

## **Scandal, outrage and politics. Do social media threaten democracy? Facebook, Google and Twitter were supposed to save politics as good information drove out prejudice and falsehood. Something has gone very wrong**

Enviado por cristobalrn en Mié, 11/22/2017 - 16:58

### **Cita:**

The Economist [2017], "Scandal, outrage and politics. Do social media threaten democracy? Facebook, Google and Twitter were supposed to save politics as good information drove out prejudice and falsehood. Something has gone very wrong", *The Economist*, London, 4 de noviembre, <https://www.economist.com/news/leaders/21730871-facebook-google-and-twit...> [1]

### **Fuente:**

The Economist

### **Fecha de publicación:**

Sábado, Noviembre 4, 2017

### **Revista descriptores:**

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [3]

### **Tema:**

Los retos para la democracia liberal que plantea el uso de las redes sociales

### **Idea principal:**

Hasta hace poco tiempo, las redes sociales parecían traer consigo la promesa de una forma diferente de hacer política, más informada, y que conforme las ideas se comunicaban sin esfuerzo se podrían evitar la corrupción, la intolerancia y la falsedad. Sin embargo, lejos de traer consigo un ejercicio de la política más ilustrado, "las redes sociales han estado esparciendo veneno". En una reciente sesión del Senado estadounidense, voceros de las principales plataformas de redes sociales (Facebook, YouTube y Twitter) reconocieron que decenas de millones de usuarios en Estados Unidos estuvieron expuestos a contenidos rusos hechos para provocar desinformación antes, durante y después de la elección presidencial (ver datos cruciales).

Pero el problema no se agota sino que inicia con la injerencia rusa en las elecciones estadounidenses. En todos los continentes "la política se está poniendo fea". Esto se debe en parte a que, al difundir ira y falsedad, al alterar el juicio de los electores y generar polarización, las redes sociales erosionan las condiciones para que se dé la negociación política en busca de la libertad.

Las redes sociales tienden más a amplificar las divisiones existentes que a crear nuevas. No son la única tecnología que ha hecho esto: la prensa escrita y la televisión por cable también

pueden polarizar a la sociedad. Pero a diferencia de estos últimos medios, las redes sociales tienen una influencia inusitada; además, estas plataformas son muy nuevas y nuestro conocimiento sobre ellas es aún muy pobre. El negocio de las empresas de redes sociales consiste en poner fotos, publicaciones y anuncios frente a tus ojos. Y puesto que pueden medir exactamente cómo reaccionas, “saben justamente cómo meterse bajo tu piel. Recolectan información sobre ti para tener algoritmos que determinen que atraerá tu mirada, en una ‘economía de la atención’ que mantiene a los usuarios desplazándose, dando clics y compartiendo –una, y otra, y otra vez”. La efectividad de sus prácticas es sorprendente: un estudio reciente muestra que los usuarios en los países ricos tocan sus teléfonos 2 mil 600 veces al día.

No habría ningún problema grave si este sistema ayudara a que la sensatez y la verdad fueran cada vez mayores. No obstante, cualquiera que se haya dado una vuelta por Facebook podrá darse cuenta que, “en lugar de provocar sensatez y sabiduría, el sistema te llena de cosas compulsivas que tienden a reforzar los prejuicios de las personas”. Esto sólo agrava la política de desprecio que ha existido –al menos en Estados Unidos– desde la década de 1990, donde se piensa que el otro sólo es un bueno para nada que no sabe sino mentir y difamar. Así, la ira, el escándalo y la mezquindad cierran los espacios para la empatía. “Esto tiende a desacreditar los compromisos y sutilezas de la democracia liberal y a impulsar a los políticos que alimentan la conspiración y el nativismo”.

¿Qué se debe hacer ante esta situación? La sociedad creó mecanismos para refrenar a los viejos medios. Actualmente hay diversas propuestas para lograrlo. Estas consisten en que las empresas de redes sociales tengan mayor transparencia sobre los contenidos en sus plataformas, que tengan responsabilidad sobre los contenidos que aparecen en ellas y en que sean tratadas como monopolios que deben ser divididos. Todas estas ideas tienen sus pros y sus contras. Por ejemplo, podría ser sumamente peligroso pedir a un puñado de empresas que decidan qué discursos políticos son buenos para la sociedad y cuáles no; por otra parte, aunque el desmembramiento de las empresas de redes sociales en otras de menor tamaño tendría sentido en términos antimonopólicos, podría dificultar la regulación de los contenidos en internet.

Hay otras posibilidades. Las redes sociales podrían ajustar sus sitios para hacer más claro si una publicación proviene de una fuente confiable y podrían incluir recordatorios sobre el daño que puede provocar la desinformación. Podría también “etiquetarse” a los bots que son usados para amplificar mensajes nocivos. Las empresas podrían modificar sus algoritmos para disminuir la importancia de los “clics carnada” [clickbait]. Puesto que todos estos cambios afectan el modelo de negocios que han construido las empresas de redes sociales, diseñado para monopolizar la atención, tendrían que ser “impuestos por la ley o por un regulador”.

“Las redes sociales están siendo abusadas. Pero, con voluntad, la sociedad puede aprovecharlas y revivir el anterior sueño de sensatez e ilustración. Difícilmente los retos para la democracia liberal podrían ser mayores”.

### **Datos cruciales:**

Facebook reconoció ante el Senado estadounidense que antes y después de la elección presidencial del año pasado en Estados Unidos, entre enero de 2015 y agosto de 2017, 146 millones de usuarios pudieron haber visto contenidos rusos tendientes a la desinformación en su

plataforma. YouTube, por su parte, admitió que en su plataforma había al menos 1 108 videos vinculados a los rusos y Twitter que había 36 mil 746 cuentas con las mismas características.

Un estudio reciente muestra que los usuarios en los países ricos tocan sus teléfonos 2 mil 600 veces al día.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

Uno de los mayores retos para la democracia liberal –como reconoce *The Economist*– consiste en salir avante frente a los grandes cambios en la vida social que han traído consigo las redes sociales. Estas redes, que traían consigo la promesa de crear formas más horizontales e incluyentes de comunicación, han provocado creciente polarización social, un individualismo exacerbado y una patológica necesidad de atención. Ante las negativas dinámicas que han generado las redes sociales, el liberalismo identifica la necesidad de generar cambios. No obstante, no es del todo claro que se vayan a tomar medidas para inducir modificaciones sustanciales, pues estas medidas podrían refrenar el desarrollo de una de las ramas más dinámicas para la acumulación en el capitalismo contemporáneo. El límite del argumento liberal es no poder pensar que información, conocimiento y comunicación **pueden ser** mercancías.

---

**Source URL (modified on 1 Diciembre 2017 - 8:27am):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1552>

### **Links**

[1] <https://www.economist.com/news/leaders/21730871-facebook-google-and-twitter-were-supposed-save-politics-good-information-drove-out>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>