

¿LOS MEDIOS SOCIALES SON BUENOS O MALOS PARA LA DEMOCRACIA?¹

Cass Sunstein

RESUMEN

Pese a reconocer que, en términos generales, los medios sociales tienen un efecto positivo sobre la democracia, el autor examina también el otro lado de la cuestión, específicamente los peligros de la polarización. En ese sentido, ofrece una visión crítica de algunos aspectos de las políticas de las empresas de medios sociales que tratan de ofrecer una “experiencia personalizada”, que conlleva el riesgo de mantener a los usuarios en una “burbuja de información”. Sin embargo, él observa que hay otras políticas que contrarrestan esta tendencia, buscando mantener a los usuarios informados, que deben ser perseguidas, a fin de asegurar que los medios sociales sean una herramienta capaz de hacer que la democracia funcione mejor.

PALABRAS CLAVE

Medios sociales | Democracia | Polarización

En términos generales, la pregunta de si las plataformas de medios sociales son buenas para la democracia es fácil de contestar. En general, no son solo buenas; son fantásticas. Para gobernarse a sí mismas, las personas necesitan tener información. También necesitan ser capaces de transmitírsela a otros. Las plataformas de medios sociales hacen que eso se vuelva infinitamente más fácil.

Hay, empero, un punto más sutil. Cuando las democracias funcionan bien, el sufrimiento y los desafíos de las personas no son asuntos enteramente privados. Las plataformas de medios sociales nos ayudan a alertar unos a otros sobre un millón de problemas distintos. En el proceso, la existencia de los medios sociales puede incitar a los ciudadanos a buscar soluciones.

Cabe considerar el notable hallazgo del economista Amartya Sen² de que, en la historia de la humanidad, no ha habido nunca una hambruna en un sistema con una prensa democrática y elecciones libres. Una razón fundamental para ello es que las hambrunas son producto no solo de una escasez de comida, sino también del fracaso de una nación para encontrar soluciones. Cuando la prensa es libre, y cuando los líderes provienen de elecciones, estos tienen un incentivo mayor para ayudar.

Enfermedad mental, dolor crónico, pérdida de empleo, vulnerabilidad hacia el crimen, drogas en la familia – si hay información sobre todos estos problemas propagada en las redes sociales, estos pueden verse reducidos con políticas sensibles. Cuando la gente puede hablar entre sí, y revela lo que sabe a las autoridades públicas, el mundo entero puede cambiar a toda prisa.

Pero las celebraciones pueden ser espantosamente aburridas, entonces contengamos los aplausos. ¿Los coches son buenos para el transporte? Ciertamente, pero solo en los Estados Unidos murieron más de 35.000 personas en accidentes de tránsito en 2016.

Las plataformas de medios sociales son estupendas para la democracia de muchas maneras, pero bastante malas en otras. Y se mantienen como una obra en marcha, no solo porque habrá nuevos participantes, sino también porque los no tan nuevos (incluido el Facebook) siguen evolucionando. Lo que dijo John Dewey acerca de mi amado país vale también para los medios sociales: “Los Estados Unidos no están listos aún; no son un hecho terminado que pueda ser categóricamente evaluado”.

Para los medios sociales y la democracia, los equivalentes a los accidentes automovilísticos son las noticias falsas (“*fake news*”) y la proliferación de burbujas de información – y, como resultado, un aumento de la fragmentación, la polarización y el extremismo. Si uno vive en una burbuja de información, va a creer en muchas cosas que son falsas, y va a dejar de aprender una infinidad de cosas que son ciertas. Eso es pésimo para la democracia. Como hemos visto, aquellos que tienen intereses específicos – incluidos políticos y naciones, como Rusia tratando de intervenir en procesos democráticos – pueden usar los medios sociales para promover dichos intereses.

Este problema se vincula al fenómeno de la polarización de grupos,³ que se da cuando personas que piensan igual conversan las unas con las otras y terminan elaborando una versión más extrema de lo que pensaron antes que empezaran a hablar. De hecho ese es un resultado común. En el mejor de los casos, es un problema. En el peor, es un peligro.

1 • Los riesgos de la personalización

Hace poco más de un año, un importante post de Facebook declaraba: “El objetivo de *News Feed* es mostrar a las personas las historias que son más relevantes para ellas”.⁴ Llamaba así la atención sobre los “valores centrales” de Facebook, que requieren un énfasis sobre “qué contenido es más importante para ti”.⁵

El post destacaba: “Algo que una persona encuentra informativo e interesante puede ser diferente de lo que otra persona encuentra informativo o interesante”. Es cierto. Añadía entonces el post: “mientras *News Feed* evoluciona, seguiremos construyendo herramientas poderosas y fáciles de usar para brindarte la más personalizada experiencia”.

¿En serio? Espero que no. Desde el punto de vista de la democracia, es una pesadilla.

En lugar de crear “la más personalizada experiencia”, considérense tres principios para el ambiente de comunicaciones en un sistema que aspira al autogobierno democrático.

Primero, los ciudadanos deberían ser expuestos a materiales que no hayan elegido de antemano. La casualidad es algo bueno. Encuentros no planificados y no anticipados son centrales para la democracia en sí. Tales encuentros a menudo implican temas y puntos de vista que las personas no habían buscado y quizás los encuentren algo irritantes, pero eso puede cambiar sus vidas de forma fundamental. Son importantes en parte para evitar la fragmentación, la polarización y el extremismo, que son resultados predecibles de cualquier situación en la cual personas que piensan parecido hablan solo entre ellas mismas.

Segundo, muchos o la mayor parte de los ciudadanos deberían tener un amplio abanico de experiencias comunes. Sin experiencias compartidas, una sociedad heterogénea tendrá mucha más dificultad para solucionar los problemas sociales. Las personas pueden verse unas a otras como extrañas, extranjeras, posiblemente hasta enemigas. Las experiencias comunes, enfáticamente incluidas las experiencias comunes posibilitadas por los medios sociales, proveen una forma de pega social. Las sociedades necesitan esas cosas.

Tercero, los ciudadanos deberían tener condiciones de distinguir entre verdad y falsedad – y de saber cuándo los procesos democráticos están siendo manipulados. En las democracias, por supuesto, está bien que la gente difiera en cuando a qué es la verdad. Pero si las personas están sabidamente esparciendo mentiras, y si hay naciones intentando interferir en otras naciones, debe haber algunos procesos establecidos para permitir a los ciudadanos tener acceso a la verdad.

2 • Un experimento en Colorado

Para explorar el tema de la polarización, pido que nos tomemos un momento para considerar un pequeño experimento sobre democracia que conduje con algunos colegas hace más de una década.⁶ Reunimos cerca de 60 ciudadanos estadounidenses y los separamos en grupos, casi todos de seis personas.

No teníamos como saberlo en aquel momento, pero de alguna manera estábamos testeando el mismo efecto que tienen los medios sociales sobre los procesos políticos. Se solicitó a los miembros de cada grupo que deliberaran sobre tres de los temas más controvertidos del momento: ¿Deben los estados permitir que parejas del mismo sexo establezcan uniones civiles?, ¿Deben los empleadores comprometerse con acciones afirmativas dando preferencia a miembros de grupos tradicionalmente en desventaja?, ¿Deben los Estados Unidos firmar un tratado internacional para combatir el calentamiento global?

Según el diseño del experimento, algunos grupos eran “liberales” y otros, “conservadores” – formados respectivamente por residentes de Boulder y Colorado Springs (no hubo mezcla). Es ampliamente conocido que la gente de Boulder tiende a ser de centro-izquierda y la de Colorado Springs, de centro-derecha. Se aseguró que los miembros de los grupos se encajaran en estos estereotipos. Las personas eran llamadas entonces a declarar su opinión individual y anónimamente (escribiéndolo en privado) 15 minutos antes y después de la discusión en grupo, y también a tratar de alcanzar un veredicto público antes de hacer sus declaraciones anónimas como individuos.

Los resultados fueron simples y perturbadores. En casi todos los grupos, los miembros terminaron con posiciones más extremas después que hablaron entre sí. Esa es la polarización de grupos en acción.

Para ofrecer un poco más de detalle: La discusión hizo que la unión entre personas del mismo sexo fuera más popular entre los liberales; la discusión volvió a tales uniones menos populares entre los conservadores. Los liberales eran a favor de un tratado internacional para controlar el cambio climático antes de la discusión; ellos pasaron a ser más fuertemente a favor después de la discusión. Los conservadores eran neutrales acerca de ese tratado antes de la discusión; ellos se opusieron fuertemente después de la discusión.

Levemente favorables a las acciones afirmativas antes de la discusión, los liberales se volvieron fuertemente favorables a ellas después de la discusión. Firmemente contrarios a las acciones afirmativas antes de la discusión, los conservadores se volvieron aún más contrarios a estas medidas después de la discusión.

El experimento también hizo que tanto los grupos liberales como los conservadores terminaran más homogéneos ideológicamente, sofocando así la diversidad interna. Hasta en las declaraciones anónimas, los miembros de los grupos mostraron mucho más consenso después de la discusión que antes. Se deduce entonces que la discusión ayudó a ensanchar la

brecha entre liberales y conservadores en los tres temas. Antes de la discusión, la posición de algunos grupos liberales estaba, en algunos puntos, bastante cercana a la de algunos grupos conservadores. El resultado de la discusión fue una división entre ellos mucho más tajante.

Este es mi punto: A cada minuto de cada día, el experimento de Colorado se viene replicando en los medios sociales y en un sinnúmero de naciones. Tus amigos de Facebook se deben parecer mucho a los grupos de Colorado (solo que más grandes). En tu cuenta de Twitter, debes seguir a gente que piensa como tú. Para muchos usuarios, las plataformas de medios sociales están creando un equivalente al experimento de Colorado, y con resultados nefastos para la democracia.

Claro que no le pasa a todo el mundo. Muchas cuentas de redes sociales presentan una diversidad de visiones; muchas personas no usan en absoluto los medios sociales para cuestiones políticas. Pero si algo similar a los experimentos de Colorado les está ocurriendo a cientos de millones de personas, de pronto podemos dejar de entendernos – y el proyecto de autogobierno, que siempre es difícil, se volverá considerablemente más difícil. En muchos países eso ya está sucediendo hoy, y sucederá mañana. El tema es que, aunque las plataformas de medios sociales no pueden ser responsabilizadas por el problema, ellas tampoco están haciendo lo suficiente para ayudar. Es más, el problema se agrava si personas, empresas y naciones con intereses propios conscientemente diseminan mentiras entre aquellos que – piensan ellos – son especialmente propensos a creerles.

3 • Una mejor arquitectura

Estos reclamos no deben ser malinterpretados. Al enfatizar los problemas planteados por las deliberadas falsedades, la polarización y las burbujas de información, no quiero sugerir que las cosas estén peor ahora que en 1960, 1860, 1560, 1260 o el año anterior o posterior al nacimiento de Cristo. Las burbujas de información son tan viejas como la historia humana misma. La cuestión no es que las cosas estén poniéndose peor, sino que la creciente capacidad tecnológica para el autoencasillamiento y para la personalización está creando serios problemas. Lo que hacen las plataformas de medios sociales es permitir que ciertos tipos de direccionamientos hacia perfiles y ciertos tipos de autoencasillamiento – sobre todo un autoencasillamiento entre cientos, miles o millones de extraños – sea mucho más fácil, más fácil que nunca. Ya habíamos tenido cantidades de direccionamientos de perfil y cámaras de eco en el pasado, pero la búsqueda de perfiles especialmente propensos a creer en mentiras específicas, así como las cámaras de eco en un solo click, son definitivamente algo nuevo.

Tampoco pretendo sugerir que, en lo que respecta a la polarización, los medios sociales son peores que los periódicos, los canales de televisión, los clubes sociales, los equipos deportivos o los vecindarios. Trabajos empíricos siguen tratando de comparar varias fuentes de polarización, y sería imprudente sugerir que los medios sociales hacen un daño mayor. Un sinnúmero de personas intenta enterarse de distintos temas, y con múltiples

puntos de vista, y usa sus cuentas de Facebook y Twitter precisamente para ese propósito. No obstante, otro sinnúmero de personas no lo hace.

La buena noticia es que las plataformas de medios sociales difícilmente se pueden considerar un hecho terminado para ser categóricamente evaluado. Son más bien una obra en marcha.

Los usos de Facebook, Twitter, Instagram y otros medios dependen de una multiplicidad de factores, incluidas opciones personales, algoritmos relevantes, normas sociales y los juicios arquitecturales de los propios diseñadores de las plataformas. Un News Feed, o cualquier cosa por el estilo, puede promover burbujas de información, o bien desestimularlos. Las plataformas pueden ofrecer salvaguardas en el caso de que procesos democráticos estén siendo afectados o de que falsedades se estén diseminando; pueden ayudar a las personas a descubrir qué es lo que es verdad. En los últimos tiempos, Facebook viene haciendo exactamente eso.⁷

Podría hacer mucho más. Podría seguir procurando reducir la personalización y enfocando más en producir información para las personas, expandiendo sus horizontes y potencialmente contrarrestando la polarización.

Podría encontrar medios de trabajar sobre temas de civilidad. Podría promover el foco en la esencia, más que en quién está en el equipo de quién, o qué equipo es mejor. Podría cambiar su *News Feed* de forma tal que combatiera en lugar de promover la fragmentación. Cierta trabajo reciente, como es el caso de “Artículos Relacionados”, apunta exactamente a la dirección correcta, con las siguientes palabras inspiradoras, incluso determinantes: “Uno de nuestros principales objetivos es apoyar una comunidad informada en Facebook”.⁸ Hay mucho más por considerar, pero el trabajo que viene haciendo es un admirable comienzo.

Mucho más se está haciendo en esta línea. Para dar tan solo un ejemplo, *Read Across the Aisle*⁹ es una aplicación que ofrece una buena gama de distintas nuevas fuentes. A medida que lees, el app te cuenta si te estás volviendo “azul” o “rojo” – y la barra se va corriendo hacia la derecha o la izquierda – en el caso de que estés viviendo en una cámara de eco. El objetivo general es ayudar a las personas a vivir fuera, y a escapar de cualquier tipo de burbuja de esas.

En los próximos años, veremos inevitablemente una serie de experimentos diseñados para ayudar a los medios sociales a contrarrestar las recientes amenazas y a hacer que la democracia funcione mejor. Nadie puede predecir qué nos espera en el horizonte. Esa es una excelente noticia, y tiene la ventaja de ser verdadera.

Así como para los automóviles, lo mismo vale para los medios sociales: Estamos mucho mejor con ellos que sin ellos, pero las opiniones agregadas son un obstáculo para la mejora. Entonces John Dewey tiene la última palabra: “Yo no minimizaría el avance alcanzado en la sustitución de los métodos basados en reglas arbitrarias por aquellos métodos basados en la discusión y deliberación pública. Sin embargo, lo que es mejor es a menudo enemigo de lo que es aún mejor”.

NOTAS

- 1 • Este artículo fue originalmente escrito por el autor: Cass R. Sunstein, "Guest Post: Is Social Media Good or Bad for Democracy?" Facebook Newsroom, January 22, 2018, accessed June 6, 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/sunstein-democracy/>.
- 2 • Amartya K. Sen, *Development as Freedom* (London: Oxford University Press, 2001).
- 3 • Cass R. Sunstein, "The Law of Group Polarization," University of Chicago Law School, John M. Olin Law & Economics Working Paper no. 91 (diciembre de 1999).
- 4 • Adam Mosseri, "Building a Better News Feed for You." Facebook Newsroom, 29 de junio de 2016, visitado el 6 de junio de 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>.
- 5 • "News Feed Values," Facebook News Feed, 2018, visitado el 6 de junio de 2018, <https://newsfeed.fb.com/values/>.
- 6 • David Schkade, Cass R. Sunstein, and Reid Hastie, "What Happened on Deliberation Day," *California Law Review* 95, no. 3 (2007): 915-940.
- 7 • Mark Zuckerberg, "A lot of you have asked what we're doing about misinformation, so I wanted to give an update..." Facebook, 19 de noviembre de 2016, visitado el 6 de junio de 2018, <https://www.facebook.com/zuck/posts/10103269806149061>.
- 8 • Sara Su, "New Test With Related Articles." Facebook Newsroom, 25 de abril de 2017, visitado el 6 de junio de 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2017/04/news-feed-fyi-new-test-with-related-articles/>.
- 9 • Read Across The Aisle, Homepage, 2018, visitado el 6 de junio de 2018, <http://www.readacrosstheaisle.com/>.

**CASS SUNSTEIN** – *Estados Unidos*

Cass R. Sunstein es profesor titular de la cátedra Robert Walmsley en la Universidad de Harvard. De 2009 a 2012 fue administrador de la Oficina de Información y Asuntos Regulatorios de la Casa Blanca. Es autor de varios libros, entre ellos *#Republic* (2017), *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness* (con Richard H. Thaler, 2008) y *Simpler* (2013). Algunos de sus últimos libros son *The World According to Star Wars* (2016) y *The Ethics of Influence* (2016).

contacto: csunstei@law.harvard.edu

Recibido en enero de 2018.

Original en inglés. Traducido por Celina Lagrutta.



"Esta revista es publicada bajo la licencia la Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License"