Siempre me interesó la política. En la escuela secundaria milité en el centro de estudiantes, donde entre otras cosas, organizamos campamentos gigantes, de hasta 600 estudiantes, sin adultos presentes. Se imaginan lo que era eso! Veníamos de años de dictadura y creíamos que lo necesario era reconstruir comunidad, de abrir otras maneras de relacionarse con gente diversa y sacarse el miedo del cuerpo, distinto a la política tradicional. Lo que aprendimos es que lograr esto es muy difícil, no venimos muy preparados para convivir con el conflicto y la diferencia.

Treinta años después, estoy trabajando en Facebook y de vuelta estoy en medio de un campamento, esta vez global y de 2 mil millones de personas, un ámbito de interacción que podría acercarnos, que podría ser un motor increíble de generación de empatía.

Y sin embargo, la sensación es que cada vez nos polarizamos más. Cada país tiene hoy su versión local de “la grieta” y muchos piensan que Internet y las redes sociales en particular son una de las causas. ¿Pero es así? ¿Las redes sociales nos encierran y alejan cada vez más de los que piensan distinto a nosotros? ¿O pueden ser las redes un espacio de encuentro como el que imaginábamos en los campamentos del secundario?

La ventaja que tenemos hoy es que podemos tratar de entender lo que pasa analizando la enorme cantidad de información que se genera online. Para darles una idea: cada día en Facebook los usuarios postean una cantidad de texto equivalente al contenido de 7 Wikipedias. Con las fotos que se suben en una semana, si las imprimiéramos, podríamos cubrir la ciudad de Buenos Aires. Yo tengo el privilegio increíble de estar sentado en el medio de esta avalancha de datos, en el equipo de Ciencias Sociales Computacionales de Facebook en Menlo Park, California. Sí, sí, las ciencias *sociales* pueden ser “*computacionales*”. Ambas se necesitan para poder entender esta gigantesca foto de nuestra cultura que tomamos cada día en Internet. Es importante aclarar que todos los datos que usamos son anónimos, son estadísticas sobre miles o millones de casos y no nos dicen nada sobre una persona en particular, no “predicen” nada a nivel individual.

Para darles un ejemplo, podemos documentar cómo se desarrollan las relaciones de pareja en Internet.

Veamos primero el número de interacciones entre dos personas que están por formar una pareja, 100 días antes de que se forme y hasta 100 días después.

Acá pueden ver cómo al principio las interacciones suben y cuando se forma la pareja bajan abruptamente, suponemos que porque están pasando más tiempo cara a cara.

En paralelo, haciendo análisis de texto, podemos ver que los intercambios contienen palabras cada vez más “positivas”.

Podemos ver cómo sube la probabilidad de que una pareja dure 5 años en base a cuántos meses lleva. Por ejemplo, si la relación aguanta 6 meses, la probabilidad de durar hasta 5 años aumenta 40%.

Pero si no dura y se rompe, también sabemos que los amigos vienen a nuestra ayuda (¿o a la pesca?), y se triplican nuestros intercambios online.

Pero hoy quiero enfocarme menos en el amor y más en el desamor: quería contarles lo que los datos nos dicen sobre polarización y el rol de las redes sociales, y volver a ver si es posible este campamento global.

Empiezo por las buenas noticias. Por un lado, las redes sociales nos acercan, hacen del mundo un lugar cada vez más chico. Hoy un usuario de FB en Argentina tiene en promedio más de 500 “amigos”, sigue 150 páginas, desde famosos o clubes de fútbol hasta políticos y medios de comunicación, y pertenece a más de 30 grupos de toda clase de temas. La comunicación se volvió, al menos potencialmente, muchos-a-muchos, muchísimos-a-muchísimos, casi diría todos-a-todos.

Les voy a dar un número concreto de cuán chico se volvió el mundo. En 1909, Marconi se hizo la siguiente pregunta: si quiero comunicarme con mi “telégrafo inalámbrico” con cualquier persona del mundo pero sólo puedo llamar a un conocido, y pedirle que llame a otro conocido, y así hasta llegar a la persona que quiero, ¿cuántos “saltos” tengo que dar? Marconi no tenía las herramientas para determinarlo, pero conjeturó la respuesta: 6, y originó esta idea de los “6 grados de separación” que luego se haría bastante popular. Si bien hubo algunos intentos posteriores de calcular este número, siempre estuvieron limitados en alcance. En nuestro grupo hicimos la estimación a mayor escala a la fecha. Para empezar, verificamos algo:el 99.9% de los usuarios están interconectados en la misma “nube” de conexiones, y no separados en distintas “nubecitas”. Pero esta “nube” de usuarios conecta 2 mil millones de personas con todos los demás, lo que queríamos hacer nos obligaba a calcular 2 mil millones por 2 mil millones = 4 millones de millones de millones de grados de separación (o sea un 4 seguido de 18 ceros)… y luego promediarlas. En nuestro primer intento, luego de 1 semana de procesamiento en algunos cientos de computadoras, habíamos calculado las distancias para 1000 personas. Mil, sin ningún “millón” detrás. Tuvimos que recurrir a cálculos aproximados, y finalmente después de 2 días llegamos a un número: 3.5. Eso quiere decir que, en FB, entre vos y Messi, vos y un monje en el Tíbet, vos y el Papa hay en promedio un amigo tuyo, un amigo de tu amigo, un amigo del amigo de tu amigo, y… media persona más.

Estamos todos muy cerca y muy interconectados. Podríamos estar conviviendo en un mar de empatía. Sin embargo, uno tiende a juntarse con gente parecida. Del mismo barrio, del mismo círculo social, que comparte los mismos intereses, ideas políticas, o hasta gustos musicales. El mundo es cada vez más diverso, la diversidad cada vez más accesible, pero parecería que elegimos aislarnos en pequeñas burbujas. Pero acá es donde las redes sociales también nos ayudan. En un estudio que hicimos en EEUU con gente que se auto-declaraba políticamente de izquierda o de derecha, vimos que cada uno tenía un 20% de amigos de ideas opuestas. Esta gente “distinta” suele ser gente con la que no tenemos tanto contacto en la vida cotidiana: son esos amigos que no vemos desde la escuela primaria, del club al que dejamos de ir hace una década, compañeros de trabajo con los que no discutimos de política en el día a día. Mucho antes de Internet los sociólogos llamaron a esta gente “lazos débiles”, y notaron que, en un círculo cerrado de gente e ideas, estos lazos son los que rompen el cerco y aportan diversidad. Y las redes sociales son las que nos permiten cruzarnos con ellos todos los días!

Y sin embargo tenemos la sensación de que las redes sociales no nos están ayudando. ¿Qué es lo que pasa? Yo identifico al menos 3 cosas a las que tenemos que prestarle: los algoritmos, la calidad de las noticias, y nuestra actitud ante los que piensan distinto.

Primero : nuestra experiencia en las redes sociales y en Internet está regida por algoritmos, una serie de reglas y criterios para decidir qué mostrar y en qué orden, diseñados especialmente para “darnos lo que queremos”. Cuando abrimos casi cualquier red social, el contenido se nos presenta ordenado de una manera que intenta personalizar la experiencia. El algoritmo nos muestra primero lo que piensa que es más relevante, interesante y atractivo. Y uno de los temores es que refuerce nuestras ideas previas, que decida que lo más relevante es aquello con lo que más de acuerdo estamos y nos exponga sólo a eso.

Para ver si esto es así, y como el algoritmo es muy complejo analizamos casos específicos. En una publicación que el equipo hizo en la revista Science, vimos que los amigos de izquierda de una persona de derecha promedio, en el caso que les había contado antes, generan el 35% de los artículos de su red, y el algoritmo le muestra casi todo (el 34%). ¡Y clickeamos manteniendo estas proporciones! O sea, en este estudio lo que vemos es que el algoritmo no nos esconde la diversidad. Este es un sólo análisis de un tema muy complejo, y la verdad que se necesita estudiarlo mucho más y mantenerse atentos a este efecto.

El segundo tema es que en Internet hay mucho contenido de mala calidad, desde noticias falsas hasta títulos sensacionalistas (lo que llamamos clickbait). Por ejemplo esta noticia falsa sobre el Papa apoyando a Trump fue compartida varios millones de veces. Y en general nuestro sesgo cognitivo es a dejar pasar, o hasta echar una sonrisa o, peor aún, darle al botón de “compartir” ante contenido de mala calidad pero que refuerza nuestras ideas, pero nos indignamos cuando representa ideas contrarias, que obviamente no las compartimos. Este es un problema serio, las noticias basura tienden a reforzar nuestra opinión, a encerrarnos y a contaminar la red.

Y esto nos lleva al tercer punto: aún cuando nos enfrentamos a contenido chequeado y no sensacionalista pero que cuestiona nuestros puntos de vista, desestimamos o bloqueamos al que lo compartió. En las semanas alrededor del referéndum por la paz en Colombia, otro evento polarizante, las desamistades se duplicaron con respecto a la semana de Navidad .

En conclusión: estamos más cerca, pero parecería que no aprovechamos la diversidad de las redes. Existe el riesgo de que generemos un círculo vicioso por la retroalimentación entre la tecnología y nuestras conductas: tendemos a clickear o compartir lo que refuerza nuestras ideas, y bloquear y no compartir lo que está en contra, potencialmente reforzando la señal que le damos a los algoritmos para que nos den más de lo que nos gusta.

Desde las empresas de tecnología está claro que tenemos una responsabilidad y un rol que jugar en reducir esta polarización. Sin ir más lejos, hace pocos meses Facebook cambió su misión para pasar de simplemente “conectar” a “*unir* más al mundo”. Está la idea de promover grupos que generan comunidad, desde gente que comparte una enfermedad rara hasta madres primerizas, dándoles mayor visibilidad y ayudando a los administradores a gestionarlos. Por ejemplo, ajustando los algoritmos se aumentó en un 50% el número de personas que forman parte de al menos un grupo que consideran significativo. Otra línea de acción es asociarse con medios, Universidades y organizaciones que chequean contenidos, como sería *chequeado* en Argentina, Snopes o Politifacts en EEUU, para reducir la desinformación y darle a la gente más control sobre el contenido que consume. Por ejemplo, hicimos algunos testeos en EEUU y Europa donde se acompaña las notas con un indicador de que el contenido de las mismas ha sido “disputado”, y un link a la discusión relevante. Otro es ofrecer noticias relacionadas que ofrezcan puntos de vista diversos sobre el mismo tema. Y finalmente, usar algoritmos que *detecten* “sensacionalismo” y bajarle el rankeo.

Creo que la pregunta clave es qué vamos a hacer nosotros, los usuarios, para no alimentar el círculo vicioso entre tecnología y conducta. Tenemos que entender el rol de los algoritmos de personalización, aprender a filtrar, a tomar cierta responsabilidad por lo que nos hacemos a nosotros mismos y lo que le hacemos a nuestra red. *Cada acción que tomamos en las redes influye sobre los demás.* Cada sitio basura que recibe likes, se prestigia.

Tenemos que empezar por algunos pasos básicos. Por ejemplo: te encontrás con una noticia, chequeá la fuente, *especialmente* si refuerza tus ideas. Si te encontrás con una opinión desarrollada y pensada, compartila. Si es un meme que se burla del “bando rival”, si sólo los que piensan como vos se van a reír y el resto se va a indignar, ahorránoslo a todos, no lo compartas. Podemos parar la pelota.

Como notarán, yo no me resigno a creer que no es posible hacer un campamento de 2000 millones de personas. Estamos en un punto de inflexión. Las empresas de tecnología y nosotros, los usuarios, tenemos que encontrar la forma de convertir la retroalimentación entre conducta y tecnología en un círculo virtuoso, que cree una comunidad de empatía en vez de burbujas informativas, que nos una en vez de aislarnos y polarizarnos cada vez más.