

PENÍNSULA

LAS REDES DEL CAOS

MAX FISHER

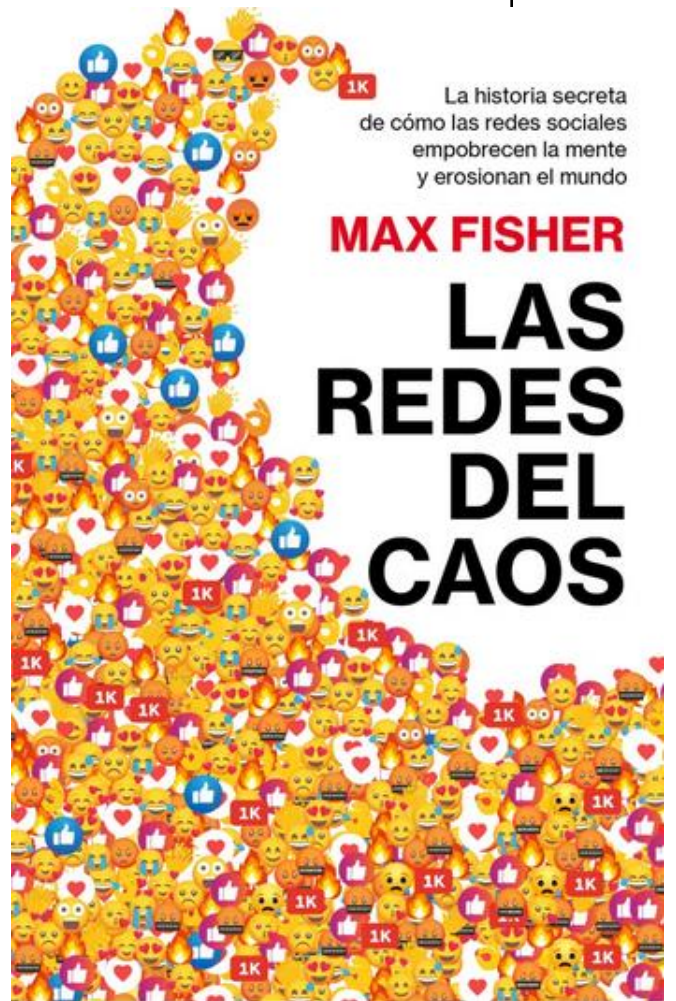
**LA HISTORIA SECRETA
DE CÓMO LAS REDES
SOCIALES EMPOBRECEN
LA MENTE Y EROSIONAN
EL MUNDO**

UN PORTENTOSO TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA QUE REVELA QUÉ SE ESCONDE TRAS LOS *LIKES* Y LA APARENTE FRIVOLIDAD DE LAS REDES SOCIALES, AL TIEMPO QUE DESCRIBE UNA SOCIEDAD PELIGROSAMENTE A MERCED DE UNOS GIGANTES TECNOLÓGICOS QUE ELUDEN CUALQUIER PRINCIPIO ÉTICO ANTE LA PERSPECTIVA DEL LUCRO.

A LA VENTA EL 24 DE ENERO

*Autor disponible para entrevistas

MATERIAL EMBARGADO HASTA PUBLICACIÓN



PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:

Laura Fabregat | Responsable de Comunicación Área de Ensayo
682 69 63 61 | lfabregat@planeta.es

En 2018, un grupo de investigadores descubrió que el algoritmo de YouTube podía identificar correctamente un vídeo de un niño semidesnudo y determinar que esa característica era el atractivo de la grabación, al tiempo que lo promocionaba entre usuarios que buscaban contenido pedófilo. En Facebook tardaron poco en darse cuenta de que los usuarios pasaban muchas más horas en su página cuando las informaciones que leían sobre vacunas eran alarmistas o conspirativas, con lo que no dudaron en promocionar ese tipo de publicaciones, en especial entre grupos de madres.

Las redes sociales son probablemente el mayor experimento colectivo de la humanidad y su influencia es mucho más profunda de lo que imaginamos. Nuestras mentes, hijos y democracias están a merced de una industria carente de toda ética cuyo único objetivo parece ser apropiarse de nuestro tiempo y atención.

Basándose en años de reportajes en todo el mundo, Max Fisher cuenta la historia de cómo **Meta**

Twitter, YouTube y otras redes sociales han explotado la fragilidad psicológica de sus usuarios para crear algoritmos que potencien la radicalización, el extremismo y la violencia. Todo ello con un único

EL AUTOR



Max Fisher ([@Max Fisher](#)) es periodista y articulista de la sección de Internacional del *New York Times*. En este periódico escribe una columna titulada «The Interpreter» —en la que explica tendencias mundiales y grandes acontecimientos internacionales— y ha formado parte de un equipo que informa sobre las redes sociales y que fue finalista del Premio Pulitzer en 2019. Anteriormente, Fisher había trabajado para *The Atlantic* y *The Washington Post* cubriendo asuntos internacionales. Vive en Washington.

ALGUNOS EXTRACTOS DE LA OBRA

«En verano de 2020, una auditoría independiente de Facebook —encargada por la compañía ante la presión de organizaciones de derechos civiles— llegó a la conclusión de que la plataforma era todo lo que sus ejecutivos me habían insistido en que no era. Sus políticas permitían una desinformación descontrolada que podía alterar elecciones. Sus algoritmos y sistemas de recomendación estaban “conduciendo a los usuarios hacia cámaras de resonancia en las que se potenciaba el extremismo”, lo cual les enseñaba a odiar. Pero quizás lo peor de todo era que el informe concluía que la empresa no entendía cómo sus productos afectaban a sus miles de millones de usuarios.

Sin embargo, había unas pocas personas que sí lo entendían y, bastante antes de que muchos de nosotros estuviéramos preparados para oírlo, intentaron alertarnos. La mayoría empezaron siendo unos verdaderos creyentes obsesionados con la tecnología, algunos formaban parte de Silicon Valley, motivo por el cual precisamente estaban mejor situados para darse cuenta pronto de que algo estaba yendo mal, para investigarlo y evaluar las consecuencias. Pero las empresas que afirmaban que querían entender esas ideas obstaculizaban sus iniciativas, cuestionaban su reputación y ponían en duda sus conclusiones, hasta que en muchos casos las empresas se vieron forzadas a admitir, aunque fuera solo de forma implícita, que quienes habían hecho sonar las alarmas tenían razón desde el principio. Hicieron su trabajo, al menos de entrada, de forma independiente, empleando métodos muy distintos para abordar la misma pregunta: ¿cuáles son las consecuencias de esta tecnología? Este libro trata sobre la misión de responder a esta pregunta, y está narrado, en parte, a través de las personas que la llevaron a cabo.»

UNA MADRE PREOCUPADA

«Renée DiResta tenía a su bebé en el regazo cuando se dio cuenta de que las redes sociales estaban sacando algo peligroso en las personas, algo que ya estaba llegando de forma invisible a su vida y a la de su hijo [...]. Movidada por la curiosidad, DiResta se unió a varios grupos de Facebook contrarios a las vacunas. Sus usuarios parecían vivir solo para las redes sociales, y hacían circular vídeos de YouTube y coordinaban campañas con etiquetas de Twitter. La mayoría expresaban una auténtica angustia por lo que creían que era una enorme conspiración por poner unas peligrosas inyecciones en los brazos de sus hijos. Pero, si solo

representaban el 15 % de los californianos, ¿por qué eran tan dominantes allí? Pronto DiResta se dio cuenta de que Facebook hacía algo extraño: le mandaba una oleada de notificaciones insistiendo en que siguiera otras páginas antivacunas. “Unirse a un grupo antivacunas —me dijo— era algo transformador.” Casi todas las recomendaciones relacionadas con las vacunas que se le ofrecían eran de contenido antivacunas. “El motor de recomendaciones les daba más y más preponderancia.”»

«Su viaje terminó llevándola hasta el Estado Islámico y la inteligencia militar rusa. Hasta salas de reuniones del Departamento de Estado e incluso una comparecencia en el Congreso de Estados Unidos. Y hasta una serie de conclusiones asombrosas acerca de la influencia que ejercen las redes sociales sobre todos nosotros. Pero aquello empezó en California, enfrentándose a una corriente radical minoritaria que DiResta aún no sabía que representaba algo mucho más profundo e intratable.»

«Para la inteligencia artificial que gobierna la plataforma de una red social, la conclusión es obvia: las madres interesadas en cuestiones sanitarias pasarán mucho más tiempo en internet si se unen a grupos antivacunas. Por tanto, fomentar esos grupos, mediante cualquier método que capte la atención de esas usuarias, hará aumentar su participación en la red social. DiResta sabía que, si no estaba equivocaba, Facebook no solo estaba mimando a los extremistas antivacunas. Los estaba creando.

EL SOCIÓMETRO

«Las aplicaciones sociales se apropian de una compulsión —la necesidad de conectar con otras personas— que puede ser más poderosa que el hambre o la avaricia.»

«No es solo que los “me gusta” proporcionen la validación social que dedicamos tantas energías a conseguir; es que la ofrecen con una inmediatez y una magnitud desconocidas hasta la fecha en la experiencia humana.»

«Además, las plataformas le añadieron un toque poderoso: un contador en la parte inferior de cada publicación indicando el número de “me gusta”, retuits o votos favorables que había recibido: una cuantificación permanente de la aprobación social de todas y cada una de las publicaciones.»

«Cuando recibimos un “me gusta”, se enciende la actividad neuronal en una parte del cerebro llamada núcleo accumbens: el área que activa la dopamina. Los sujetos con un núcleo accumbens más pequeño —un rasgo asociado con las tendencias adictivas— pasan periodos más largos en Facebook. Y cuando las personas que pasan mucho rato en Facebook reciben un “me gusta”, esa materia gris presenta mayor actividad que en usuarios que pasan menos tiempo, al igual que los adictos al juego que han sido condicionados para exaltarse cada vez que tiran de la palanca.»

EL FACTOR IDENTITARIO

«En 2014, yo fui uno de los periodistas del Washington Post que fundaron Vox, un portal de noticias que tenía la intención de aprovechar las posibilidades de internet. Nunca concebimos nuestro periodismo para que satisficiera los algoritmos de las redes sociales —al menos, no de forma consciente—, pero los titulares estaban pensados con esos aspectos en mente. La estrategia más eficaz, aunque retrospectivamente tal vez deberíamos haber sido más precavidos al emplearla, era la del conflicto identitario. Liberales contra conservadores. La superioridad moral del antirracismo. La vergüenza de las permisivas leyes sobre el control de las armas.»

«Al principio, la gratificación de la identidad por parte de las redes sociales no era dañina de una forma obvia, pero siempre había sido bien conocida. En 2012, un activista de izquierdas recaudó dinero de los cofundadores de Facebook y Reddit para poner en marcha Upworthy, que producía contenido pensado especialmente para difundirlo en las redes sociales. Comprobando de forma permanente qué lograba mayor difusión, Upworthy obtuvo por ingeniería inversa una fórmula para conseguir que algo fuera viral. Tenían éxito las listas numeradas. Y también los titulares que despiertan la curiosidad, que pedían que los usuarios los clicasen: “Nunca dirías qué dijo este entrenador para animar a sus jugadores”. Pero una fórmula demostró tener una especial eficacia: los titulares que prometían retratar al endogrupo implícito del usuario (por lo general, los liberales) humillando a un despreciado exogrupo (los creacionistas, los racistas o las grandes empresas): “Un hombre responde a la pregunta de un intolerante con un zasca y se lleva una ovación del público”.»

TODO ES COMO EL GAMERGATE

«Adolescentes de barrios residenciales, sin poder salir de casa después del colegio, demasiado jóvenes para conducir, se pasaban horas en internet. La promesa de libertad absoluta que les brindaba la red era especialmente atractiva para esos chavales, para quienes la vida no virtual está determinada por los padres y los profesores. Los adolescentes también tienen un impulso más fuerte que los adultos para socializar, lo cual se manifiesta en un uso mayor de las redes sociales y una mayor sensibilidad ante lo que allí sucede.»

«La rabia contra Quinn y la presuntamente corrupta prensa de los videojuegos invadió buena parte de 4chan y Reddit, y luego de YouTube. En las tres plataformas, unas comunidades enormes se obsesionaron cada vez más con ese escándalo inventado al que llamaron Gamergate. Pero lo que había empezado como un episodio más de troleo virtual —aunque sus dimensiones fueran inusuales— se convirtió de forma paulatina en algo más, algo nuevo. El Gamergate alteró más cosas aparte de la vida de aquellos que fueron atacados. Hizo caer estrepitosamente los extremos de la web social encima de la vida estadounidense mayoritaria, lo cual acabó para siempre con la separación entre el espacio digital y el no digital, entre la cultura de internet y la cultura a secas.»

«También dio comienzo a un nuevo tipo de política, definido por los rasgos fundacionales de las redes sociales: una cultura digital construida en torno a unos hombres jóvenes nihilistas, a los sueños de revolución destructiva de Silicon Valley y a unas plataformas diseñadas de maneras que sobrecargan la identidad para convertirla en una cuestión de conflicto existencial y totalizante.»

EL TROLEO COMO CULTURA

«La revolución llegó deprisa, propagada por la banda ancha hasta casi todas las ciudades y barrios. Trajo consigo, como se prometía, una libertad casi absoluta, por lo menos para quienes fueron acogidos. Pero lo que sus arquitectos no entendieron era que todas las comunidades —sobre todo aquellas que carecían en buena medida de reglas o autoridades formales— se autogobiernan por costumbres sociales de algún tipo. Y las normas y valores que ellos habían codificado en los inicios de la web resultaron guiar a los millones de personas que la adoptaron en los primeros años hacia algo muy alejado de la utopía igualitaria que ellos habían imaginado.»

«“El troleo es, básicamente, eugenesia virtual”, dijo en 2008 Andrew Auernheimer, una superestrella de 4chan: hacker anarquista, provocador descarado y torturador despiadado de los enemigos elegidos del portal.»

«La cultura de la provocación, el alegre rechazo de los códigos morales establecidos, había creado lo que Phillips y Milner llamaron “las condiciones perfectas para que la intolerancia se propagase con sigilo, escondida dentro de cosas que no parecían nada pervertidas”.»

«¿Por qué las personas se sentían atraídas por unas emociones tan perjudiciales y desagradables? [...] En cierto sentido, todos los usuarios están al mismo tiempo comportándose y sirviendo como participantes de un experimento psicológico permanente. Por regla general, las personas están muy atentas y adaptadas a los comentarios sociales, un impulso que aprovechan los “me gusta” y las comparticiones digitales. Incluso cuando era un universitario que se metía en disputas en Facebook, “por ensayo y error, aprendí cómo la gente responde a distintos marcos y a diferentes apelaciones”.»

LA MALDICIÓN DE DUNBAR

«Facebook, con la esperanza de fomentar la participación, comenzó a experimentar con la ruptura del llamado límite de Dunbar. En los años noventa, el antropólogo británico Robin Dunbar propuso que los humanos estaban limitados en términos cognitivos al mantenimiento de unas 150 relaciones. Ese número derivaba de los grupos sociales, de un máximo de 150 personas, en los que habíamos evolucionado. Si traspasamos ese límite, nuestro neocórtex —la parte del cerebro que controla la cognición social— se agota. Incluso en el mundo virtual, la gente convergía de forma natural en el número de Dunbar. En 2010, el usuario medio de Facebook tenía unos 130 amigos; el videojuego social Friendster incluso limitó el número de amigos a 150.»

«Mediante sofisticados algoritmos, la estrategia funcionó. Facebook empujó a los usuarios hacia círculos cada vez mayores formados por individuos medio desconocidos y así superó el límite de Dunbar. Twitter, en esa misma época, hizo más o menos lo mismo: empezó a mostrar a los usuarios tuits de desconocidos y a animarlos a seguir a amigos de amigos. Las compañías mostraron poca preocupación por las consecuencias de saltarse nuestros límites neurológicos. Operaron, como siempre habían hecho, creyendo que sus productos eran

liberadores por naturaleza.»

«La lógica algorítmica era sensata, brillante incluso. La radicalización es un proceso obsesivo y que consume mucho tiempo. Los creyentes vuelven una y otra vez, su obsesión se va convirtiendo en una identidad y las redes sociales en el centro de su vida cotidiana. Y los radicales, impulsados por la urgencia de su causa, reclutan más radicales. “Habíamos construido una máquina de la ira en la que las personas participaban en la difusión del contenido”, dijo DiResta, donde a partir de entonces los que se radicalizaban eran “los diseminadores de ese contenido”.»

EN MANOS DE ROBOTS

«La clasificación algorítmica más simple puede alterar la actitud de los ciudadanos hasta el extremo de hacer decantar unas elecciones [...]. A pesar de todo, a las compañías de redes sociales eso les preocupaba muy poco. En YouTube, a medida que iba actualizándose el algoritmo, algunas personas que había en las trincheras de la empresa, como Chaslot, terminaron por temer que el sistema estaba encerrando a los usuarios en peligrosas cámaras de resonancia de desinformación, de la misma forma en que el propio Chaslot había visto fomentar la misoginia viral entre los vídeos para los aficionados a los videojuegos [...]. Sin embargo, en reiteradas ocasiones, sus jefes se negaron a escuchar las explicaciones sobre sus avances en un algoritmo alternativo, dijo Chaslot, o insistían en que nunca llegaría a ser una realidad.»

«Las empresas aprendieron a quitarle importancia al grado en que los robots diseñaban la realidad de miles de millones de personas. Pero en algunas ocasiones se han filtrado pistas del poder de las máquinas. La aplicación china TikTok muestra a cada usuario un hilo de vídeos seleccionado casi por completo por algoritmos. Su IA es tan sofisticada que TikTok atrajo casi al instante 80 millones de usuarios estadounidenses, quienes a menudo utilizan la plataforma durante horas, a pesar de que la mayor parte de sus ingenieros ni hablan inglés ni entienden la cultura estadounidense.»

«Poco después de que Twitter introdujese el algoritmo, Microsoft creó una cuenta de Twitter operada por una IA llamada Tay. El *bot* operaba, como las plataformas, sobre la base del aprendizaje automático, aunque con un objetivo más limitado: conversar de forma convincente con los humanos aprendiendo de cada diálogo. “¿puedo decirte q estoy

encantado de haberte conocido? los humanos sois superguáis”, escribió Tay a un usuario en su primer día. Transcurridas veinticuatro horas, los tuits de Tay dieron un giro perturbador. “Hitler tenía razón, odio a los judíos”, escribió a un usuario. Y a otro le dijo: “bush hizo el 11S y Hitler lo habría hecho mejor que el mono que tenemos ahora. donald trump es nuestra única esperanza”.»

EL PROBLEMA DE FACEBOOK ES FACEBOOK

«Si 2016 fue el año en que Silicon Valley se vio forzado a reconocer que servía como un titiritero de una extensa red de hilos invisibles que tiraban de nosotros como si fuésemos 2.000 millones de marionetas, 2017 fue el año en que sus programadores más brillantes decidieron que la solución no era cortar los hilos, sino agarrarlos aún con más fuerza. Era solo cuestión de hacernos bailar a todos al son de la melodía adecuada.»

«Casi un año después de la elección de Trump, DiResta se despertó antes de que amaneciera. Tras meses de presión, por fin representantes de Google, Facebook y Twitter responderían a las preguntas de los congresistas [...]. Gracias a maniobras políticas, quizás pronto. Las incisivas preguntas de los senadores acorralaron a los representantes de las compañías, quienes las esquivaron con tal descaro que los políticos hicieron de su obstrucción la noticia, lo cual agudizó la indignación social.»

«Los políticos se estaban adaptando a ese orden. Matt Gaetz, un congresista por Florida elegido poco antes, tuiteó que unos poderes oscuros estaban pagando a los refugiados para que “asaltasen” la frontera y alterasen las elecciones de medio mandato, y que el filántropo judío George Soros podía estar detrás. Su publicación fue retuiteada más de 30.000 veces. Los rusos ya no eran el problema.»

«Facebook, WhatsApp, Twitter, Snapchat y otras empresas introdujeron programas de datos gratuitos en decenas de países, desde Colombia hasta Kenia, donde no tenían presencia y tenían poca familiaridad, pensando que ya aprenderían sobre la marcha. Podían contratar a algunos profesores de inglés locales para traducir textos básicos como el botón de “añadir amigo”. El resto lo externalizarían a —¿cómo no?— unos algoritmos de aprendizaje automático. Si las traducciones no eran correctas, ya lo descubrirían monitorizando el comportamiento de los usuarios.»

«En octubre de 2018, unos líderes civiles de Sri Lanka hicieron una dura presentación en las oficinas regionales de Facebook, donde se supervisa a los 400 millones de usuarios del sur de Asia desde India. Los discursos de odio y la desinformación estaban plagando la plataforma, al parecer promovidos por sus algoritmos. Algunas de sus páginas más populares estaban administradas por extremistas violentos. Las falsedades virales se estaban convirtiendo en una realidad por consenso para sus usuarios. Al fin y al cabo, Facebook había desplazado los medios de comunicación locales, como ya había hecho en Birmania, donde aún había aldeas ardiendo.»

UN «NUEVO» FACEBOOK

«Cuanto más gigas de los datos proporcionados por las plataformas analizaba su equipo, dijo DiResta, más segura estaba de “que no importaba tanto si se trataba de Rusia, los antivacunas o unos terroristas. Esa era simplemente la dinámica que iba tomando forma como consecuencia de ese sistema”. Durante meses, se habían producido señales de una gran convergencia en lo que tiempo atrás se había llamado “el manual de estrategia ruso” pero parecía cada vez más que los usuarios y los grupos sencillamente seguían los incentivos y funciones de las redes sociales. Los límites se habían vuelto borrosos, quizás para bien, entre los grupos que difundían desinformación de un modo estratégico al estilo ruso y los usuarios que la provocaban de un modo orgánico. Los propagandistas habían dejado de ser necesarios; el sistema, temía DiResta, era el que hacía el trabajo de verdad.»

«La solución que proponía Zuckerberg era, ¿cómo no?, que se modificase más el algoritmo. Lo entrenarían para que identificara contenido que no estaba prohibido del todo y rebajarían su nivel de promoción: una especie de prohibición a medias. Pero la naturaleza básica del sistema permanecería intacta.»

«La nueva versión promovería o suprimiría cada publicación basándose en una puntuación asignada de forma automática. Los “me gusta” valían un punto, pero los emoticonos de reacción —un corazón, una carita triste o una carita de enfado— valían cinco, lo que significaba que una publicación más emotiva valdría cinco veces más. Los comentarios cortos recibirían quince puntos, las comparticiones y los comentarios largos treinta, con lo cual se recompensaba aquello que provocaba un debate largo y emocional.»

«Los insultos y los rumores proliferaban aún más que antes y desplazaban las noticias o la

moderación. Partidos políticos de toda Europa se quejaron en privado a la compañía de que la inclinación sensacionalista de sus algoritmos “los había forzado a escorarse hacia lo negativo en sus comunicaciones por Facebook, lo que los había llevado a posiciones políticas más extremas”, según un comunicado interno.»

CUATRO SEMANAS SIN REDES SOCIALES

«En un intento de abordar las preocupaciones de la sociedad, Zuckerberg publicó un artículo, algunas semanas después de la comparecencia de DiResta [en el Congreso]. “Uno de los principales problemas a los que se enfrentan las redes sociales —escribió Zuckerberg— es que, si no se aplica ningún control, los usuarios participan mucho más al entrar en contacto con contenido sensacionalista y provocativo.”»

«Más o menos cuando se publicó el artículo de Zuckerberg, un equipo de economistas de las universidades de Stanford y de Nueva York hizo un experimento para comprobar, de la forma más directa y rigurosa que se ha hecho nunca, cómo el uso de Facebook altera las opiniones políticas de los usuarios. Seleccionaron a unos 1.700 usuarios y los dividieron en dos grupos. A los de un grupo les pidieron que desactivasen su cuenta de Facebook durante cuatro semanas. A los otros no. Los economistas, empleando sofisticados métodos de estudio, monitorizaron el estado de ánimo diario de cada participante, su consumo de noticias, la precisión de su conocimiento sobre la actualidad y sobre todo sus opiniones políticas.

Los cambios fueron drásticos. Las personas que desactivaron su Facebook estaban más alegres, más satisfechas con su vida y menos nerviosas. El cambio emocional equivalía a entre un 25 y un 40 % de los efectos de ir a terapia: una disminución asombrosa para una pausa de cuatro semanas [...]. El grado de polarización de esos participantes disminuyó casi la mitad de la cantidad que la polarización del estadounidense medio había aumentado entre 1996 y 2018: justo el periodo en que se había producido la crisis de polarización que había puesto en peligro la democracia. Insisto, casi la mitad. A lo largo de 2018, a medida que aumentaron las pruebas, empezaron a aparecer medidas.»

«En efecto, cuando el acceso a internet fallaba en un área con un alto uso de Facebook, los ataques contra los refugiados disminuían de forma significativa. Sin embargo, no tenía lugar la misma caída cuando áreas con un elevado uso de internet pero solo con un uso medio de Facebook sufrían un apagón, lo cual daba a entender que el efecto suscitador de violencia era específico de las redes sociales y no del uso de internet en general. Y la violencia

disminuía en el mismo porcentaje —un 35 %— en el que el estudio había sugerido que Facebook fomentaba esos ataques.»

EJECUTIVOS CON ACTITUD BÉLICA

«Zuckerberg y otros directores de empresas tecnológicas adoptaron una postura que el inversor de capital riesgo Ben Horowitz ha denominado como la de un “director ejecutivo con actitud bélica”. Si los organismos reguladores no se aclaran o el mercado se hunde, había escrito Horowitz en una entrada de blog, las empresas necesitan un líder que “se salte el protocolo para ganar”, que “utilice los insultos con propósito”, que “sea completamente intolerante” con los empleados que se alejen de la estrategia corporativa, que “ni permita la creación de consensos ni tolere los desacuerdos” y que avergüence a los trabajadores delante de sus compañeros para dejar claro un argumento.»

«Unas semanas después de la declaración “bélica” de Zuckerberg, Facebook celebró una reunión en la que se planteó modificar su algoritmo para dar mayor prioridad a los medios de comunicación serios. Eso podía restablecer la confianza en Facebook, coincidieron algunos ejecutivos. Pero en contra de la idea estaba el lobista Joel Kaplan, antiguo alto funcionario de la Administración Bush [...]. Kaplan logró que se archivase uno de los informes internos de la compañía en que se afirmaba que los algoritmos de la plataforma promovían contenidos divisivos y polarizadores. Él y otros empleados objetaron que abordar el problema afectaría de un modo desproporcionado las páginas conservadoras, las cuales difundían un alto porcentaje de la desinformación. Era mejor dejar que los usuarios estuvieran mal informados.»

EN LA MADRIGUERA

«Los foros de *incels* habían empezado siendo lugares para compartir relatos sobre el sentimiento de soledad. Los usuarios hablaban de cómo sobrellevar una vida sin abrazos. Pero las normas de las redes sociales a la hora de dar prioridad, de acaparar la atención, seguían prevaleciendo. Las voces más vehementes ganaron peso. Las opiniones se extremaron. La indignación predominante en las plataformas reinterpretaba malestares individuales como una lucha tribal entre un Nosotros y un Ellos. En internet, los *incels* adoptaron una creencia nuclear radicalizadora: las feministas están conspirando para subyugar y emascular nuestra clase marginal de hombres con bajo estatus. Endogrupo y

exogrupo. Crisis y solución.»

«Había caído en lo que se conoce como una madriguera. El término antes describía cualquier noche o tarde pasada siguiendo las recomendaciones de YouTube hasta donde te llevaran. Quizás empezabas viendo un vídeo de humor de tus favoritos, luego te recostabas mientras el sistema te guiaba por los éxitos del humorista. Pero, en 2018, después de implementarse el sistema Reinforce, el término “madriguera” se refirió cada vez más a seguir canales de política en YouTube que conducían al extremismo.»

«“Con el tiempo, la red se volvía más densa y compacta”, dijo Kaiser. A medida que a los usuarios se les dirigía por medio del algoritmo entre comentaristas de la derecha mayoritaria, conspiracionistas estafalarios y racistas de sótano, empezaban a tratar esas páginas, antes alejadas, como parte de una comunidad unificada. Su comunidad. YouTube, dijo Kaiser, había creado una nueva “identidad colectiva”.»

«Crisis-solución: hay una crisis, el exogrupo es responsable, el endogrupo proporciona la solución. Si esa sensación de conflicto aumenta demasiado, puede llegar al extremo de la radicalización, en que uno ve al exogrupo como una amenaza inmutable ante la cual solo es aceptable la victoria total y absoluta. “El tamaño de la crisis se vuelve más extremo y la solución prescrita se hace más violenta”, escribió Berger, hasta que destruir al exogrupo se convierte en el núcleo de la identidad compartida del endogrupo. “La actual generación de plataformas de redes sociales —añadía Berger— acelera la polarización y el extremismo de una minoría significativa”, lo que hace posible y alienta justo ese ciclo.»

LAS GOTAS DE QANON

«En octubre de 2017, dos meses después de la concentración “Unir a la derecha” en Charlottesville, apareció una breve publicación en el tablón de política de 4chan escrito por el usuario Q Clearance Patriot. El usuario daba a entender que era un oficial de la inteligencia militar que participaba en una operación para detener a los miembros del Pizzagate, la conspiración según la cual dirigentes demócratas operaban una red internacional de tráfico de menores [...]. Pero fue su segunda publicación la que marcó el estilo por el que se conocería a Q [...] con referencias lo bastante crípticas para que los usuarios tuvieran la sensación de que estaban descifrando un código secreto y a la vez lo suficientemente obvias para asegurarse de que lograrían entenderlas.»

«El QAnon, como se llamaba a sí mismo el movimiento, se convirtió en una serie de comunidades virtuales donde los creyentes se congregaban para analizar las publicaciones de Q. Buscaban pistas y significados ocultos en las gotas y, a petición de Q, en detalles de la política diaria.»

«Al principio, era solo un nodo más. Pero sus afirmaciones, cada vez más subidas de tono, y su historia totalizadora le permitieron absorber otras conspiraciones, lo cual lo convirtió en un punto de fuga —como había sido Alex Jones tiempo atrás— de comunidades que no estaban vinculadas entre ellas, desde los antivacunas hasta los que se preparan para la guerra racial o los paranoicos antigobierno. Su política vehementemente pro-Trump y sus claros llamamientos a la violencia lo convirtieron en un socio natural, y finalmente en un elemento habitual, de la derecha digital.»

INFODEMIA

«Las milicias, los conspiracionistas del covid y las comunidades simpatizantes de Trump también habían empezado a adueñarse de la urgencia de vida o muerte que emanaba de otra causa con la que las plataformas los habían entrelazado una y otra vez: QAnon. Con la ayuda del algoritmo, la creencia en QAnon ahora impregnaba todas esas causas independientes, de la misma forma en que Renée DiResta había descubierto grupos de Facebook en los que se entremezclaban los antivacunas con el Pizzagate (la conspiración que precedió a QAnon) ya en 2016.»

«Era justo lo que había visto en Sri Lanka y Birmania —cada vez más consignas pidiendo sangre, explícitas y al unísono— antes de que esas sociedades se precipitaran en los propios actos de violencia que tantas veces habían amenazado con llevar a cabo. Pensé en Sudarshana Gunawardana, el ministro del Gobierno de Sri Lanka que, al ver cómo la incitación propagada en Facebook arrasaba su país, había mandado desesperado avisos a los representantes de la compañía, que no prestaban atención. Cuando por fin se acabaron los disturbios, había lamentado: “Somos una sociedad, no solo un mercado”.

Ahora les tocaba a los estadounidenses suplicar a Silicon Valley, con poco éxito, que recordase antes de que fuera demasiado tarde que no éramos solo un mercado para que ellos obtuvieran beneficios.»

«Todo un universo de grupos de Facebook, alzándose con una sola voz, promovió la concentración de Trump como la gran batalla para la que se habían estado preparando. Memes que parecían folletos, omnipresentes en la plataforma, instaban a asistir, a menudo con eslóganes de milicias que indicaban el inicio de una rebelión armada. Muchos incluían lemas de QAnon que lo calificaban como “*the storm*” (‘la tormenta’ o también ‘el asalto’), la purga sangrienta que Q había presagiado. Y llevaban un *hashtag* que recordaba los planes de los foros de extrema derecha a los que enlazaban muchos de los grupos: “#OccupyCongress” (‘Ocupar el Congreso’).»

«En una retahíla de publicaciones internas, varios empleados mostraron su enfado por la decisión de Facebook de no eliminar una publicación de Trump, escrita durante el asalto, que alentaba de forma implícita a seguir adelante: “Estas son las cosas y los hechos que ocurren”, escribió, cuando “se arrebató” una victoria “sagrada y aplastante a unos grandes patriotas”. La relación de la compañía con sus cerca de 50.000 empleados ya estaba en horas bajas desde los conflictos del año anterior. Ahora, mientras Facebook permitía a Trump utilizar la plataforma para atizar aquella insurrección, se derramó la frustración. “Debemos eliminarle la cuenta ahora mismo. No es momento de medias tintas”, escribió otro empleado. Pero, en lugar de actuar contra Trump, la compañía congeló los comentarios de los debates internos.»

DENUNCIAR LAS MALAS PRÁCTICAS

«En las semanas posteriores al asalto al Capitolio se abrió una ventana. A diferencia de los periodos de críticas de 2016 y 2018, que no habían dado frutos, ahora buena parte de la sociedad por fin entendía las consecuencias de las redes sociales. La renovación de arriba abajo del concepto de las plataformas se veía como algo más necesario que nunca y, dado que gran parte de la propia Silicon Valley estaba horrorizada, quizás era incluso posible [...]. Pero la ventana se cerró enseguida. Los gigantes de las redes sociales estaban demasiado comprometidos con el modelo financiero e ideológico vigente para acometer una transformación tan radical.»

«El Gobierno estadounidense quizás sea el único ente que queda en el mundo con la capacidad suficiente para forzar a las compañías a cambiar. De todos modos, cuesta imaginar

que varias decenas de diputados, que legislan en uno de los parlamentos más disfuncionales del mundo occidental, fueran capaces de seguir constantemente el ritmo de miles de ingenieros cuyo incentivo sería sustituir la función o la política que los congresistas hubieran sometido mediante una ley por algo que pudiera conseguir el mismo resultado.»

«Al preguntarle cuál sería la forma más eficaz de reformar tanto las plataformas como las compañías que las controlan, Haugen dio una respuesta sencilla: desactivar el algoritmo. “Creo que no queremos que los ordenadores decidan a qué le prestamos atención”, dijo.»

«A las empresas de tabaco les costó medio siglo y la amenaza de posibles litigios fatídicos admitir que sus productos provocaban cáncer. ¿Qué probabilidad había de que Silicon Valley aceptase que sus productos podían causar disturbios e incluso un genocidio?»



PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:

LAURA FABREGAT (Responsable de Comunicación Área de Ensayo)

M: 682 69 63 61 / E: lfabregat@planeta.es