

Mike Ananny, académico de comunicaciones de la U. del Sur de California (EE.UU.) y experto en tecnología:

“Los algoritmos visibilizan discursos y esconden otros, y eso es algo muy poderoso”

En entrevista con “El Mercurio”, el investigador evalúa la estrategia de los gigantes tecnológicos frente a las noticias falsas, opina sobre el modelo de negocio de estas compañías y aborda los riesgos que supone el aprendizaje automático para el consumo de información.



FABIAN RIVAS

JANINA MARCANO

Noticias falsas, bots, trolls, manipulación de algoritmos. Estos son algunos de los temas que el canadiense Mike Ananny ha estudiado desde hace más de una década, cuando empezó a investigar la relación entre los gigantes tecnológicos y los medios de comunicación.

Periodista, experto en tecnología e investigador de comunicaciones de la Universidad del Sur de California, Ananny estuvo de visita en Chile esta semana, invitado por la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez a la II conferencia de Cultura y Social Media que organiza esa casa de estudios.

Días antes de viajar al país, Ananny conversó con “El Mercurio”, vía telefónica.

—¿Cómo evalúa las estrategias que han aplicado algunas compañías tecnológicas para combatir las noticias falsas?

“Honestamente, creo que es-



GENTILEZA MIKE ANANNY

Mike Ananny es miembro del Centro de Periodismo Digital de la U. de Columbia. Es autor del libro “Networked Press Freedom: Create Infrastructures for the Public Right to Hear” (Libertad de prensa en la red: crear infraestructuras para el derecho público a escuchar).

tán luchando. Yo estudié lo que está haciendo Facebook y ellos están tratando, pero enfrentando desafíos como la escala, es decir, la cantidad de información y la velocidad a la que viaja. Son cosas que hacen difícil tener el control. Tanto Google como Facebook es-

tán luchando contra eso y se les está haciendo difícil”.

Ananny cree que allí estará puesta la mirada en los próximos años: en la cantidad de información que circula en las plataformas.

“Creo que habrá gente que se parará y dirá que, quizás, estos sistemas son demasiado grandes, que no debemos tener plataformas que funcionen a nivel mundial, como Google o Facebook, que sean tan poderosas. Creo que hoy hay confusión y miedo y que la escala de información a la que estamos enfrentados es algo que empezaremos a mirar con mayor atención”.

—¿De qué forma los algoritmos están afectando nuestra manera de informarnos?

“El tema es que ellos hacen que ciertas noticias y discursos sean invisibles y otros visibles, y eso es algo muy poderoso. Algo que es trabajo editorial, ahora lo hace un algoritmo. Y lo que hay que pensar es que la mayoría de ellos es-

tán motivados por metas de marketing, y esta lógica también es aplicada a las noticias. No sé qué tan bueno sea eso para la humanidad. ¿Cómo está Facebook, por ejemplo, decidiendo qué noticias son importantes de visibilizar? Creo que estas empresas no están siendo lo suficientemente abiertas sobre su toma de decisiones”.

Muchos investigadores, dice Ananny, aún se preguntan si los algoritmos podrían estar afectando la democracia. Esto, porque se dice que ellos crean burbujas digitales en las que las personas solo pueden ver información relacionada con sus gustos y su forma de pensar. Es decir, estos estarían perfilando a los usuarios, al punto de mostrarles una sola cara de la realidad, evitando así que se informen de manera libre.

“Es una gran pregunta que aún nos hacemos. Muchas veces la democracia depende de encontrar gente que piense como tú y pueda, por ejemplo, salir a manifestarse por una causa, pero muchas

veces también es estar expuesto a cosas diferentes a ti. Si es que los algoritmos tienen esta meta, de presentarte solo cierto tipo de información relacionada con tus gustos, eso no lo sabemos todavía. La evidencia es poco clara. Efectivamente, hay personas que viven en burbujas digitales, pero hay otros que no, que sí se ven expuestos a otros puntos de vista. Es algo que no se entiende bien”.

—¿Por qué es tan difícil entenderlo?

“Esto es un punto súper importante, porque el tema es que muchas de las plataformas donde yo podría encontrar la respuesta están cerradas por asuntos privados. Está sucediendo algo en el campo de la investigación y es que muchos académicos están frustrados porque no podemos entrar a (investigar) Google o Facebook porque no nos dejan. Aunque también hay que decir que muchos de estos sistemas son tan complicados que incluso las personas que

trabajan con ellos no saben cómo funcionan. No es solo que no quieran decirnos, es que a veces ni ellos tienen la respuesta. Eso es aterrador, al menos para mí”.

—Hay quienes dicen que muchas de las decisiones de estas empresas se basan en su modelo de negocio y que eso es respetable. ¿Qué opina sobre eso?

“Mi respuesta es que muchos de sus modelos de negocio están rotos, están equivocados. Muchos se basan en vigilar a las personas, en romper la privacidad, en recoger datos que la gente no necesariamente eligió entregar. Entonces, cada vez que alguien me dice ‘esto es simplemente nuestro modelo de negocio’ yo le digo ‘ok, tu modelo no sirve’. Si una compañía le está haciendo daño a la democracia, entonces no funciona. Muchos dirán que simplemente no utilicen estas plataformas, pero eso es poco realista, porque actualmente todo lo que quieres hacer requiere usar estos productos”.