

Introducción

## **El rol ambivalente de las redes sociales digitales: entre los efectos negativos y las posibilidades de representación saludables**

Pedro Rodrigues Costa

CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

[pedrocosta@ics.uminho.pt](mailto:pedrocosta@ics.uminho.pt)

Edson Capoano

CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

[edson.capoano@ics.uminho.pt](mailto:edson.capoano@ics.uminho.pt)

Daniel Barredo Ibáñez

Universidad del Rosario (Colombia); Fudan University (China)

[daniel.barredo@urosario.edu.co](mailto:daniel.barredo@urosario.edu.co)

Como decíamos ayer (Rodrigues, Capoano y Barredo, 2021), la pandemia de Covid-19 que inició en 2020 favoreció la transformación digital que se venía desarrollando, de manera teórica-práctica, desde hacía décadas. Podríamos remontarnos, de hecho, a la célebre máquina de Alan Turing (años 30 – siglo XX) como un anhelo humano de automatizar los procesos de comunicación, aunque de forma mecánica (Ilcic & García, 2020). El mismo Turing describía la existencia de las llamadas «máquinas-niño», capaces de aprender por sí mismas y de generar opciones de respuesta. Y aunque Turing no pudo acceder

a las redes sociales digitales -cuya expansión global se daría desde principios del año 2000 en adelante, en una progresiva masificación-, las “máquinas-niño” se están convirtiendo en “máquinas-adulto”, en la medida en que tienen amplios repositorios de datos sobre la forma en que se comunican y se relacionan las distintas sociedades.

A través de los algoritmos -instrucciones configuradas-, y del *machine learning*, la inteligencia artificial es capaz de generar textos de forma automatizada (Lokot y Diakopoulos, 2015), generar una “cascada de rumores” (Vosoughi, Roy y Aral, 2018, p. 1146) para contaminar la participación en las redes sociales, solicitar apoyos para tal o cual causa o candidato (Howard, Woolley y Calo, 2018), entre otros. Estamos en un momento en que las redes sociales digitales no reflejan ya solamente la contribución de los usuarios, sino sobre todo el reflejo de la contribución masiva, espuria e irresponsable de numerosas organizaciones e instituciones. Estos sofisticados -y, a veces, no tanto-, departamentos y áreas de comunicación trabajan para promocionar sus marcas o ideas, circular y recircular convirtiendo a los usuarios en parte activa de su estrategia, y escenificar una materialización de las tácticas de la propaganda del siglo XX. De alguna manera, asistimos a una colonización del espacio público por parte de organizaciones privadas y de instituciones privatizadas a favor de liderazgos poco éticos y poco colectivos.

Desde ese ángulo, son muchos los autores que señalan el papel crítico de las redes sociales en la opinión pública contemporánea, particularmente desde tres líneas de investigación. Algunos de esos autores describen los efectos de las redes en la vida de las personas (Przybylski et al., 2013; Patiño, 2019). Efectos que aluden a la ansiedad, al miedo a la soledad, que motivan la existencia de problemas de sueño, de gestión del tiempo o un pesimismo y desesperanza -al confrontar una visión idealizada, estereotipada, frente a una realidad problemática-, que, en casos extremos, puede conducir al suicidio.

Otros autores explican el rol controvertido de las redes para la propagación de desinformación (Capoano & Costa, 2021; Costa, 2021a;

2021b), lo que conlleva la creciente polarización global, así como al auge de líderes populistas, con más recursos económicos que ideas, tipo Donald Trump o Jair Bolsonaro. Los recursos son vitales en las nuevas lógicas de información y desinformación: los recursos ayudan a construir redes propias, a expandir el mensaje desde su adaptación responsiva, personalizada, a constituir verdaderos ejércitos de bots o *botnets* capaces de impactar en los imaginarios sociales.

También hay quienes proponen el uso geoestratégico de las redes sociales, como Yuval Noah Harari (Infobae, 2020, 21 de enero), quien sostiene el *hackeo* gubernamental de los gobernados, a partir de un conocimiento exhaustivo de los mismos. Barredo (2021), por su parte, menciona el desarrollo de equipos de comunicación que se encargan de imponer una agenda de temas originada a cientos o miles de kilómetros de distancia.

Así las cosas, con este libro proponemos una selección de estudios que exploran, esencialmente, los efectos de las redes sociales digitales en la participación de sus usuarios, desde la construcción de los mensajes, casos y mediante la intervención de prácticas y usos diferenciados.

En el primer artículo, Pedro Rodrigues Costa, Edson Capoano y Daniel Barredo Ibáñez analizan una de las series más populares de Netflix, «Gambito de dama». Mediante el estudio de 160 comentarios realizados en una publicación en Facebook, los autores encuentran una sensación de falsa comunidad alrededor de la conversación suscitada por esta miniserie. Más bien, como explican en las conclusiones, los diálogos se centran alrededor de la prolongación del yo, de la experiencia autorreferencial, y no son tanto el fruto de una participación real, de una reflexión profunda y crítica alrededor de este producto cultural. Ejemplos como el aportado señalan la constitución de tribus digitales con una identidad fuertemente narcisista, escasamente solidarias y empáticas.

Pero las redes sociales, al crear esas tribus digitales, se convierten en importantes espacios para la gestión política contemporánea. Y,

especialmente, para la manipulación de la opinión pública, con la creación de debates artificiales, o mediante el intento de sabotear la acción colectiva. En ese sentido, en el segundo artículo, Davide Gravato y Sergio Denicoli evalúan y clasifican la injerencia de los llamados «perfiles de interferencia» (como bots o perfiles falsos o alineados estratégicamente por un *botmaster*) dentro de Twitter. En concreto, los autores estudian la presencia de estos perfiles durante el primer año del gobierno de Jair Bolsonaro. Con una data de casi 8 millones de tuits difundidos con el término clave «Bolsonaro», los autores categorizan los perfiles de interferencia a partir de perfiles robotizados o bots, perfiles falsos y perfiles adeptos. Para construir esta clasificación, se emplean en este trabajo 56 características de identificación. Entre los resultados más interesantes, se señala que alrededor de 1 de cada 10 perfiles que mencionaron la palabra «Bolsonaro», de acuerdo a los autores, procedían de un perfil de interferencia. Estos perfiles, fundamentalmente, se introducían en la conversación de Twitter a partir de algunos eventos clave, sobre todo para impulsar una mayor presencia de emociones positivas asociadas al presidente brasileño.

Y aunque las redes sociales concentran la mayor parte de las contribuciones colaborativas, lo cierto es que hay otros ámbitos de la comunicación que están mutando en función del desarrollo tecnológico. Es el caso del periodismo, en que Elizabeth Saad, en el tercer artículo, estudia dos conceptos amplios: que se estudia en el tercer artículo desde dos conceptos amplios: por un lado, la llamada «placificación» o “lugarización”, esto es, la forma en que el periodismo digital se estructura como un enclave significativo para las sociedades a las que se orienta, como un “lugar” clave; y, por otro lado, las «heterotopías», que aluden a la situación múltiple de los espacios digitales estimulada por los medios de comunicación, en tanto que constructores de sentido y de interacciones. La autora, para testar la caracterización de ambos conceptos, presenta una encuesta sobre dos importantes cibermedios brasileños, como son *Folha de S. Paulo* y *Nexo Jornal*. Según se indica en las conclusiones, en estas cabeceras se detecta una falta de

implementación de opciones asociadas al desarrollo de comunidades de usuarios, si bien se incluyen iniciativas que procuran fidelidad a los usuarios desde la apertura de las portadas. En este estudio, se concluye ofreciendo una recomendación a los medios en línea a partir de “la estrategia, la gestión, la cooperación y el sentido humanitario”.

Y en conjunto con los medios, también resulta pertinente examinar la labor comunicacional de las organizaciones e instituciones. Y ese es justamente el tema del cuarto artículo, Fabio Frá Fernandes, quien propone un estudio de trece organizaciones -de diversos sectores-, enclavadas en la región Rio Grande do Sul, en Brasil. Para poder analizar la apropiación y las formas de expresión de estas comunidades, el autor realizó una observación participante, durante 30 días, sobre los canales comunicacionales de dichas organizaciones. Al mismo tiempo, se complementa esta técnica cualitativa con las entrevistas en profundidad a los responsables de las áreas de comunicación de las organizaciones, así como con una auditoría con grupos de interés de esos mismos actores. Todo este despliegue metodológico conduce a identificar a las organizaciones estudiadas a partir de la mediatización de sus prácticas, independientemente de los recursos de los que disponen. Las organizaciones, por consiguiente, tienden a incorporar una convergencia de medios, asociados a la movilidad y la hiperconectividad propia del individuo que forma parte de sus grupos de interés.

Dentro del estudio de los efectos, en el quinto artículo se examina el *ciberbullying*, es decir, la violencia derivada de las prácticas realizadas en el ámbito virtual. En este artículo de reflexión, Luzia Pinheiro, mediante la profundización sobre cómo se construyen la reputación y la identidad y cómo pueden afectar al *ciberbullying*, constata la observación de los otros a partir de sus perfiles en redes sociales. Precisamente, la autora encuentra una prevalencia del *ciberbullying* en la ciberesfera, en la medida en que desde el espacio virtual se produce un traslado exhaustivo de los datos individuales. Y esta mirada a los otros, a la individualidad que los determina, ocasiona una erupción de

la violencia.

Pero para entender mejor cómo se articula esa mirada sobre los procesos de emisión y recepción, Dafne Calvo y Eva Campos-Domínguez, en el sexto artículo, examinan al prosumo desde sus impactos políticos y sociales. Desde la reflexión de esta tendencia de los usuarios -que, por cierto, nació a principios de los años 80 del siglo XX, gracias a las ideas visionarias de Alvin Toffler-, las autoras enlistan los enfoques preponderantes dentro del prosumo. En aras de ejemplificar los enfoques detectados, en el artículo se incluyen numerosos ejemplos de plataformas basadas en la colaboración entre usuarios, de manera que se vincula la teoría -la explicación del concepto-, con la práctica -su expresión en un marco real.

Si en el sexto artículo se visualizan las prácticas, por decirlo así, más positivas de la inteligencia colectiva, en el séptimo artículo, por el contrario, Carlos Magno Camargos Mendonça, Ettore Stefani Medeiros y Gregory Rial introduce uno de los peores efectos de esa misma participación ciudadana: el discurso de odio contra las personas LGBTQ+. A través de la desinformación, y de una distribución de contenidos emocionales, se favorece una dispersión generalizada del odio, el cual a su vez tiene un correlato en la vida fuera de línea. Como los mismos autores señalan en este artículo de reflexión, los crímenes contra la población brasileña LGBTQ+ han aumentado en los últimos años. Es decir, se concluye que las redes sociales contribuyen con la propagación de una propaganda capaz de involucrar emocionalmente a los individuos y anular la participación y la reflexión democrática, en aras de establecer una interpretación «autoritaria y excluyente».

La desinformación es también el tema principal del octavo artículo, en que Anelisa Maradei y Marli dos Santos comparan las coberturas realizadas por dos medios de verificación, como son *Lupa* (Brasil) y *Polígrafo* (Portugal). A través de un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), las autoras encontraron una prevalencia de contenidos falsos dispersados desde las redes sociales digitales. Esos otros

contenidos verdaderos, en cambio, eran frecuentemente invisibilizados frente a los contenidos emocionales. Las autoras concluyen en este trabajo la existencia de numerosas semejanzas entre ambos medios de verificación, que a pesar de sus buenas intenciones, no contribuyen decisivamente para la reducción de la desinformación en los contextos abordados.

Y aunque las redes sociales digitales son responsables de la dispersión de contenidos falsos, lo cierto es que también pueden ser plataformas útiles para la promoción de prácticas saludables. Carlos Manuel Baptista, Cinthia Elisabet Otto y Cynthia Luderer, en el noveno artículo, estudian una página de Facebook -DELIquarantine-, que ayuda a promocionar hábitos beneficiosos en salud. Para los autores, esta plataforma se erigió como un importante punto de encuentro para los usuarios aislados durante la pandemia de Covid-19, específicamente para compartir contenidos afines y, con ello, constituir una comunidad alrededor de temas de interés que, a la postre, derivó en una comunidad de apoyo.

Por último, en el décimo artículo Karina Juárez Morales se adentra en uno de los principales recursos de viralización de las redes sociales digitales, como son los memes. Para ello, centra su investigación en los primeros cien días de gobierno de Andrés Manuel López Obrador. Los memes, como explica la autora, son recursos visuales que ayudan a generar una mayor renovación de los repertorios propios de la comunicación política. El humor, como táctica y tono de los memes, genera una interpretación didáctica de estos contenidos, pensados para circular en la ciberesfera. En el caso particular de México, los memes se emplearon para popularizar a Andrés Manuel López Obrador, si bien durante los primeros momentos de su presidencia fueron apropiados por los rivales políticos para desacreditar las distintas iniciativas lideradas.

En definitiva, los 10 capítulos de este libro exploran, de manera profunda, el rol ambivalente de las redes sociales digitales, en tanto que contribuyen con diversas opciones desde el análisis de los

efectos. Se propone la emergencia de con aspectos negativos para la conformación de la opinión pública, como la desinformación, la polarización, el odio, entre otros. Pero, al mismo tiempo, también se introduce a estas plataformas como cooperantes de ciertas posibilidades de representación basadas en la promoción de hábitos saludables. Es cierto que lo segundo -la promoción saludable-, en el libro, está menos presente que lo primero -los efectos negativos. Y ello quizá es debido a la importancia social de esos mismos efectos, a la forma en que están mutando nuestras formas de ver y de interpretar el mundo. Y, especialmente, a los mecanismos que hacen que nuestras sociedades, en el marco del siglo XXI, constituyan espacios conflictivos en disputa. Paradójicamente, el sueño de Turing, las “máquinas-niño”, en su entrada en la edad adulta se están convirtiendo en una pesadilla de automatización, de manipulación algorítmica, de insatisfacción generalizada.

En cualquier caso, es el lector quien debe formarse un punto de vista desde la multiplicidad de escuelas, corrientes y técnicas presentes en estas páginas. Como ven, un debate que sitúa a la casa de los comunicadores -nuestro querido CIESPAL, institución editora del libro-, de frente con los desafíos contemporáneos.

## Referencias

- Barredo Ibáñez, D. (2021). *Medios digitales, participación y opinión pública*. Tiran Lo Blanch.
- Capoano, E., Costa, P. R., Barros, V., Galhardi, R. (2021). WTristeza, medo, raiva e vergonha: das emoções ao neuroticismo estimulados pelo consumo de notícias sobre Covid-19W. En Oliveira, R. C., Christino, D. & Júnior, E. V. M. (Organizadores). *Covid-19 e a Comunicação* <pp. 254-277>. Cegraf UFG.
- Costa, P. R. (2020a). A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. *Revista Galáxia*, 45, 5-19. <https://doi.org/10.1590/1982-25532020347613>
- Costa, P. R. (2020b). Impactos da captologia. Problemáticas, desafios e algumas consequências do “dar vistas” ao ecrã em rede. *Sociologia online*, 23, 74-94. <https://doi.org/10.30553/sociologiaonline.2020.23.4>

- Howard, P. N.; Woolley, S. & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 81-93. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1448735>
- Ilcic, A. & García, P. (2020). Estrategias de modelización en Alan Turing: términos y conceptos de máquina. *Tópicos*, 58, 135-155.
- Infobae (2020, 21 de enero). Las tenebrosas predicciones de Yuval Harari en Davos: "La mente está en peligro". *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/tecno/2020/01/21/las-tenebrosas-predicciones-de-yuval-harari-en-davos-la-mente-esta-en-peligro/>
- Lokot, T. & Diakopoulos, N. (2015). News Bots. Automating news and information dissemination on Twitter. *Digital Journalism*, 4(6), 682-699. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1081822>
- Patino, B. (2019). *A civilização do peixe-vermelho: Como peixes-vermelhos presos aos ecrãs dos nossos smartphones*. Gradiva.
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rodrigues, P.; Capoano, E. & Barredo-Ibáñez, D. (2021). La vida conectiva. Las redes digitales como espejos sociotécnicos de Iberoamérica. *Chasqui*, 147, 33-46.
- Vosoughi, S.; Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

