

Kari Paul

"Cuatro años de propaganda": la suspensión de cuentas de Trump ha llegado demasiado tarde, según los expertos

eldiario.es/The Guardian, 9 de enero de 2021.

San Francisco.- Unas horas después de la toma del Capitolio en Washington a manos de una turba de seguidores de Trump que se negaban a reconocer los resultados de las elecciones de 2020, las empresas de redes sociales suspendieron las cuentas del presidente en sus plataformas por difundir falsedades e incitar a la violencia. Facebook, Snapchat y Twitch han suspendido las cuentas de [Donald Trump](#) de forma indefinida. Twitter bloqueó su cuenta durante 12 horas [para después optar por una suspensión permanente](#) y otras plataformas han eliminado sus mensajes.

Estas acciones, a pocos días del fin de la presidencia de Trump, son insignificantes y llegan demasiado tarde según expertos en desinformación y derechos civiles que llevan tiempo advirtiendo del aumento de bulos, el ascenso de la retórica violenta de derechas en redes sociales y el papel de Trump en su incitación.

"Esto es exactamente lo que esperábamos", dice Brian Friedberg, investigador del Centro Shorenstein de la Universidad de Harvard, que estudia el ascenso de movimientos como QAnon. "Es muy coherente con la forma en que las diferentes partes responsables de lo que sucedió el 6 de diciembre han estado operando en internet, y con la forma en que han fracasado las plataformas al intentar lidiar con ellos".

Plataformas reticentes

Durante la última década, las plataformas tecnológicas han sido reticentes a la hora de moderar las publicaciones de Trump, incluso si sus publicaciones [violaban repetidamente](#) las normas contra el discurso de odio.

Antes de llegar a la Casa Blanca, Trump ya utilizaba Twitter para difundir su campaña racista asegurando, falsamente, que Barack Obama [no había nacido en Estados Unidos](#). Ya como presidente, compartió en Twitter vídeos de contenido racista contra los musulmanes y publicó en Facebook llamadas a prohibir la entrada en el país de personas de países musulmanes, una clara violación de las políticas de la plataforma contra el discurso del odio. En junio de 2020, Trump [compartió](#) entre sus decenas de millones de seguidores un vídeo de un seguidor suyo gritando "¡Supremacía blanca!". También pareció incitar la violencia contra el movimiento Black Lives Matter en un mensaje compartido en muchas plataformas que incluía la frase "cuando empiezan los saqueos, empiezan los tiros".

Las mentiras y la retórica de Trump han encontrado un público ansioso en internet que no desaparecerá cuando acabe su presidencia. Los expertos advierten de que se seguirán utilizando estas plataformas para organizarse e instigar actos violentos. Señalan, por ejemplo, el fracaso de Facebook y YouTube a la hora de contener la proliferación de peligrosos movimientos promotores de teorías conspirativas como [QAnon](#), que difunde sin fundamentos la invención de que un grupo secreto controla al gobierno y trafica con niños y de que Trump está poniéndoles freno heroicamente. Algunas de [las personas que atacaron el Capitolio](#) el miércoles para impedir la certificación de la derrota electoral de Trump

llevaban insignias relacionadas con QAnon en gorras y camisetas, y el asalto se comentó antes en muchos grupos y foros vinculados a QAnon.

La difusión de QAnon

Este año se han multiplicado en Facebook las teorías QAnon y sus comunidades. En octubre, cuando la plataforma prohibió los grupos, páginas y cuentas relacionadas con esta teoría conspirativa, cientos de grupos y páginas habían reunido más de [tres millones de seguidores](#).

YouTube eliminó "decenas de miles de vídeos de QAnon y cerró cientos de canales" mientras Facebook tomaba medidas similares. La plataforma de vídeos propiedad de Alphabet-Google actualizó, además, sus normas para poder tomar acciones contra más vídeos de teorías conspirativas que promueven la violencia en el mundo real, pero evitó [prohibir](#) directamente todo el contenido relacionado con ellas. Un portavoz de YouTube afirma que la empresa tomó otras medidas respecto del contenido QAnon, como la inclusión desde 2018 de paneles con información fáctica sobre la teoría de la conspiración en algunos vídeos.

Explotación sin control

La explotación de Trump de las redes sociales para uso propagandístico ha sucedido casi sin ningún tipo de control, gracias a la ausencia de leyes que regulen el discurso del gobierno en redes sociales, según explica Jennifer M. Grygiel, profesora de comunicación de la Universidad de Siracusa y experta en redes sociales.

Grygiel cita la ley Smith-Mundt de 1948, que regula la distribución de propaganda por parte del gobierno, como ejemplo de una ley que impone ciertos límites a la comunicación de la Administración. Sin embargo, esta regulación no se aplica a la cuenta de Twitter del presidente, según Grygiel. En lugar de ello, se ha confiado en que el presidente no use sus cuentas en redes sociales para incitar a un levantamiento. "Lo que sucedió esta semana es el resultado de cuatro años de difusión sistemática de propaganda desde la Presidencia", dice Grygiel.

Pocos incentivos frente a la posibilidad de hacer negocio

Ante la ausencia de formas reales de regulación, las empresas tecnológicas han tenido pocos incentivos para imponer normas en unas plataformas que son tremendamente rentables, restringir la difusión de falsedades que enganchan al público y moderar la actividad del presidente.

Por eso, los expertos dicen que las cosas deben cambiar. En 2020, tanto republicanos como demócratas han reclamado que se regule a las grandes corporaciones tecnológicas. Los acontecimientos de esta semana enfatizan la necesidad de tomar medidas que evalúen los riesgos que supone que un líder mienta e incite a la violencia en sus plataformas, según algunos investigadores.

"La violencia que hemos visto en la capital de nuestro país es una respuesta directa a la desinformación y el discurso del odio que han podido difundirse libremente en redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter," dice Jim Steyer, director de la ONG Medios con Sentido Común y organizador de la campaña Detengamos el Odio (junto con la Liga Anti-difamación y otras organización de derechos civiles). Steyer [reclama a los anunciantes](#)

que boicoteen Facebook por su pasividad ante el discurso del odio, para que lo note en el bolsillo con la pérdida de ingresos de millones de dólares.

"Las plataformas de redes sociales deben hacerse responsables de su complicidad en la destrucción de nuestra democracia", dice. Steyer también señala que, ante la falta de acciones por parte de las empresas tecnológicas, el Congreso debería aprobar mejores leyes contra el discurso del odio en estas plataformas.

Facebook y Twitter no respondieron a las peticiones de comentarios para este artículo.

Grygiel dice que es hora de cuestionar la idea de que un presidente deba tuitear. Adam Mosseri, director de Instagram (propiedad de Facebook), dijo el jueves en Twitter que hace tiempo que Facebook cree que "la regulación del contenido dañino sería algo bueno". También añadió que Facebook "no puede combatir el contenido malicioso sin pensar que una potencial fuente pueden ser quienes ejercen el poder".

Grygiel dijo: "Aquí lo que necesitamos es trabajo no partidista. Necesitamos leyes que se aseguren de que ningún otro presidente pueda difundir propaganda de esta forma".

Traducido por Lucía Balducci.