

Manipúlannos as redes?

DATOS PERSOAIS

Luna Ysabel Rosario Rodríguez (1º de BAC – Ciencias)

Jesús Ángel Novo Zapico (1º de BAC – Ciencias)

CPR Seminario Diocesano de Lugo – Colexio San Lorenzo

RESUMO

As redes sociais están de moda e conducen a moita xente a tomar posición sobre cuestións de convivencia, política, saúde e estilos de vida. Frecuentemente dise que as redes sociais manipulan ao usuario... Incluso algúns gobernos toman medidas legais para dificultar ou impedir o acceso ás redes a menores de idade.

O obxectivo do presente traballo é determinar en que medida as redes sociais empregan algoritmos que filtran determinados contidos e reteñen outros. En certo modo, propuxémonos valorar como funciona o algoritmo que teñen algunhas redes, o sistema automático que potencia os contidos que deben chegar ao espectador entre outros milleiros que rexeita.

Un segundo obxectivo foi estudar a vulnerabilidade do usuario ante as redes sociais desde a perspectiva psicolóxica, empregando test que revelan se é máis ou menos propenso ou propensa a deixarse convencer, a obviar información, a crer certos bulos, etcétera.

INTRODUCCIÓN

As redes sociais convertéronse nunha parte esencial da vida diaria de moitas persoas. A través delas informámonos, comunicámonos e compartimos opinións. Porén, tamén poden provocar diferentes formas de manipulación. Os algoritmos destas plataformas seleccionan os contidos que vemos segundo os nosos gustos, interaccións e tempo de uso. Isto pode facer que recibamos sempre información semellante ás nosas ideas, creando unha “burbulla informativa” que limita a visión crítica. Ademais, a publicidade personalizada ou a inclusión de contidos insistentes con aires de verosimilitude ou a proliferación de certas mensaxes emocionais poden influír nas decisións das persoas, tanto no consumo como nas opinións políticas ou sociais (manipulación).

Outro aspecto importante é a presión social que se xera nas redes. Moitas veces preséntase unha imaxe idealizada da vida ou se presentan estilos de vida extremos ou fantasiosos como opción de “vida feliz”, o que pode facer que os usuarios comparen a súa realidade con esas representacións e cambien o seu comportamento cara versións pouco edificantes e incluso contrarias á manter unha vida satisfactoria.

Quixemos estudar estas posibles manipulacións desde dous puntos de vista: As variables coas que presentan algunhas redes os items que publican e a vulnerabilidade do usuario que as recibe. O ideal sería ampliar este estudo a grandes grupos de persoas de diferentes idades e condición social, pero restrinxímoloo ao noso Centro educativo e amigos e coñecidos.

OBXECTIVOS - PROPÓSITO

Por unha parte, queremos observar mediante estatística como o famoso algoritmo dirixe as entradas dunha rede social cara os usuarios finais dependendo das súas preferencias e da identidade transmitida na rede. Para evitar caer nos prexuízos particulares dos humanos, buscamos a axuda das intelixencias artificiais para facer a análise das entradas nas redes sociais. A intelixencia artificial suponse imparcial... pero, ata que punto? Por iso pensamos en coller análises comparativas de varias IA sobre as mesmas entradas. Ou sexa, que pensamos en facer estatística mediante intelixencias artificiais sobre contidos que mostran as redes sociais.

Por outra parte, tamén tiñamos interese en facer unha caracterización das persoas que se expoñen ás redes sociais e saber en que medida son (e somos) vulnerables a certos contidos agresivos, falsos ou incitadores.

HIPÓTESES

Consideramos como certa a hipóteses de que as redes sociais manipulan de varios xeitos aos usuarios das mesmas. Para evitar a manipulación, consideramos de gran importancia que as persoas teñan unha clara conciencia de onde están, que teñan unha personalidade ben formada e unha conciencia crítica da realidade. Consideramos que as intelixencias artificiais non son neutrais á hora de avaliar contidos e que tamén inducen no usuario incertezas que poden -incluso- chegar a ser manipulacións claras.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAIS E MÉTODOS EMPREGADOS

Para levar a cabo este estudo fixémonos usuarios de varias redes sociais pero sen interaccionar con ninguén, nin dando “me gusta” nin escribindo nada que puidera delatar as nosas preferencias. Logo, repetiremos o proceso facéndonos pasar por personaxes con algúns gustos particulares e preferencias ideolóxicas. Tamén interaccionamos con outros usuarios e observamos cantos “seguidores” ou “amigos” podíamos conseguir. A medida que fomos cambiando a forma de interaccionar coa rede social, tamén tomamos nota da evolución das entradas que nos facía chegar o algoritmo. Para facer as análises, como dixemos anteriormente, fixemos uso de dúas intelixencias artificiais (ChatGPT e Grok) que valoraron cada entrada na rede social tomando en conta 20 parámetros. Así fixemos unha clasificación das entradas en varias categorías: violencia, bulo, noticia certa, noticia internacional, nacional, local, sexualización, machismo, racismo e xenofobia, política de dereitas, de esquerdas, apolítica...

Por último, fixemos catro test que permitisen valorar diferentes aspectos da personalidade da xente en relación á súa vulnerabilidade ante os contidos que presentan as redes. Categorizamos as diferentes personalidades mediante diagramas de Nolan que contrastan variables para poder caracterizar ao usuario en canto vulnerabilidade ante as redes. Estes diagramas non analizan a ideoloxía política das persoas (que é o uso máis frecuente dos diagramas de Nolan).

RESULTADOS E CONCLUSIÓN

As conclusións son coincidentes coa hipóteses. Resulta sorprendente ver a enorme porcentaxe de bulos e desinformación que as IAs atopan nas redes sociais. Tamén sorprende a gran cantidade de entradas que intentan certa manipulación ideolóxica, ou tendente a apoiar certos posicionamentos políticos. Por exemplo, mentres estabamos elaborando este estudo, a rede social X estivo especialmente activa no asunto da guerra e da inseguridade nas rúas de diversos lugares do mundo. Tamén observamos que Grok, a IA vencellada a X, é moito máis benigna que ChatGPT á hora de clasificar contidos da súa propia rede social. Isto era de esperar.

En X predominan as mensaxes curtas, chamadas publicacións ou “posts”, que adoitan comentar noticias, opinións ou eventos que están a ocorrer nese mesmo momento. É unha rede moi centrada na actualidade, no debate público e nas reaccións rápidas. En Facebook, polo contrario, o contido é máis variado e persoal: fotos, vídeos, publicacións longas, eventos ou actualizacións sobre a vida diaria das persoas.

En X é habitual ver contido de persoas que non segues, especialmente se está relacionado con temas populares ou tendencias do momento. O algoritmo tende a mostrar conversacións públicas e temas virais. En Facebook o algoritmo prioriza máis as publicacións de amigos, familiares, grupos e páxinas que segues, aínda que tamén introduce recomendacións e publicidade.

X úsase moito para seguir información, política, medios de comunicación ou figuras públicas, e para participar en discusións abertas. Facebook está máis orientado a manter relacións persoais, compartir momentos da vida e participar en comunidades ou grupos.

Cada rede social ten a súa propia política de contidos. Así, son moi diferentes X de Facebook ou Instagram de TikTok. O estudo que fixemos centrouse en X e Facebook por motivos de extensión da análise, tempo e envergadura do estudo. Con todo, o que descubrimos con esta investigación animounos a ampliála e continuar co traballo durante máis tempo.

BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA

- Redes sociais X e Facebook. IAs ChatGPT e Grok
- Wikipedia
- Cyberclick - Que son as redes sociais: definición, tipos e vantaxes
- [Educación para la era de la inteligencia artificial](#) - Charles Fadel, Alexis Black e outros.
- **Redes sociales: infancia, familia y comunidad** – Camilo Madariaga Orozco, Raimundo Abello Llanos y Omar Sierra García. Analiza o papel das redes sociais na vida diaria e na comunicación entre as persoas.
- **La era de la información: economía, sociedad y cultura** – Manuel Castells. Obra importante que explica como a sociedade moderna se organiza ao redor de redes de información e tecnoloxía.

