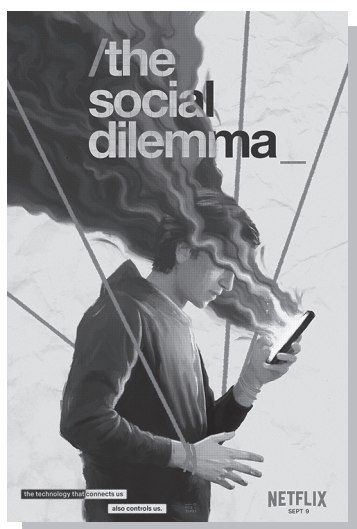


Biblioteca Universitaria, vol. 23, núm 2, julio-diciembre 2020, pp. 322-324.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.22201/dgbsdi.0187750xp.2020.2.1152>



*The Social Dilemma* [documental]  
Rhodes, Larissa (productor) y Orlowski, Jeff (director).  
(2020). EU.: Exposure Labs

**E**l documental *The Social Dilemma* (*El dilema de las redes sociales*) se estrenó en febrero de 2020 en Estados Unidos durante el Festival de Cine de Sundance, y siete meses después fue incluido dentro del catálogo de la principal cadena de streaming del mundo, *Netflix*. El director, Jeff Orlowski, ha recibido diversos premios por sus documentales *Chasing Ice* (*Persiguiendo el hielo*) en 2012 y *Chasing Coral* (*En busca del coral*) en 2017; al igual que en sus anteriores filmes señala un problema actual. En este caso se aleja de los efectos negativos que ha ocasionado el humano a la naturaleza por adentrarse en un tema social-tecnológico. La película narra y sustenta sus argument en testimonios de personas involucradas en la industria de las redes sociales.

Realizado como un docudrama (mezcla de testimonio documental y escenas dramatizadas) en paralelo describe la convivencia familiar en el siglo XXI y, por otra parte, los entrevistados abren el debate sobre el funcionamiento y los intereses que existen detrás de las empresas tecnológicas como Google, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Pinterest. La película, si bien maneja un tema crítico sobre las redes sociales, no llega a ser una visión distópica de la tecnología como es presentada en la serie *Black Mirror* (2011).

Dentro de los entrevistados destacan dos personalidades: Tristan Harris,<sup>1</sup> que fungió como diseñador de ética para Google y que actualmente es presidente y cofundador del *Center for Humane Technology*, y Justin Rosenstein, creador del botón “Me gusta” (*Like*) de Facebook.

Ellos, junto con otros personajes que pertenecieron a la industria tecnológica, comentan en carne propia sus experiencias y cómo es que su visión de lo que hacían dentro de su trabajo fue cambiando poco a poco, hasta que simplemente ya no se sintieron cómodos realizando las actividades que venían desarrollando tiempo atrás.

1 Se puede consultar el sitio web de Tristan Harris <https://www.tristanharris.com/>

Como parte de las situaciones que durante el documental el observador puede presenciar es la frase: “Hay dos industrias que llaman a sus clientes usuarios: la de las drogas ilegales y la del *software*”; esto debido a que las redes sociales (principalmente) lo que buscan crear en los “usuarios” es una dependencia de estar continuamente conectados utilizando métodos de ingeniería psicológica; lo que buscan estas empresas es que los pertenecientes a las redes sociales pasen el mayor tiempo posible conectados a ellas, porque así las empresas pueden comercializar sus redes vendiendo espacios publicitarios.

Es así que a través de falsas recompensas como cuántos han visto lo que posteaste en tus redes, los *likes* y comentarios, nos manipulan y enganchan a consumir la “información” que nos muestran, la cual de ninguna manera es aleatoria sino que es escogida y presentada por la AI (Inteligencia Artificial por sus siglas en inglés) desarrollada por las empresas.

Esta situación, según el documental, ha llevado a una serie de eventos. El primero es que a los usuarios más ‘frecuentes’ los ha transformado en adictos, también ha sido minada su seguridad (autoestima) transformándola en inseguridad al depender de la aprobación del resto de los usuarios en redes que ha derivado en mayores casos de depresión en adolescentes; el segundo, “si no pagas el producto, el producto eres tú”, y al ser el producto las empresas tecnológicas comercializan el acceso que tienen al mejor postor, lo que ha contribuido a la “hiperespecialización” de la sociedad.

Esta “hiperespecialización” social, como la define Guilles Lipovetski en *La era del vacío* (1983), se debe a una estrategia de la ingeniería psicológica, la cual gracias a la AI puede detectar nuestros gustos y las ideas con las que simpatizamos, tomando la decisión de mostrarnos más opiniones similares, lo que en apariencia es bueno porque pone en contacto y da voz a minorías, y ha deformado también en el reforzamiento de creencias e ideas dañinas para la sociedad, por ejemplo las de los terraplanistas y los movimientos antivacunas o -más recientemente- los movimientos de escepticismo respecto al COVID, sin mencionar a grupos racistas, xenófobos y hasta pedófilos. Esto último impulsado precisamente por la poca ética que las empresas tienen y que manifiestan los entrevistados del documental; ya que, desde su opinión, a las empresas no les importan las consecuencias de lo que muestran sino simplemente el dinero que pagan los anunciantes, lo que en muchos casos fomenta la “desinformación” al transmitir y viralizar *fake news* sin mayor reparo.

Si bien el documental claramente señala algunos de los principales temas que se atañen a las redes sociales, no toca el tema de la comercialización de la información que se sube a las mismas, como sucedió en el caso de Cambridge Analytica, o la utilización política de las redes sociales como la intervención de Rusia en las elecciones estadounidenses a través de ellas y que inclinó la balanza hacia el presidente Trump.

También, el filme añade por medio de sus entrevistados sencillas medidas personales para recuperar nuestro tiempo y nuestro criterio. Algunas de ellas son: desactivar todas las notificaciones de redes sociales porque es a través de esto que las redes intentan llamar nuestra atención para revisar y reingresar a la red social; instalar una *app* que muestre el tiempo que se pasa—gasta en las redes sociales, ya que se dice que la gente considera erróneamente pasar poco tiempo en ellas, y estas *apps* muestran el tiempo real que se gasta en revisar las redes sociales; una más es la de escuchar y ver opiniones distintas a las nuestras, para que la AI nos muestre un panorama general y diversificado de las opiniones y no solo las semejantes, para mantener un pensamiento crítico y la tolerancia a diversas formas de pensamiento; y por último, valorar los *clicks* y el tiempo que usamos en redes sociales, porque los *clicks* tienen consecuencias que muchas veces no podríamos prever.

El documental fue bien recibido en la plataforma de Netflix en distintas partes del mundo, si bien sólo se centra en los Estados Unidos; el tema es fácilmente extrapolable a cualquier parte del planeta. Tan bien fue recibido y visto que no tardó Mark Zuckerberg en emitir el comunicado “What ‘The Social Dilemma’ gets wrong”,<sup>2</sup> en el que cataloga al filme como sensacionalista y de no ofrecer una visión matizada de la tecnología ante problemas sociales complejos.

Cabe mencionar que el documental se queda corto al no señalar con mayor énfasis la responsabilidad del usuario en la información que ve, se podría considerar que lo victimiza; además, no menciona si podría o debería haber alguna regulación por parte de las autoridades, ya que la ética que se menciona durante el filme queda como una simple reflexión para cada empresa en lugar de ser exigida desde los gobiernos o desde los propios usuarios; tampoco muestra opiniones de empleados actuales o no contrasta testimonios.

Los temas tecnológicos no son ajenos a la plataforma Netflix, en realidad en ella a lo largo del tiempo dentro de su catálogo han estado algunos interesantes documentales, películas y series, siendo ella misma la creadora de la antes mencionada “*Black Mirror*”. Algunos filmes interesantes que están o han estado y que giran en torno a los temas antes mencionados son: *The Great Hack* (2019), que trata del caso de *Cambridge Analytica*; *AlphaGo* (2016), sobre la AI desarrollada por Google; “*Snowden*” (2016) y *The Fifth State* (2013), que tienen por tema los casos de Edward Snowden y Julian Assange, respectivamente.

Fuera de la plataforma también hay buenas opciones, por ejemplo, en Amazon Prime Video está la serie *Mr. Robot* (2015), que habla de la ciberseguridad y los *hackers*. Por otra parte, una película más ‘amable’ sería *Her* (2013), ganadora del premio Oscar por mejor guión original y nominada a mejor película, dirigida por Spike Jonze y protagonizada por el ganador del Oscar como mejor actor, Joaquin Phoenix, y la nominada a mejor actriz, Scarlett Johansson.

Por otro lado, un autor, filósofo vivo, que trata estos temas, es Byung-Chul Han, que habla sobre las redes sociales, el internet y la sociedad. Se pueden encontrar sus artículos y las entrevistas que le han realizado en el diario El País. Si uno quiere introducirse directamente en los escritos del autor se recomiendan sus seis libros, sin embargo, los más relacionados con estos temas son: *La sociedad del cansancio* (2012), *La sociedad de la transparencia* (2013), *El enjambre* (2014) y *La expulsión de lo distinto* (2017).

Ahora, que si se busca algo alternativo, en la animación japonesa también se pueden encontrar algunos títulos interesantes que además de entretener intentan crear una atmósfera reflexiva cómo lo son: “*Sword Art Online*” (2012), que trata el tema de la realidad (vida) virtual y que también se encuentra en manga (2009); *Psycho Pass* (2012), que habla sobre la utilización de tecnología para detectar y detener personas con tendencia a cometer delitos, parecida a la película *Minority Report* (2002), y el clásico anime *Evangelion* (1995).

Para entrar a la discusión de la función de las redes sociales en la actualidad y las responsabilidades de las empresas creadoras y operadoras de éstas, así como a la tecnología, *The Social Dilemma* es una buena oportunidad de adentrarse al tema. ■

## DAVID ROMÁN OCHOA LEÓN

Profesor. Universidad Nacional Autónoma de México davidrol@economia.unam.mx

---

2 Comunicado de Mark Zuckerberg en su foro: <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/10/What-The-Social-Dilemma-Gets-Wrong.pdf>