos que contentar con una solución a medias, permitiendo renunciar a determinados factores para poder obtener otros? La respuesta más simple sería no, los mismos Estados deben garantizar una solución contemplativa de todas las distintas aristas que se ponen en juego, pero entonces nos encontramos con un nuevo problema: los dueños de las redes sociales. Como se ha mencionado, estos son muchas veces incluso más poderosos que los mismos gobiernos, entonces la solución debe partir de ellos. Aquí deben alejarse de sus propios modelos de negocios y beneficio propio, en vías de un beneficio en conjunto para la sociedad. Es decir, encontrar una forma en que sus intereses estén alineados con el bienestar social o público; moverse de valores personales a valores públicos. Quizá, encontrar la forma de que el capitalismo de vigilancia planteado por Zuboff (2020) pueda servir a la causa; aunque siempre está la amenaza de que abrir un espacio para ello lleve a más manipulación de contenidos y censura desde las propias plataformas. Si se empleara, debería ser con total transparencia y claridad, para así lograr una mayor vigilancia que permita la detección temprana de noticias falsas, clústeres de información e ideologías y, sobre todo, una auto vigilancia que no le permita a las redes sobrepasar límites democráticos.

Además, un papel muy importante en este contexto sería el del propio interés individual de cada usuario a mejorar y emplear conscientemente el razonamiento y la crítica; para esto, lo primero y principal que se necesitaría es que toda la sociedad sea consciente de esta situación y las diversas estrategias que pueden llevar a cabo para revertirla. La alfabetización mediática resulta primordial para poder decodificar la masiva información que se recibe día a día y poder evaluar tanto su credibilidad como su funcionamiento y consecuencias. Recordemos que un “monitoreo estatal activo y masivo de la expresión en redes sociales constituye una limitación a la libertad de expresión y puede generar autocensura” (CELS en Del Campo, 2020:7). Nuevamente, la manera más fácil y verídica de lograrlo es con un Estado presente (y dueños de plataformas) que sea claro y transparente a la hora de hablar de la situación y

establecer políticas públicas de impacto. ¿Podrán dejar de lado el beneficio propio en pos de la democracia en las redes sociales?

Se pueden ver algunos ejemplos que parecerían apuntar a que sí, que son y están siendo cada vez más capaces. Por ejemplo, Facebook pasó a eliminar miles de cuentas diariamente por abusos a su política y Twitter elimina mensajes y cuentas que difunden concertadamente el mismo contenido cuando operan o parecen operar en red. ¿Pero esto responde realmente a un beneficio colectivo y social o sigue siendo por beneficio propio? Un gran ejemplo es el twitter de Donald Trump, al que comenzaron eliminando tweets hasta finalmente suspender la cuenta. Pero, actualmente, con la compra de la red social por parte de Elon Musk, se sabe que el nuevo dueño quiere restablecerla, habiendo planteado que lo haría si el mismo apoyaba su compra de la plataforma. Para inicios de noviembre de 2022, con Musk ya como dueño y sin haber obtenido previamente el apoyo de Trump, el magnate declaró que su cuenta quedaría inactiva, al menos, hasta las elecciones intermedias. ¿Es esto un retroceso al avance previo? ¿Acaso no nos enseña esto que todo depende de los dueños detrás de las plataformas, que encima cambian de opinión constantemente? Personas con influencia que operan a partir de ideologías propias y responden a un modelo de negocios particular, con políticas y operaciones atribuidas a la mera interpretación de quien las impone. En este sentido, ¿cómo podemos estar seguros que lo que se elimina en redes corresponde a contenido que socialmente debe ser eliminado? Siempre recaemos en las mismas preguntas que, por el momento, no encuentran respuesta. Lo único que podemos establecer con seguridad es que la plataformización requiere un acercamiento integral y no sectorial para defender los derechos de los usuarios y ciudadanos; la colaboración entre Estados y plataformas que operan en sus países resulta primordial para lograr alcanzar una solución, y una plena transparencia y claridad de procesos, desde sus modelos de negocios hasta los algoritmos. Además de los usuarios estar enterados de cómo operan, deben conocer las consecuencias de los mismos y mantener una posición crítica y conocedora para poder razonar y actuar debidamente, es decir, ser más proactivos en las redes y demandar a los Estados y plataformas políticas de valor para que los mismos no tengan otra opción más que proporcionárselas. ¿Cómo se podría llevar adelante? Por el momento no existe una solución que contemple a todos los actores, pero la actual situación antidemocrática de las redes abre muchas nuevas aristas de investigación, sobre todo por tratarse de un tema en auge y nuevo, como importante para el mundo digital, sus usuarios, y las mismas democracias en el mundo.

Anexo 2



Justine Sacco
@JustineSacco



Going to Africa. Hope I don't get AIDS. Just kidding. I'm white!

Fuente: *The Guardian* <https://www.theguardian.com/world/2013/dec/22/pr-exec-fired-racist-tweet-aids-africa-apology>

Anexo 3



Fahreen
@fahreen_ali



Justine Sacco you absolute idiot.

Traducido del inglés al [Google](#)

Justine Sacco, absoluta idiota.

3:00 p. m. · 21 dic. 2013 · Twitter Web Client

Fuente: *Twitter* https://twitter.com/fahreen_ali/status/414455354949267456

Anexo 4



Tola
@RubyFidler00



So happy Justine Sacco got sacked...what an idiot.

Traducido del inglés al [Google](#)

Tan feliz que despidieron a Justine Sacco... qué idiota.

8:19 p. m. · 21 dic. 2013 · Twitter for Android

Fuente: *Twitter* <https://twitter.com/RubyFidler00/status/414535533952770048>

Anexo 5



Incredibly happy Justine Sacco got fired. Racist idiot.

Traducido del inglés al Google

Increíblemente feliz Justine Sacco fue despedida. Idiota racista.

11:02 p. m. · 21 dic. 2013 · Twitter for iPhone

Fuente: Twitter <https://twitter.com/youraveragevic/status/414576613238788096>

Anexo 6



Fuente: Instagram https://www.instagram.com/p/CVynGLRp_ju/?hl=es-la

Anexo 7



Dios lo que me parece PEOR de lo que dijo Chris Pratt es la manera en que su hijo va leer eso y seguro estando así de chiquito tiene que sentir el rechazo del nefasto e hijo de puta de su papá por sus problemas de salud

12:28 a. m. · 5 nov. 2021 · Twitter for Android

15 Me gusta

Fuente: Twitter <https://twitter.com/CROWMYOON/status/1456463478546444300>

Anexo 8



Fuente: Twitter <https://twitter.com/no1hingn3w/status/1456380841769246720>

Anexo 9

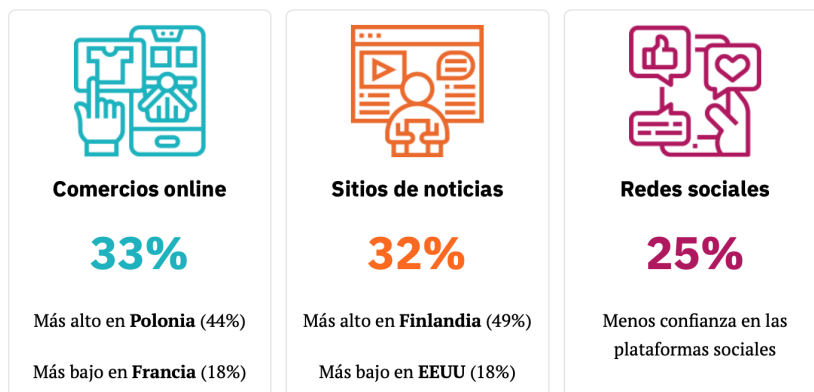


Fuente: Twitter <https://twitter.com/HobbiesGeeks/status/1456427029818003456>

Anexo 10

Proporción que confía en cada uno para usar sus datos de forma responsable

Todos los mercados



REGISTER2_1/2/3 I trust most news websites/social media sites/online retailers to use my data responsibly. Base: Total sample: All markets = 44,924.

Anexo 11



Fuente: Fangio, A.B. & Zunino, C.M. en *La continuación de la Guerra Fría en época de redes sociales: Desde Cambridge Analytica hasta el fenómeno de TikTok (2018-2020)*. [Trabajo de investigación final]

Anexo 12

Porcentaje que utilizó cada red social para consumir noticias en la última semana

Regiones escogidas

	Europa	América del Norte	Asia	América Latina	África
Facebook	40%	34%	43%	57%	
YouTube	23%	25%	42%	35%	
WhatsApp	16%	6%	24%	35%	
Instagram	14%	10%	18%	28%	29%
Facebook Messenger	11%	13%	11%	11%	15%
Twitter	9%	11%	14%	16%	34%
Telegram	4%	2%	9%	6%	18%
TikTok	5%	6%	9%	11%	14%

Q12B. Which, if any, of the following have you used for news in the last week? Base: Total sample in each region. Europe = 48,836, North America = 4048, Asia = 20,349, Latin America = 12,104, Africa = 6057. Note: Africa average is Kenya, South Africa, and Nigeria only (English speakers in South Africa and Nigeria).

Anexo 13 - Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Arista democrática (causas nobles y solidarias). - Personalización y utilización de datos para mejorar servicios, productos y navegación (experiencia del usuario). - Posibilidad de comunicación horizontal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar información/dar a conocer el rol de los algoritmos. - Reestructurar los Términos y Condiciones de las redes sociales. - Colaboración entre las empresas y el Estado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Minorías/individuos censurados (espiral del silencio). - Imposición de la masa (tiranía de la mayoría). - Individuos encerrados en su pensamiento/verdad (filtros de burbuja/cámaras de resonancia). - Utilización no ética y legal de los datos. - Ausencia de acción y pensamiento crítico (saturación de información). - Falta de atención a los contenidos (velocidad e instantaneidad). - Plena confianza en el contenido (sesgo por automatización) y menor interés en la veracidad de los hechos (por viralización). - Cambio e imposición de roles, actitudes y actividad humana (por algoritmos y automatización). - Vulneración de la privacidad. - Falta de transparencia y políticas ambiguas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente cantidad de usuarios en las redes sociales. - El poderío económico de las pocas empresas que manejan las plataformas y que “compran” el futuro. - Destrucción total de la escucha. - Fin de la política y soberanía (dominio total de las plataformas, sin división de poder). - Obtención de datos completos y su control sobre el comportamiento humano (mundo completamente dataísta). - Potencial acaparamiento de la información por parte de los líderes de opinión.

<ul style="list-style-type: none">- Inexistencia de una verdadera opinión pública.- Acceso limitado a la información.- Contenido cargado emocionalmente y no informativo (para aumentar el tráfico y obtener clics).- Reducción de la experiencia humana a meros datos (capitalismo de la vigilancia).	
---	--

Cómo citar este pdf

Boggiatto, C. & Vuono Trotta, N. (2022). *La naturaleza antidemocrática de las redes sociales: cancelación, manipulación de datos y fake news*. [Trabajo de investigación final]. Universidad Argentina de la Empresa.