

La plataforma pasó a manos del empresario en octubre de 2022:

Contenidos de odio en X aumentaron en 50% tras la compra de Elon Musk

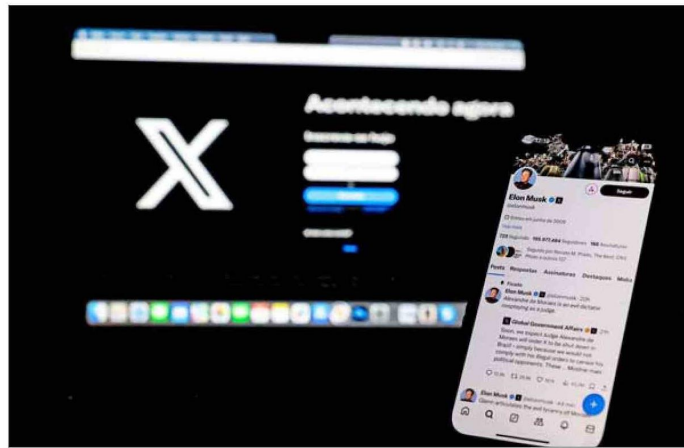
Contrario a lo que prometió, tampoco disminuyó el número de *bots* y cuentas falsas, según un análisis hecho en EE.UU. y que alerta sobre sus potenciales efectos.

C. GONZÁLEZ

Cuando Elon Musk adquirió Twitter, en octubre de 2022 por alrededor de US\$ 44 millones, dijo que las redes sociales corrían el riesgo de aumentar la polarización y aseguró que “no podían convertirse en un infierno gratis para todos, donde pueda decirse cualquier cosa sin consecuencias”.

Cambio de nombre mediante —en julio de 2023 la red pasó a llamarse X— y de una serie de medidas polémicas, el magnate sudafricano no habría cumplido su objetivo. Según un análisis realizado por la U. de California en Berkeley (EE.UU.), los contenidos y discursos de odio en X, que ya iban al alza, aumentaron en 50% en los meses posteriores a que pasó a manos de Musk. Asimismo, las cuentas falsas y *bots* (cuentas automatizadas) no disminuyeron, pese a que el empresario había prometido lo contrario.

“Es importante monitorear la cantidad de discurso dañino y divisivo en las redes sociales”, dice a “El Mercurio” Daniel Hickey, uno de los autores del trabajo publicado ayer en la revista PLOS ONE.



El promedio de “me gusta” en publicaciones de odio en X aumentó en 70% de 2022 a 2023, según el análisis. El alza se acentuó cuando lo adquirió Musk.

“Estudios anteriores han vinculado el discurso de odio en línea con los delitos de odio en la vida real, y los *bots* y las cuentas similares pueden promover información errónea y *spam* que podría causar daño”.

Tras analizar las publicaciones en inglés durante 2022 y 2023, el estudio determinó que 37% de los mensajes de odio en X son respuestas a

otros comentarios, 36% son publicaciones nuevas, 19% son repeticiones y el 7%, citas a otros contenidos. En general, se registró un mayor uso de insultos homófobos, transfobos y racistas, y que la tendencia se mantiene.

“El estudio muestra que el incremento del discurso de odio en X no es un hecho aislado, sino una ten-

dencia sostenida desde que la plataforma cambió de administración”, comenta Miguel Sanhueza, académico de la Facultad de Ingeniería de la UTEM. Si bien hay varios factores detrás, agrega, “uno de los principales es la reducción en la moderación de contenido. Musk desmanteló el Consejo Asesor de Confianza y Seguridad de la plataforma”.

Otro elemento clave, dice Sanhueza, “fue la reintegración de cuentas previamente suspendidas por discursos extremistas. Muchas de estas cuentas eran influyentes y su regreso incentivó la propagación de este tipo de contenido”.

Según los autores, “las políticas (de X) para reducir la exposición a contenidos nocivos parecen no ser lo suficientemente efectivas”.

Para Sanhueza, esto “refuerza la urgencia de una regulación más efectiva en el ámbito digital. Si bien las empresas tienen la responsabilidad de moderar los contenidos en sus plataformas, también es necesario que los gobiernos y organismos internacionales establezcan estándares claros para garantizar que el entorno digital sea seguro y democrático para todos”.