



## Charla enREDados y Polarizados

Compartimos un breve resumen de algunos conceptos presentados dentro de la charla sobre el largo recorrido de las redes sociales y la política en Argentina, que tuvo lugar el 10 de octubre de 2023 y contó con la participación de **Julio López**, miembro activo en el directorio de varias empresas de comunicación que crean contenido para audiencias en Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia y **Juan Primosich**, profesor de grado y posgrado en la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Metodólogo. Sus intereses de investigación incluyen metodologías para analizar el proceso de uso de las plataformas digitales.

### RESUMEN

Además de los objetos físicos, que se sincronizan mediante la mecánica, las personas también se pueden sincronizar, tal como sucede cuando se da comienzo a un aplauso y el público sincroniza el movimiento hasta llegar al unísono y de forma conjunta. Esto se define como una sincronización natural. Observamos también como algoritmos basados en la sincronización de las cigarras, permitían ver el efecto enjambre que se generaba ante los estímulos. Esta analogía es aplicable al funcionamiento y dinámica dentro de las redes sociales, cuando observamos la reacción de las personas ante distintos estímulos.



Yendo un poco a la historia, interesa traer el debate entre Nixon y Kennedy, en las elecciones presidenciales de 1960, que se transmitió por primera vez en TV y dio origen a un nuevo formato de campaña política, basado en la imagen. Analistas concuerdan en que tuvo un gran



impacto en la percepción pública y la imagen de ambos candidatos, y fue una de las elecciones más reñidas de la historia de los Estados Unidos.

Observamos entonces como los medios comienzan a tener un nuevo rol dentro del mundo de la política. Pero la cúspide de credibilidad en los medios tuvo su pico con el incidente de Watergate, en 1972, y fue descendiendo hasta llegar a su piso en 2016, con Trump (Utilizamos como fuente a la página <https://news.gallup.com/home.aspx> que nos permite el uso y evaluación de los medios a lo largo del tiempo).

En la década de los '80, con una baja credibilidad de los medios y entrando en los '90, internet aumenta exponencialmente la capacidad de enviar y recibir información en todo el mundo. Hay un boom de noticias y datos desde todas partes. Ya en 1991, internet se libera Internet para la Sociedad civil, mientras el gobierno separa el uso de internet para lo civil y se reserva el uso para lo militar

El gran aporte de Internet a la comunidad mundial, es permitir que los datos y los contenidos puedan viajar a todos lados con un bajo costo. Cada uno podía tener su propio contenido y página web, periodistas y empresas. Estas últimas, focalizaron su participación en internet volcándose al mercado, pero la gente no estaba lista para usar internet.

Internet se saturó tanto, por parte de estas empresas, que concluyó en un problema de exceso de oferta y escases de demanda, lo que generó una crisis que se denominó "crisis de los .com", a finales de los '90 y principios de los '00, como producto de la burbuja especulativa que se había generado (Dato: Amazon surgió como sobreviviente de las ".com", comprando tiendas virtuales).

Esta crisis dejó marcada la historia por ser la 1° donde el avance tecnológico fue previo al desarrollo social.

La llegada de la Internet 2.0 se dio gracias a la comprensión de que el uso de internet era complicado para la gente. Lo cual derivó a que desarrollen herramientas que simplifiquen el acceso a Internet. Bandas Anchas, *Windows 95* y nuevos softwares que permitían crear contenido sin saber programación. *Google*, por su lado, se posiciona como un desarrollador de algoritmos que permitan y potencien las búsquedas en Internet.

La crisis de 2008 fue una crisis capitalista, el gobierno tuvo que salir a rescatar a los bancos y la plata empezó a ser "gratis", o sea, la Reserva de EEUU daba préstamos a tasas 0%, que benefició a los grandes jugadores, para que invirtieran y experimenten en desarrollo tecnológicos.

De estas experimentaciones surgieron las redes sociales, que buscan organizar el contenido, creado por los propios usuarios de manera tal que permitan generar mercados focalizados y polarizados.

Y aquí surge una de las características más importantes de las redes sociales y es que **NO se diseñaron para unir y tejer una unión y democracia. Si no para polarizar y segmentar mercados, públicos y grupos de afinidad, que creen mercados específicos.**



En esos nichos, empiezan a crecer las teorías de la conspiración, que se fortalecen en la estandarización de perfiles y grupos de interés, los cuales replican y refuerzan estas comunidades que constantemente consumen y producen contenidos que reafirman lo que uno dice y piensa.

### **Las redes sociales, desde su concepción, se crearon para crear sesgos.**

Hoy día, informarse a través de la TV perdió relevancia, y pasó a ser un entretenimiento básico, donde se consumen *realitys*, principalmente. Los cuales se retroalimentan con el mundo de las redes sociales, debido a que personajes populares y con buena recepción dentro del público, terminan siendo parte de los propios programas televisivos.



En 2008 la competencia de internet empieza a ser territorio de los partidos políticos. **Obama es el primer candidato que se crea e instala en Internet como un "producto político"**, generando contenido propio y encuestas, con la opinión de la gente sobre el candidato, y otro tipo de interacciones digitales que generaban sensación de cercanía con su electorado.



## Historia del Big data



- En **1997** **Google** lanza su motor de búsqueda.
- En los **2000** **surgen** **empresas** que generan y almacenan de grandes cantidades de datos.
- La **Web 2.0** ofrece escala, capacidad tecnológica y ganancias.



**Vamos dejando huellas**

**BIG DATA**

- Si tomamos un café en **Starbucks**
- Si caminamos por la calle escuchando **Spotify**
- Si compramos en un supermercado como **Disco** o **Carrefour**
- Si vemos contenido de **Netflix**
- Si compramos en **Amazon**
- Si usamos internet o hacemos una llamada con un proveedor como **Personal**
- Si utilizamos cualquier red social como **Facebook, Instagram, X** o **LinkedIn**

El uso del *Big Data* y los algoritmos, dieron lugar a la manipulación sobre la información que le llegaba a los y las usuarios de las redes. Esto quedo expuestos en el caso de *Cambridge Analítica*, donde utilizaron los datos de las redes sociales para influenciar en los votos. Su caso nos permite comprender la forma en que reaccionamos como sociedad ante los estímulos dirigidos a nuestros perfiles de las redes sociales. Recordemos la analogía que hicimos con respecto a la dinámica de los enjambres y la sincronización sociales. Lo grave de este caso, de que accedieron a información personal, por vacíos legales y de permisos que permitieron que eso suceda.



Tengamos en cuenta que la función primordial del teléfono digital es transformarnos en un dato. Los metadatos es la información que creamos, la cual es ordenada y procesada por los algoritmos.

Algo importante a destacar, es que **el dato es eficiente en la medida que genere una sensación, un sentimiento dentro de la persona que lo genera y consume**. Los algoritmos y los metadatos son capaces de registrar y procesar esa información con el objeto de generar ese sentimiento en quienes reciben los estímulos desde las redes sociales. E incluso, con la capacidad de comprender cuando ese sentimiento es alcanzado y logrado.



## ¿Por qué recolectar información?

“

Quando un canal de televisión lanza una nueva serie, ésta tiene solo un 35% de probabilidad de triunfar y mantenerse en el aire. Quando lo hace Netflix, su probabilidad asciende al 70%



## Cómo se utiliza la IA en las redes sociales:

- Analizando texto.
- Analizando imágenes.
- Detectando spam.
- Evitando la propaganda.
- Decidiendo flujo de contenido.
- Recopilando datos.





**Las redes sociales no se limitan a lo que se ve en pantalla.** Cuando analizamos el rol que tuvieron dentro de la elección del *Brexit*, utilizando y creando contenido micro focalizado mediante el uso de la plataforma *Meta* para explotar y desarrollar los algoritmos, observamos cómo se puede generar y dirigir el efecto “enjambre” que nombramos.

Desde las redes sociales, se pueden instigar acciones violentas o distribución de contenido de odios, que, desde el anonimato de las personas, pueden terminar creando linchamientos virtuales, el *bullying* o la estigmatización de grupos sociales. o estigmatizaciones. Es importante promover el uso responsable de las redes a la luz de la complejidad de sus consecuencias en nuestra sociedad y su funcionamiento.

Comprender su dinámica y el uso que le dan las/os distintos actores, tanto usuarios como empresas y en especial las dueñas de las plataformas y las diseñadoras de algoritmos, es de vital importancia para poder realizar lecturas sobre el funcionamiento de la sociedad moderna, un mundo polarizado y enredado, que plantea desafíos nuevos para nuestras Ciencias Sociales y en especial la Sociología.