

El dilema de las redes sociales: 3 cambios para retomar el control sobre tu vida en las redes según el creador del «Me gusta» en Facebook

17/10/2020

Estamos siendo manipulados: esa es la gran conclusión del nuevo documental de Netflix **«El dilema de las redes sociales»**, que expone, a través de las voces de distintos expertos, cómo los gigantes tecnológicos manipulan la psicología humana e influyen en nuestros comportamientos.

Una de las más prominentes es la de **Justin Rosenstein**. El programador, empresario y filántropo estadounidense **trabajó en Google y en Facebook**, donde **diseñó el famoso botón «me gusta»**. Es el cofundador de Asana -una aplicación para mejorar la productividad- y de One Project, una iniciativa global sin fines de lucro **«para diseñar e implementar nuevas formas de gobernanza y economía»** (con base en la colaboración).

La mayor preocupación de Rosenstein sobre los sistemas de tecnología actual es **«cómo explotan y manipulan nuestras mentes»**, según contó a BBC Mundo.

«Los sistemas que usamos hoy en día están quebrantados; responden a los intereses de las compañías involucradas. La idea se basa en que el usuario no es el cliente, sino el producto. Y su permanencia en las redes se vende a los anunciantes».

«Somos menos felices y menos productivos que nunca porque

somos adictos». «**Pánico y descompostura**», los síntomas que manifiestan cada vez más jóvenes «**adictos**» a los teléfonos móviles. «**Pero podemos cambiar la dirección hacia la que va la sociedad**», añadió, optimista.

«Yo espero que la gente se dé cuenta de que tiene más opciones. Una vez que eres consciente de lo que hace la tecnología -cómo nos está polarizando, desinformando y afectando- tú, como individuo, puedes retomar el control sobre tu vida en las redes, puedes empoderarte y tomar decisiones».

¿Y cómo?

«Teniendo conversaciones como la que estoy teniendo contigo ahora sobre cuáles son los daños potenciales de las tecnologías que usamos, cómo estamos siendo manipulados y cómo podemos cambiar nuestro comportamiento, empezamos a cuestionar las cosas. Yo espero que veamos el comienzo de un renacimiento cultural», añade el matemático.

Rosenstein ofrece tres tipos de soluciones o recomendaciones: unas tienen que ver con cómo usas la tecnología; otras, con cómo te comportas; y otras con cómo actúas en sociedad.

1. Los cambios «básicos»: desactivar las notificaciones

Respecto al uso del dispositivo, Rosenstein recomienda varias cosas «muy básicas».

Se trata de cambios que tienen que ver con cómo usamos la tecnología. «**Por ejemplo, desinstalar aplicaciones del teléfono, moderar el tiempo de uso o desactivar las notificaciones**», explica.

La cuestión clave para Rosenstein es que comprendamos que las redes sociales ganan poder cuanto más tiempo pasamos en ellas, y que está en nuestra mano (literalmente, de hecho)

evitar que eso ocurra.

«Es como si llevara todo el tiempo en el bolsillo una deliciosa galleta de chocolate. Si la comiera, ganaría peso que no quiero. Se trata de alejarte de algo altamente adictivo». **«Pero hay otros cambios mucho más profundos que tienen que ver con cómo interactuamos entre nosotros»**, añade Rosenstein.

2. Cambios de comportamiento: cuanto más presente estás, menos rentable eres

«Debemos pasar más tiempo con otras personas, escucharnos y comprendernos para que seamos capaces de reconocer cómo la tecnología (los algoritmos) refuerza nuestros propios sesgos». **«Sin duda, podemos cambiar nuestro comportamiento»**, dice Rosenstein.

Una de las claves de ese cambio, dice Rosenstein, es enfocarnos en estar más presentes. **«Cuando estamos presentes nos sentimos satisfechos; no necesitamos ningún software ni la necesidad de comprar nada. Por eso el que estemos presentes no les resulta rentable a las redes sociales».** **«Hay algunas cosas que pueden ayudarnos mucho, como la meditación o practicar la atención plena».**

Otra clave es cómo nos comportamos con los demás y no asumir que todo lo que leemos en internet es cierto. **«Debemos ser mucho más humildes sobre nuestra propia capacidad de comprender la realidad y darnos cuenta de que muchas cosas que nos han contado puede que no sean ciertas»**, señaló el experto.

«También ser más abiertos a otras perspectivas, a por qué otros piensan distintos. No todos ven la misma información. Hay que ser más compasivos y cuestionar nuestras propias creencias. No perder la curiosidad, escuchar con atención. Y construir relaciones con personas que tienen otros puntos de vista».

Sin embargo, el ingeniero dijo que **«cambiar nuestro comportamiento como individuos o con los demás no es suficiente»** porque **«también tiene que cambiar el sistema»**.

3. Los cambios como sociedad

«Cambiar los comportamientos individuales no es suficiente. Incluso aunque estemos muy atentos y nos esforcemos mucho en usar nuestra atención consciente, siempre hay maneras en que la inteligencia artificial puede ser más lista sin que seamos conscientes de ello», explicó el exingeniero de Facebook. De esa manera, la tecnología puede cambiar nuestras perspectiva y nuestros comportamientos sin que ni siquiera nos demos cuenta, añadió.

«Por eso el cambio individual no basta; tenemos que demandar cambios a las empresas tecnológicas. Y no solo eso, sino también reclamar regulaciones a los gobiernos para reducir los daños que causan y haya más transparencia y responsabilidad». **«Estos sistemas no pueden dejarse en manos de grandes corporaciones que tratan de maximizar sus beneficios o el tiempo que pasamos usando su tecnología. Todo esto nos afecta de manera muy profunda y es muy importante que si queremos salvar nuestra democracia, cambiemos la gestión de las redes sociales y qué las incentiva»**.

Rosenstein propone una junta de representantes de ciudadanos, de manera que los ejecutivos de esas empresas deban dar parte a esos comités, responsables de establecer objetivos acordes con la democracia. **«La tecnología tienen que estar, al menos conceptualmente, en manos de la gente»**.

¿De qué más habla el documental?

«El dilema de las redes sociales» es un docudrama de 93 minutos, dirigido por el premiado cineasta estadounidense Jeff Orlowski, en el que Rosenstein y otros importantes actores del mundo tecnológico -Tristan Harris (ex Google), Jeff Seibert (ex Twitter), Bailey Richardson (ex Instagram), Tristan Harris

(ex Google) y Justin Rosenstein (ex Facebook) o Lynn Fox (ex Apple)- explican cómo funciona el lado oscuro de las redes sociales.

«Muchas de las cosas que se cuentan en 'El dilema de las redes sociales' no son nuevas», explicó Rosenstein. **«Pero he visto reacciones de mucha gente y es increíble cuántos dicen que eran cosas que no sabían antes».**

Con un impresionante puntaje del 90% en la página web de críticas de cine Rotten Tomatoes y reseñas positivas de varios medios de alto perfil, como Variety, Financial Times y Hollywood Reporter, la película está dando mucho de qué hablar.

En Twitter se leen comentarios de espectadores que opinan que es **«más perturbador que una película de terror»** e incluso lo comparan con un capítulo de la distópica serie **«Black Mirror»**. Otros dicen que les provoca **«ansiedad y ganas de tirar el teléfono»** o que sintieron **«un ansiedad repentina»** por eliminar todo lo que tienen (publicado) en internet.

Quienes lo critican dicen que el hecho de que hable sobre **«despertar al Matrix»** de las redes sociales no les excluye de formar parte de ese mundo. Otros critican que haya escenas de ficción en una narrativa que aspira a ser informativa (en realidad, es un docudrama), o que, paradójicamente, se haya publicado en Netflix, cuyo algoritmo se nutre de la información de los usuarios.

El hecho de que el documental haya sido número uno (en septiembre) en la plataforma lo convierte en un éxito. Pero para Rosenstein, el verdadero éxito es haber logrado que muchos **«hayan abierto los ojos al alcance del problema sobre cómo funcionan las redes sociales»** y cambien su perspectiva sobre cómo las usan o sobre la confianza que depositan en lo que ven por internet.

«Así como la pornografía es una imitación de la intimidad y

ciertos tipos de comida rápida son una imitación de la nutrición, las redes sociales se adentran en estructuras internas del cerebro que activan impulsos básicos que nos resulta muy difícil controlar», dijo Rosenstein.

«Nos volvemos adictos a eso sin ni siquiera darnos cuenta, es como un truco psicológico. La tecnología puede tener usos fabulosos, el problema es cómo se aplica».