

Título Desconfianza virtual Sólo 1 de cada 10 argentinos cree que es verdad lo que ve en redes sociales

Tipo de Producto Divulgación

Autores Clarín

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A19S17 - Sinceridad y vida privada. Indagaciones exploratorias acerca de la "praxis de la sinceridad" en ámbitos microsociales de la vida cotidiana (AMBA, 2018)

Responsable del Proyecto

Maioli, Esteban

Línea

Análisis del Discurso y Opinión Pública

Área Temática

Comunicación

Fecha

Noviembre 2018

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

Desconfianza virtual

Sólo 1 de cada 10 argentinos cree que es verdad lo que ve en redes sociales

25/11/2018 - 19:08

- Clarín.com

https://www.clarin.com/sociedad/solo-10-argentinos-cree-verdad-ve-redes-sociales_0_xn9_24WXL.html

Lo reveló una encuesta que midió la confianza de los usuarios en la seguridad y contenidos de Facebook, Twitter e Instagram. **Los detalles.**

En el lapso de unos años, la ilusión que generaban Facebook, Twitter e Instagram, fue mutando hacia **un lento desencanto**. Este sentimiento no responde a una sola causa sino a múltiples. La agresión anónima, los perfiles falsos, las noticias fraudulentas, la difamación, la publicidad engañosa y el robo de datos fueron construyendo **una desconfianza generalizada**. Esta percepción queda confirmada con una encuesta reciente que indica que **sólo un argentino de cada diez cree en lo que se dice en las redes sociales**.

"Los usuarios utilizan las redes, pero no les tienen confianza. Sólo un 10% piensa que habitualmente dicen la verdad", señaló un estudio de CertiSur llamado "La visión del usuario", realizado en conjunto con D'Alessio IROL, que compone una radiografía para entender el comportamiento, los hábitos y la opinión de los usuarios de Internet en Argentina. Para su elaboración, se entrevistó a unos 2.000 residentes argentinos que utilizan Internet, durante los meses de septiembre y octubre de 2018.

"Sólo un 10% piensa que su uso es seguro y la información confiable. En Instagram y Twitter el nivel de confianza llega al 11% y en Facebook al 10%", detalla Nora D'Alessio, vicepresidente de D'Alessio IROL.

No es ninguna novedad que las redes sociales se transformaron en un fango en el que abunda la injuria política, económica y social.

"Las redes **están invadidas por usuarios con perfiles falsos** que manejan ejércitos de trolls para influir en la agenda pública a través de opiniones tendenciosas. Pero de a poco, esa falta de transparencia, que muchas veces se disfraza de ironía, **se hace evidente para el usuario**. Y así, las personas comienzan a dudar y consideran la posibilidad de que el otro, no sea realmente quien dice ser. Este doble moral se volvió evidente en los casos de **ciberbullying o grooming**, donde menores de edad son engañados deliberadamente por alguien que simula ser un par", explica Esteban Maioli, investigador del Instituto de Ciencias Sociales de UADE.

Muy emparentado con esta falsa sensación de autenticidad está el concepto de **endogamia digital**, ya que los algoritmos que buscan niveles de afinidad en las redes sociales tiende a agrupar a personas que poseen un pensamiento semejante en un mismo bloque. Lo que implica que las propias ideas se van asociando progresivamente, hasta desembocar en un tipo de **"mentalidad colectiva"**.

"Si uno está con personas que opinan igual no se genera debate. Pero de a poco la gente se fue dando cuenta que el 'yo' que se construye en redes sociales **es distinto al que se muestra en la realidad**. Así, ese personaje ficticio es capaz de controlar lo que quiere decir frente a los demás para obtener algún beneficio o por conveniencia", declara Maioli.

Esto a su vez llega para refutar, como se pensó en un momento, que las redes sociales eran un reflejo de la realidad. **"Se trata de un mundo que se construye**. Es decir, no son un medio alternativo sino un instrumento que sirve para manipular la información, armar campañas políticas y emitir publicidad. Elementos que aumentan la desconfianza", sintetiza Maioli.

La contradicción forma parte del ser humano y el argentino no es una excepción a esta regla. Si uno mira los índices locales de audiencia en redes, **el número está en alza permanente**. Sin embargo **crece la desconfianza** en estas plataformas.

"Se observa una tendencia a la generalización entre lo que se dice y lo que se termina haciendo. Hay un montón de aspectos de las redes que son cuestionables, pero otros que son maravillosos, por eso la gente sigue participando en ellas activamente", advierte Federico González, director de la carrera Maestría en Psicología Organizacional de la Universidad Abierta Interamericana (UAI).

"El escepticismo en una posición social dominante entre los argentinos. **El hecho de no creer en nada tiene cierto valor**. Y no digo que esté mal tener conciencia crítica, pero cuando esta idea se generaliza se convierte en **una muletilla**. De alguna manera la distinción entre lo virtual y lo real terminó con la etapa de inocencia en las redes sociales. Esa ilusión de lo que se promete y la desilusión por lo que finalmente se cumple, forman parte de **un proceso de madurez**", apunta González.

Hay 33 millones de argentinos conectados

El 75% de la población argentina tiene acceso a Internet –más de 33 millones de usuarios- lo que representa un **10% de crecimiento respecto al último año**. El dato surge del relevamiento realizado por CertiSur para el estudio "La visión del usuario".

La mitad de los usuarios considera que Internet es un "mejorador del humor" y complementa la necesidad de entretenimiento. Pero, al mismo tiempo, genera culpa, y sus usuarios sienten que "deberían" reducir el tiempo de conexión. La necesidad de estar conectado lleva a que **3 de cada 10 usuarios considere que está tenso/estresado** si no usa Internet durante varios días.

En cuanto a la seguridad, más del 50% considera que la responsabilidad recae en el sitio. Este porcentaje se incrementa cuando el usuario tiene mayor poder adquisitivo. Existe

una caída generalizada del uso de medidas de seguridad, pero sin perder el foco de no compartir información personal y visitar zonas seguras. La seguridad al navegar se basa en la confianza en el uso del tradicional password, la experiencia propia y algún aval institucional (por ejemplo los bancos) que con herramientas más sofisticadas.