

Desinformación en Facebook y COVID-19, con fines de lucro: Opinión

Posted on 8 de febrero de 2021 by Carlos Fabián Righetti Ramos



Foto: Archivo/WiseGeek

¿Desinformación? El algoritmo y las redes sociales premian la polémica, porque hace reaccionar a quienes la consumen y las personas se mantienen conectadas

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur

La desinformación de los “antivacunas” es un peligro para la salud pública, ese es un hecho que no podemos eludir.

Pero, Facebook no ha bloqueado los grupos antivacunas, incluso el “The Guardian” reportó que existen 430 páginas de dedicadas a la desinformación, de entre ellas tiendas y páginas de fans.

Facebook que vende publicidad dirigida y los datos de tu actividad en la plataforma, lucra de la cantidad de tiempo que inviertes ahí.

Este tipo de páginas desinformadoras, extremistas de sus conspiraciones, por lo regular pasan mucho tiempo alimentando su sesgo; son validadas por sus propios grupos, así, siendo expuestas a más y más publicidad.

De esta forma, Facebook obtiene beneficios directos de este tipo de personas: a pesar de su actividad irregular.

Lo más preocupante es que los “antivacunas” son un grupo pequeño dentro de toda una amalgama de extremistas de todo tipo.

El algoritmo y las redes sociales premian la polémica, porque esta hace reaccionar a quienes la consumen, de esta manera las personas se mantienen conectados a la plataforma.

En el caso de los medios de comunicación aparentemente, están secuestrados, pues tendrían que ponerse todos de acuerdo para evitar la polémica y las notas tendenciosas.

Ya que solo si todos al mismo tiempo pactan podrán combatir la adicción al contenido tendencioso; sin embargo, internet es tan amplio, que sería difícil conseguir una coordinación “segura”.

Si se obtiene una organización parcial frente a este fenómeno, al no haber oferta de noticias tendenciosas, serán sumamente beneficiados quienes no respeten el pacto.

Al final, dentro de toda esta reflexión, una responsabilidad parcial y compartida sería lo más asequible.

Parece inocente pensar que solamente promoviendo la conciencia será suficiente; pues el contenido de Facebook, que llega a ti, depende de un algoritmo. Este, en parte, depende de que tanta interacción tenga una publicación.

De esta forma, el contenido viral y polémico es magnificado ad infinitum.



En conclusión, debemos ser más responsables, en la medida de lo posible, con el contenido que consumimos.

Podemos educar el algoritmo con un “No me interesa” a las cosas que no nos aporten nada.



Foto: REUTERS