MARZO 2024

SOCIAL SCIENCE JOURNAL FOR TEENS

¿Cómo se difunde el discurso del miedo en las redes sociales?

Autores:
Punyajoy Saha, Kiran Garimella y otros
Editores asociados:
Miranda Wilson y Rachel Watson

Resumen

¿Tienes alguna cuenta de redes sociales? Hay muchísimas cosas divertidas en las redes sociales, pero también hay algunas cosas malas. Las plataformas de redes sociales intentan gestionar contenido hiriente como el discurso de odio. Pero hay otros tipos de contenido hiriente que son más difíciles de gestionar. Uno de ellos es el discurso del miedo. Esto es cuando la gente usa palabras para lograr que las personas le tengan miedo a un grupo.

Queríamos saber qué tan común es el discurso del miedo en las redes sociales. Por eso creamos un modelo para identificar el discurso del miedo y el discurso de odio en 21 millones de publicaciones en las redes sociales. Luego examinamos cosas como qué tan conectados estaban los usuarios, cómo interactuaban con personas que no publicaban cosas hirientes y las características de sus publicaciones. Descubrimos que los usuarios que publican muchos discursos del miedo están más conectados con los demás. Las publicaciones de discursos de miedo también tienen mucha más actividad que las publicaciones de discursos de odio. Esto podría contribuir a la difusión del discurso del miedo en las redes sociales.

Introducción

¿Alguna vez has estado en las **redes sociales** y has visto algo que parece hiriente? Nadie quiere ver eso mientras está en sus redes sociales. Muchas plataformas de redes sociales, como Facebook y Twitter/X, intentan **moderar** el contenido dañino. Tienen programas informáticos o utilizan personas capacitadas para eliminar publicaciones hirientes. El **discurso de odio** es un tipo común de contenido dañino que a menudo se elimina. El discurso de odio se dirige a un individuo o a un grupo de personas. Se utilizan palabras tóxicas y la intención es herir al objetivo. Las palabras tóxicas suelen basarse en aspectos como raza, religión, etnia, discapacidad, orientación sexual o género.

Lamentablemente, en las redes sociales se están difundiendo nuevas formas de contenido dañino. Un ejemplo es el discurso del miedo. Esto ocurre cuando alguien usa palabras para generar miedo en un grupo de personas. El **discurso del miedo** utiliza una serie de argumentos lógicos para crear miedo. No utiliza palabras tóxicas como lo hace el discurso de odio. A veces, el discurso del miedo puede incluso fomentar la violencia en el mundo real. El discurso de miedo es mucho más difícil de reconocer que el discurso de odio. Esto dificulta su moderación en las redes sociales.

Queríamos saber qué tan común es el discurso del miedo en las redes sociales. También queríamos saber más sobre cómo se propaga. Todo lo que podamos aprender nos ayudará a moderar mejor las redes sociales. Esto hará de las redes sociales un lugar más seguro para todos.

Ilustración de un dragón occidental. **Imagen**: JL G de Pixabay

Ejemplos ficticios de discurso de odio y miedo

Discurso de odio: Los dragones son criaturas estúpidas y sin corazón. Roban comida y niños. No puedes confiar en ellos. ¡Esos gusanos se pondrán en tu contra en un instante!

Discurso de miedo: Los dragones han matado a cientos de nuestra gente. No dejarán de perseguir nuestra comida y a nuestras familias. Esta es una lucha por la supervivencia y tenemos que proteger nuestros hogares.

Métodos

Creamos un conjunto de datos de publicaciones de Gab.com de octubre de 2016 a julio de 2018. Gab.com es una plataforma de redes sociales que no modera mucho el contenido dañino. Utilizamos 4 expertos y 103 trabajadores colaborativos para clasificar 10,000 publicaciones. Las clasificamos como discurso del miedo, discurso de odio o discurso normal. Luego utilizamos estos resultados para desarrollar un modelo para clasificar los 21 millones de publicaciones en nuestro conjunto de datos.

Usamos los datos para investigar:

→ **Usuarios extremos**: Calculamos cuántos usuarios (el 10 % superior) publicaron la mayor cantidad de discursos de miedo y de odio. Los llamamos usuarios extremos. Luego analizamos la cantidad de seguidores que tenían y cuántas personas los seguían.

→ Interacciones entre usuarios extremos y **usuarios normales**: Analizamos cuántos seguidores normales tenían los usuarios extremos. Usamos un subconjunto de usuarios normales para observar con qué frecuencia recibían y volvían a publicar material de usuarios extremos.

→ Credibilidad de las publicaciones: Utilizamos jueces colaborativos para leer pares de publicaciones de discurso de miedo y discurso de odio. Luego les preguntamos en qué publicación creían más.

→ Actividad en las publicaciones: Analizamos los hashtags, el uso del **URL**, los me gusta, las respuestas y el número de veces que se compartieron las publicaciones de discursos de miedo y odio.

Finalmente, utilizamos nuestro modelo para analizar más de 4 millones de tweets en Twitter entre 2016 y 2022. También utilizamos nuestro modelo para analizar casi 200,000 publicaciones de Facebook durante el mismo periodo de tiempo.

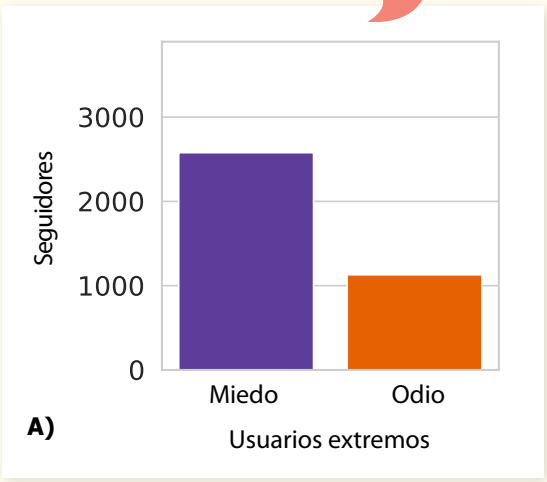
Resultados

Identificamos 476 usuarios de miedo extremo y 478 usuarios de odio extremo. Descubrimos que los usuarios de miedo extremo tienen más usuarios totales y normales siguiéndolos, que los usuarios de odio extremo. También siguen a más personas (Fig. 1). Vimos que los usuarios normales recibieron menos publicaciones de usuarios de miedo extremo que de usuarios de odio extremo. Pero volvieron a publicar más de lo que recibieron de usuarios de miedo extremo.

Descubrimos que las publicaciones con discursos de miedo eran más creíbles que las publicaciones con discursos de odio. Esto es cierto a pesar de que las publicaciones de discursos de miedo a menudo contenían información no confirmada o URLs falsas. Descubrimos que las publicaciones de discursos de miedo adoptaron hashtags de usuarios normales más rápido que las publicaciones de discursos de odio. También vimos que las publicaciones de usuarios de miedo extremo obtuvieron más Me gusta, respuestas y publicaciones compartidas que las publicaciones de usuarios de odio extremo.

Finalmente, encontramos que alrededor del 10 % de las publicaciones de Twitter y el 4 % de las publicaciones de Facebook contenían discursos de miedo (Fig. 2). Ambas plataformas tuvieron bajos niveles de discurso de odio.

Compara el número de seguidores que tienen los usuarios extremos. En base a esto, ¿qué discurso crees que se propague más rápidamente?



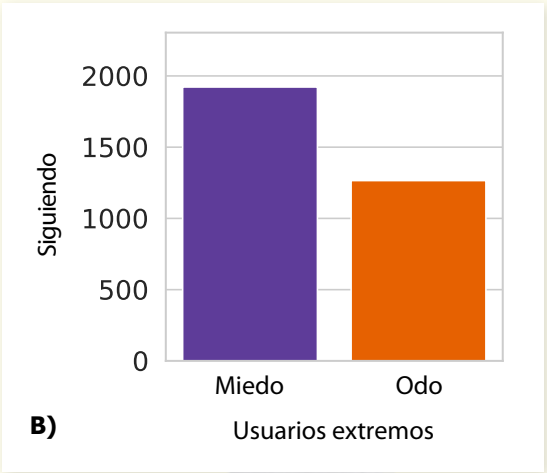


Figura 1:
(A) El número promedio de seguidores que tienen los usuarios extremos y (B) el número promedio de personas que siguen los usuarios extremos.

Por favor consulta la Figura 2 en la página 3

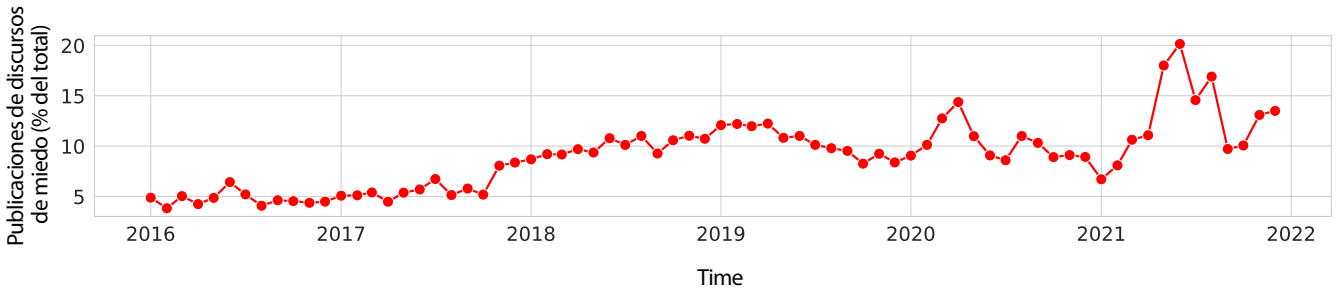


Figura 2:
Tendencia del discurso del miedo en Twitter del 2016 al 2022.

Discusión

El discurso del miedo es algo común en las redes sociales. Los usuarios de miedo extremo están mejor conectados que los usuarios de odio extremo. También interactúan más con los usuarios normales. Es más probable que los usuarios normales vuelvan a publicar cosas de usuarios de miedo extremo. Esto se debe a que el discurso del miedo es más creíble que el discurso del odio. El discurso del miedo utiliza argumentos y desinformación de maneras sutiles que crean miedo. Es posible que este tipo de publicaciones puedan causar violencia en el mundo real. El peligro es que el discurso del miedo parece propagarse más rápidamente que el discurso del odio a través de las redes sociales.

Desafortunadamente, el discurso del miedo será difícil de moderar o prohibir en las redes sociales. No existen palabras tóxicas que los programas de computadora puedan reconocer. Y es necesario capacitar a la gente para reconocer el discurso del miedo. Tenemos varias sugerencias para ayudar a disminuir el impacto del discurso del miedo en las redes sociales.

1. Educar a los usuarios de las redes sociales sobre qué es el discurso del miedo y cómo reconocerlo.
2. Consulta la información en las publicaciones sobre discursos de miedo. Aprende a reconocer argumentos exagerados e información falsa.
3. Practica cómo formular argumentos para oponerte a las publicaciones de discursos del miedo. Estos deberían centrarse en reducir la violencia potencial.

Conclusión

Usamos las redes sociales para muchas cosas. Las usamos para mantenernos en contacto con la gente, recibir noticias, comprar... ¡y a veces simplemente para ver videos de gatos! Desafortunadamente, algunas personas usan las redes sociales para publicar cosas hirientes. Puedes ayudar a que las redes sociales sean un lugar más seguro para todos al:

- Aprender sobre la diferencia entre el discurso de odio y el discurso del miedo y cómo reconocerlos. ¡También puedes educar a tus amigos!
- Reportar publicaciones dañinas o hirientes a los moderadores de las redes sociales o contárselo a adultos de confianza.
- Reconocer que no todo en las redes sociales es verdad. Asegúrate de siempre verificar las fuentes y piensa que puedes estar recibiendo información errónea.

Agradecimiento: La adaptación de este artículo fue apoyada por GM Foundation.

Glosario de términos clave

Discurso del miedo - palabras que intentan crear miedo en un grupo objetivo basándose en aspectos como raza, religión, etnia, orientación sexual, discapacidad o género. Utilizan un lenguaje lógico para expresar su punto. No utilizan palabras tóxicas ni despectivas.

Discurso de odio - palabras que muestran odio hacia un individuo o grupo. Se pretende humillar o insultar a los miembros del grupo. Se basa en aspectos como raza, religión, etnia, orientación sexual o género. El discurso de odio puede ser fácil de identificar porque a menudo utiliza lenguaje tóxico como insultos.

Moderar - controlar la publicación de publicaciones deseadas y no deseadas en las redes sociales. Esto puede hacerse mediante programas informáticos o por personas capacitadas.

Redes sociales - comunidades y redes virtuales donde las personas pueden interactuar. Las personas pueden compartir, crear o intercambiar información a través de las redes sociales. Algunos ejemplos populares incluyen: Twitter/X, Facebook, Instagram y TikTok.

URL - la dirección de una página web.

Usuarios extremos - usuarios que se encontraban en el 10 % superior de los que publicaron más mensajes de discurso de miedo o de odio. Entonces, llamamos a los usuarios que publicaron la mayor cantidad de mensajes de discursos de miedo, usuarios de miedo extremo.

Usuarios normales - personas que nunca publican discursos de odio o de miedo.

Revisa si entendiste

1. ¿Cuál es la diferencia entre el discurso del miedo y el discurso de odio?
2. ¿Qué pueden hacer las plataformas de redes sociales para evitar contenido dañino en sus sitios?
3. Cuando utilizas las redes sociales, probablemente esperas que mucha gente interactúe con tu contenido (me gusta, comparte, comenta, etc.). Para este estudio, ¿qué cosas analizamos para ver cuántas personas podrían estar expuestas al discurso del miedo y al discurso del odio?
4. ¿Por qué el discurso del miedo es más común en las redes sociales que el discurso del odio?
5. Imagina que tienes una hermana menor que quiere empezar a utilizar las redes sociales. Escríbele una carta. ¿Qué puedes decirle sobre cómo reconocer el discurso del miedo y el discurso de odio? ¿Qué debe hacer si ve contenido peligroso en las redes sociales? ¿Qué otro consejo le darías sobre el uso seguro de las redes sociales?

REFERENCIAS

Punyajoy Saha, Kiran Garimella, Narla Komal Kalyan, Saurabh Kumar Pandey, Pauras Mangesh Meher, Binny Matthew, and Animesh Mukherjee (2023) *On the rise of fear speech in online social media.* Proceedings of the National Academy of Sciences. **https://www.pnas.org/doi/suppl/10.1073/pnas.2212270120**

Entender qué es el discurso de odio
https://un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech

Algunos riesgos en las redes sociales para niñas, niños y adolescentes
https://www.gob.mx/sipinna/articulos/algunos-riesgos-en-las-redes-sociales-para-ninas-ninos-y-adolescentes?idiom=es