



# *¡Bienvenidos!*

## *El dilema de las redes sociales*

Usuario

Contraseña

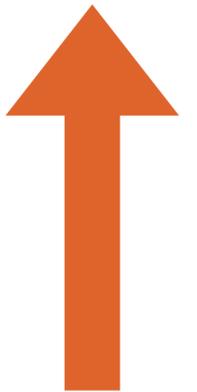
*Acepto los términos y condiciones del servicio*

**Crear cuenta**



# *¡Bienvenidos!*

## *El dilema de las redes sociales*



Usuario

Contraseña

*Acepto los términos y condiciones del servicio*

**Crear cuenta**



# ¡Bienvenidos!

## El dilema de las redes sociales

Usuario

Contraseña

*Acepto los términos y condiciones del servicio*

*Mediante la creación de una cuenta de usuario en esta red social el usuario hace (implícita) aceptación de los términos y condiciones de este servicio*

**Crear cuenta**



# *¡Bienvenidos!*

## *El dilema de las redes sociales*

Usuario

Contraseña

*Acepto las consecuencias del uso de este servicio*

**Crear cuenta**



# ¡Bienvenidos!

## El dilema de las redes sociales

Usuario

Contraseña

Acepto las consecuencias del uso de este servicio

**consecuencia:** hecho o acontecimiento derivado o que resulta **inevitable y forzosamente** de otro

Crear cuenta



# ¡Bienvenidos!

## El dilema de las redes sociales

Usuario

Contraseña

Acepto que mi realidad sea moldeada a deseo de unas corporaciones que se están enriqueciendo a mi costa, manipulando la realidad que conozco día a día a través de mis dispositivos electrónicos, convirtiendo la tecnología en algo que, en lugar de unirnos, nos separa como sociedad, mientras desarrollan toda clase de fórmulas adictivas de retener mi tiempo y mi atención, haciendo de mi vida un infierno desde el punto y hora en el que sé que me sentiré excluido/a del grupo social del que debería formar parte naturalmente y sin obligación de hacer uso de estas mismas redes sociales.

Crear cuenta



# The F Show

-  @IbaiFernandezEC
-  /IbaiFernandezEC
-  @IbaiFernandezEC
-  Palabras de Ibai Fernández



WWW.IBAIFERNANDEZ.COM

ESTRENOS TODOS LOS DOMINGOS

11H00



11H00



11H00



13H00



18H00



## Ibai Fernández



(+593) 0984038732



ibaifernandez.com



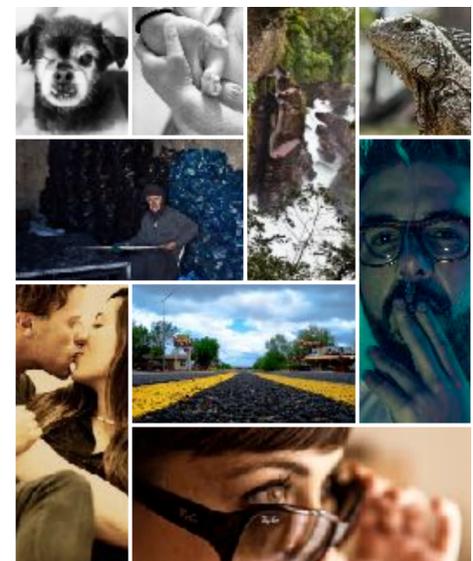
info@ibaifernandez.com

Hago que negocios y emprendimientos duerman tranquilos. Padre de **Elm St.**, **Andariega**, **AGLAYA** e **Índika**.

## Sobre mí

Creativo por naturaleza · Emprendedor · Apasionado de la enseñanza · Estudié comunicación, marketing, psicopedagogía y teatro. Nunca estudié fotografía. Me considero mucho mejor fotógrafo que en cualquier otro de mis oficios · Mi hogar está donde tengo el corazón · Cortometrajista, medio músico y tres cuartos de escritor (entre otros muchos vicios).

## Galería





## ¿Usas la tecnología... o dejas que la tecnología te use a ti?

Consulto el móvil antes o durante el momento en el que voy al baño por las mañanas

Alguna vez he ido a consultar algo en el celular y varias horas después aún seguía conectado

Alguna vez he visto un anuncio que ofertaba algo en lo que justo estaba pensando

Alguna vez me he metido en «guerras de comentarios» con extraños

Alguna vez me he enfadado con mis amigos o con mi pareja por algún comentario vertido en redes sociales

Alguna vez me he sentido celoso por el tiempo — o por la actividad — que mi pareja le dedica al celular o a su computador

Alguna vez he seguido inmerso en mi celular o computador en vez de dormir, comer o pasar tiempo con gente en el mundo real

Alguna vez he tenido problemas con familiares, amigos o con mi pareja por tiempo de uso que le dedico al celular

Me he obsesionado alguna vez con tomarme el *selfie* perfecto (y he gastado un buen rato hasta que lo he conseguido)

Alguna vez he invertido tiempo en encontrar o construir el meme perfecto en lugar de responder con un simple comentario

Me he creído algo de lo que he visto en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube... de lo que luego he sabido que no era verdad

He seguido a gente en redes que me hace enfadar, sentir mal o que no me gusta

Alguna vez he compartido un vídeo o un artículo de blog sin ni siquiera terminar de leerlo

Alguna vez he dejado de seguir a alguien porque no estaba de acuerdo con sus puntos de vista

Siento la imperiosa necesidad de atender a mi celular cada vez que escucho el sonido de una notificación



## ¿Usas la tecnología... o dejas que la tecnología te use a ti?

Consulto el móvil antes o durante el momento en el que voy al baño por las mañanas

Alguna vez he ido a consultar algo en el celular y varias horas después aún seguía conectado

Alguna vez he visto un anuncio que ofertaba algo en lo que justo estaba pensando

Alguna vez me he metido en «guerras de comentarios» con extraños

Alguna vez me he enfadado con mis amigos o con mi pareja por algún comentario vertido en redes sociales

Alguna vez me he sentido celoso por el tiempo — o por la actividad — que mi pareja le dedica al celular o a su computador

Alguna vez he seguido inmerso en mi celular o computador en vez de dormir, comer o pasar tiempo con gente en el mundo real

Alguna vez he tenido problemas con familiares, amigos o con mi pareja por tiempo de uso que le dedico al celular

Me he obsesionado alguna vez con tomarme el *selfie* perfecto (y he gastado un buen rato hasta que lo he conseguido)

Alguna vez he invertido tiempo en encontrar o construir el meme perfecto en lugar de responder con un simple comentario

Me he creído algo de lo que he visto en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube... de lo que luego he sabido que no era verdad

He seguido a gente en redes que me hace enfadar, sentir mal o que no me gusta

Alguna vez he compartido un vídeo o un artículo de blog sin ni siquiera terminar de leerlo

Alguna vez he dejado de seguir a alguien porque no estaba de acuerdo con sus puntos de vista

Siento la imperiosa necesidad de atender a mi celular cada vez que escucho el sonido de una notificación

0

¡Salvado!

1-5

Cuidado, empiezas a dejarte manipular por la tecnología

6-10

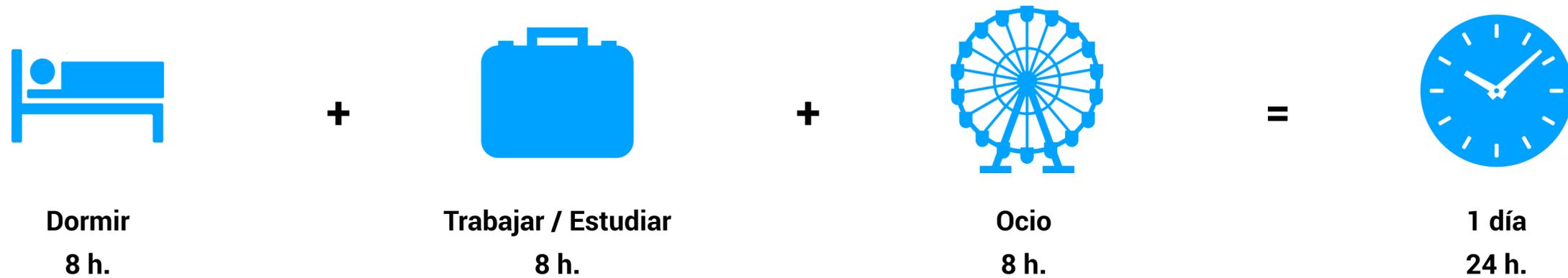
La tecnología te manipula a ti

11-15

Eres una víctima total de la manipulación tecnológica

## Midiendo nuestro tiempo... y nuestra atención

*Antes de la llegada de la tecnología*



*Después de la llegada de la tecnología – y antes de la llegada del COVID*





## Midiendo nuestro tiempo... y nuestra atención

¿ 46-80 ?



## Midiendo nuestro tiempo... y nuestra atención

**46-80**

Intervalo de cantidad de notificaciones que sugieren diferentes estudios que una persona promedio recibe cada día.  
Imaginemos perder dos minutos en promedio por cada una de ellas al día.



# Midiéndonos y categorizándonos

**29.000**

**52.000+**



# Midiéndonos y categorizándonos

**29.000**

categorias en las que  
Facebook nos tiene  
clasificados

**52.000+**

atributos únicos a través de  
los que Facebook clasifica  
a sus usuarios



Algorithmic Injustice

But the tech giant gives users little indication that it buys far more sensitive data about them, including their income, the types of restaurants they frequent and even how many credit cards are in their wallets.

Since September, ProPublica has been encouraging Facebook users to [share the categories of interest](#) that the site has assigned to them. Users showed us everything from “Pretending to Text in Awkward Situations” to “Breastfeeding in Public.” In total, we collected more than 52,000 unique attributes that Facebook has used to classify users.

Facebook’s page explaining “what influences the ads you see” says the company gets the information about its users “from a few different sources.”

What the page doesn’t say is that those sources include detailed dossiers obtained

[Get the Data From This Story](#)  
Download the Facebook interest category and ad group data ProPublica collected to report this story, available now via the ProPublica Data Store.



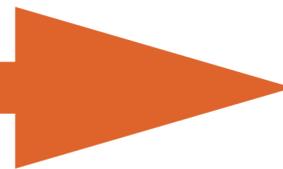
Sign Up

This site is protected by reCAPTCHA and the Google [Privacy Policy](#) and [Terms of Service](#) apply.

**MOST POPULAR STORIES**

Most Read | Most Emailed

- 1 Climate Change Will Force a New American Migration
- 2 These Judges Can Have Less Training Than Barbers but Still Decide Thousands of Cases Each Year
- 3 They Know How to Prevent Megafires. Why Won't Anybody Listen?
- 4 A Killing at Donkey Creek
- 5 Her Stepfather Admitted to Sexually Abusing Her. That Wasn't Enough to Keep Her





## Midiendo la velocidad...

¿

6xX

?



## Midiendo la velocidad...

**6x**

**La rapidez con la que se propaga una noticia falsa en relación a lo que tarda en hacerlo una real**



Educación

Investigación

Innovación

Admisiones + Ayudas

Vida universitaria

Noticias

Alumni

Sobre el MIT



# MIT News

ON CAMPUS AND AROUND THE WORLD

[SUSCRIBIR](#)

▼ [VISTAZO](#)

[SEARCH NEWS](#)



## Estudio: en Twitter, las noticias falsas viajan más rápido que las historias reales

El proyecto de investigación encuentra que los humanos, no los bots, son los principales responsables de la difusión de información engañosa.

[Ver video](#)

Peter Dizikes | Oficina de noticias del MIT

8 de marzo de 2018

▼ [PREGUNTAS DE LA PRENSA](#)



En la foto (de izquierda a derecha): Sentado, Soroush Vosoughi, un postdoctorado en el Laboratorio de Medios de Comunicación para Máquinas Sociales; Sinan Aral, profesor de administración de David Austin en MIT Sloan; y Deb Roy, profesora asociada de artes y ciencias de los medios en el MIT Media Lab, quien también se desempeñó como científica en jefe de medios de Twitter de 2013 a 2017.

Foto: Melania Genick / MIT



esencialmente a bots que están programados para difundir historias inexactas. En cambio, las noticias falsas se aceleran más rápido en Twitter debido a que las personas retuitean noticias inexactas.

"Cuando eliminamos todos los bots en nuestro conjunto de datos, [las] diferencias entre la difusión de noticias falsas y verdaderas se mantuvieron", dice Soroush Vosoughi, coautor del nuevo artículo y postdoctorado en LSM cuya investigación de doctorado ayudó a dar lugar al estudio actual.

El estudio proporciona una variedad de formas de cuantificar este fenómeno: por ejemplo, las noticias falsas tienen un 70% más de probabilidades de ser retuiteadas que las verdaderas. También se necesitan historias reales aproximadamente seis veces más para llegar a 1.500 personas que para que las historias falsas lleguen al mismo número de personas. Cuando se trata de las "cascadas" de Twitter, o cadenas de retweet ininterrumpidas, las falsedades alcanzan una profundidad de cascada de 10 aproximadamente 20 veces más rápido que los hechos. Y las falsedades son retuiteadas por usuarios únicos de manera más amplia que las declaraciones verdaderas en todas las profundidades de la cascada.

[Historia completa a través de The Guardian](#)

## El guardián

Los investigadores del Media Lab y Sloan encontraron que los humanos son más propensos que los bots a ser "responsables de la difusión de noticias falsas", escribe Paul Chadwick para *The Guardian*. "Es esencial una mayor apertura por parte de los gigantes de las redes sociales y una mayor colaboración de ellos con socios debidamente calificados para abordar el problema de las noticias falsas".

[Historia completa a través de The Guardian](#)  
→

## El Washington Post

En un artículo de opinión para *The*



## Cómo se viraliza una *fake news*



*Tres preguntas para hacer antes de compartir información en redes*

1

¿La fuente de la información parece es vaga o **irrastreable**?

2

¿Parece cierta **toda** la información?

3

¿El contenido apela a nuestras **emociones**?



RENEE DIRESTA

IDEAS 08.30.2018 04:00 PM

# Free Speech Is Not the Same As Free Reach

Bad faith politicking about the way search algorithms work makes it harder for tech companies to solve the real problems.



<https://www.wired.com/story/free-speech-is-not-the-same-as-free-reach/>

# El ejemplo Wikipedia



**WIKIPEDIA**  
La enciclopedia libre

- Portada
- Portal de la comunidad
- Actualidad
- Cambios recientes
- Páginas nuevas
- Página aleatoria
- Ayuda
- Donaciones
- Notificar un error

---

Herramientas

- Lo que enlaza aquí
- Cambios en enlazadas
- Subir archivo
- Páginas especiales
- Enlace permanente
- Información de la página
- Citar esta página
- Elemento de Wikidata

---

Imprimir/exportar

- Crear un libro
- Descargar como PDF
- Versión para imprimir

No has accedido
[Discusión](#)
[Contribuciones](#)
[Crear una cuenta](#)
[Acceder](#)

[Artículo](#)
[Discusión](#)

[Leer](#)
[Editar](#)
[Ver historial](#)

Coordenadas: 41°43′55″N 49°56′45″O (mapa)

---

## RMS Titanic

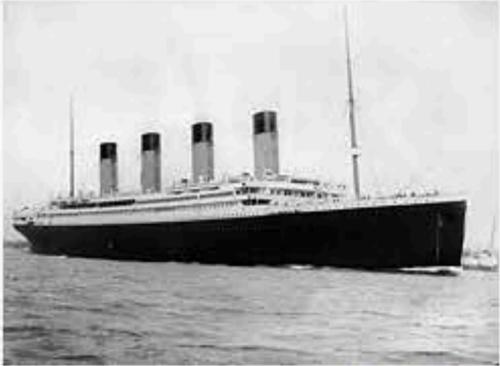
(Redirigido desde «Titanic»)

El **RMS *Titanic***<sup>nota 1</sup> fue un **transatlántico británico**, el mayor barco de pasajeros del mundo al finalizar su construcción, que se hundió desde la noche del 14 a la madrugada del 15 de abril de 1912 durante su viaje inaugural desde **Southampton** a **Nueva York**. En el **hundimiento del *Titanic*** murieron 1496 personas de las 2208 que iban a bordo, lo que convierte a esta tragedia en uno de los **mayores naufragios de la historia** ocurridos en tiempo de paz. Construido entre 1909 y 1912 en los astilleros de **Harland & Wolff** en **Belfast**, el *Titanic* era el segundo de los tres buques que formaban la **clase *Olympic***, propiedad de la naviera **White Star Line**, junto al **RMS *Olympic*** y, posteriormente, el **HMHS *Britannic***.

Entre sus pasajeros estaban algunas de las personas más ricas del mundo, además de cientos de inmigrantes irlandeses, británicos y escandinavos que iban en busca de una mejor vida en Norteamérica. El barco fue diseñado para ser lo último en lujo y comodidad, y contaba con gimnasio, piscina, biblioteca, restaurantes de lujo y **opulentos camarotes para los viajeros de primera clase**. También estaba equipado con una potente estación de **telegrafía** para uso de pasajeros y tripulantes y avanzadas medidas de seguridad, como los **mamparos** de su casco y compuertas estancas activadas a distancia. Sin embargo, y debido a las obsoletas normas de seguridad de la época, solo portaba **botes salvavidas** para 1178 pasajeros,<sup>6</sup> poco más de la mitad de los que iban a bordo en su viaje inaugural y un tercio de su capacidad total de 3547 personas.

Tras zarpar de Southampton el 10 de abril de 1912, el *Titanic* recaló en Cherburgo, Francia, y en Queenstown (hoy **Cobh**) en Irlanda, antes de poner proa al **océano Atlántico**. A las 23:40 del 14 de abril, cuatro días después de partir y a unos 600 km al sur de **Terranova**, el *Titanic* chocó contra un **iceberg**. La colisión abrió varias planchas del casco en su lado de **estribor** bajo la **línea de flotación**, a lo largo de cinco de sus dieciséis mamparos, que comenzaron a inundarse. Durante dos horas y media el barco se fue hundiendo gradualmente por su parte delantera mientras la **popa** se elevaba, y en este tiempo varios cientos de pasajeros y tripulantes fueron evacuados en los botes salvavidas, de los cuales casi ninguno fue llenado hasta su máxima capacidad. Un número muy elevado de hombres murieron debido al estricto protocolo de salvamento que se siguió en el proceso de evacuación de la nave, conocido como «**mujeres y niños primero**».<sup>7 8</sup> Poco antes de las 2:20 del 15 de abril, el *Titanic* se partió en dos y se hundió con cientos de personas todavía a bordo. La mayoría de los que quedaron flotando en la superficie del mar murieron de **hipotermia**, aunque algunos fueron rescatados por los botes salvavidas. Los 712 supervivientes fueron recogidos por el transatlántico **RMS *Carpathia*** unas horas después.

**RMS *Titanic***



El RMS *Titanic* partiendo del puerto de Southampton el 10 de abril de 1912.

**Banderas**



**Historial**

<b>Astillero</b>	Harland and Wolff, Belfast, Irlanda del Norte
<b>Clase</b>	Clase Olympic
<b>Tipo</b>	Transatlántico
<b>Operador</b>	White Star Line
<b>Puerto de registro</b>	Liverpool, Reino Unido

## En el mundo en el que vivimos... ¿qué tiene más valor?

¿



Ballena viva

0



Ballena muerta

?

## En el mundo en el que vivimos... ¿qué tiene más valor?

¿



Árbol vivo

0



Árbol muerto

?

## En el mundo en el que vivimos... ¿qué tiene más valor?

¿



Persona mentalmente viva

o



?

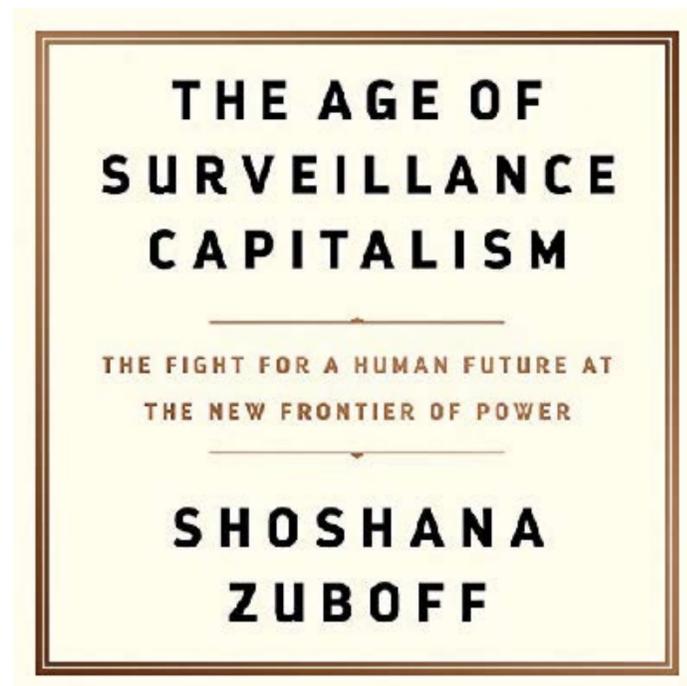
Persona mentalmente muerta

# Capitalismo de vigilancia y economía de la extracción de la atención



## Capitalismo de vigilancia

*Vigilancia masiva de nuestra actividad en línea de formas que a menudo ignoramos y la consecuente mercantilización de estos datos para fines comerciales.*



## Economía de la extracción de la atención

*Beneficio de las plataformas tecnológicas que se benefician de la monetización de la extracción de la atención humana.*



# El problema de base

La promesa de la tecnología de mantenernos conectados ha dado lugar a una serie de consecuencias no deseadas que nos están alcanzando más y más cada día. Si no podemos abordar la problemática de un sistema de información definitivamente defectuoso, nunca podremos abordar los desafíos que acosan a la humanidad.



## El dilema de la salud mental

Un estudio de 5,000 personas encontró que un mayor uso de las redes sociales se correlacionó con disminuciones autoinformadas en la salud mental y física y la satisfacción con la vida.

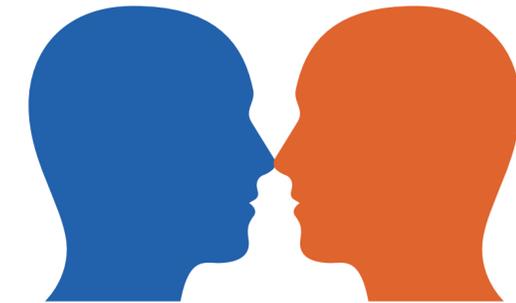
- *Revista Estadounidense de Epidemiología, 2017*



## El dilema de la democracia

El número de países con campañas de desinformación política en las redes sociales se duplicó en los últimos 2 años.

- *New York Times, 2019*



## El dilema de la discriminación

El 64% de las personas que se unieron a grupos extremistas en Facebook lo hicieron porque los algoritmos los llevaron allí.

- *Informe interno de Facebook, 2018*



## El dilema de la salud mental



Adicción, ansiedad y depresión. Las redes sociales están diseñadas para recompensar la distracción y mantenernos enganchados a ellas a expensas de nuestro bienestar con la única finalidad de alimentar su negocio.



Un tercio de los adultos estadounidenses, y casi la mitad de los que tienen entre 18 y 29 años, dicen que están en línea «casi constantemente».

- *Pew Research Centro, 2019*



Los adolescentes que pasan 3 horas al día o más en dispositivos tienen un 35% más – y los que pasan cinco horas o más un 71% más – de probabilidades de tener un factor de riesgo para suicidio que los que gastan menos de una hora.

- *iGen, 2017*



Un estudio de 5,000 personas encontró que más el uso de las redes sociales se correlaciona con la reportó declives en mental y físico salud y satisfacción con la vida.

- *Americano Journal of Epidemiology, febrero de 2017*

**The Social Dilemma (Discussion & Action Guide)**

[https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS\\_M/view](https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS_M/view)



BBC Menú

NEWS | MUNDO

Noticias | América Latina | ¿Hablas español? | Internacional | Economía | Tecnología | Ciencia | Salud | Cultura | Video | Más ▾

## "Dismorfia de Snapchat": el fenómeno por el que cada vez más pacientes de cirugía estética aspiran a parecerse a sus propios selfies con filtros

Anna Davies  
BBC Three

🕒 23 abril 2018

[f](#) [🗨️](#) [🐦](#) [✉️](#) [Compartir](#)



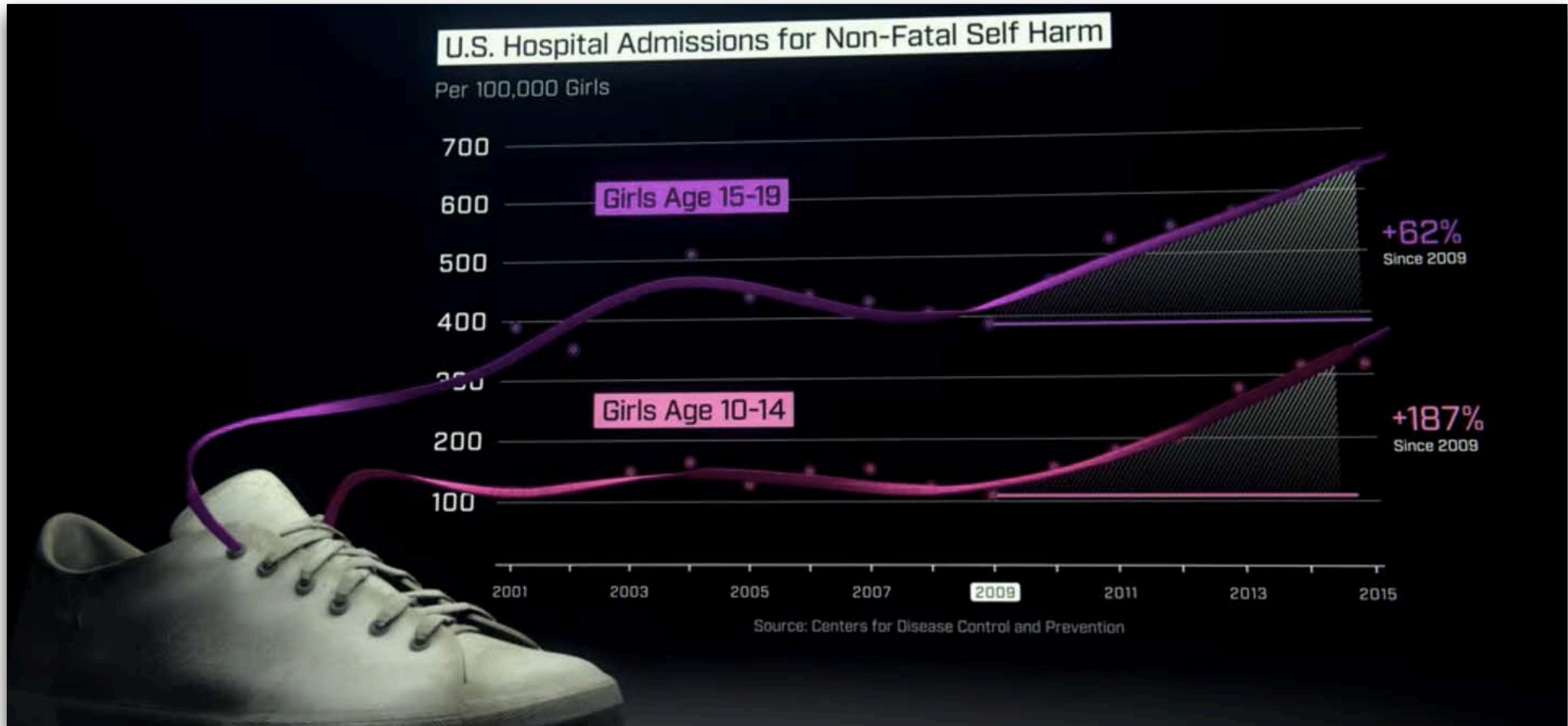
**Principales noticias**

**La difícil tarea del personal médico en Venezuela que combate la pandemia ganando US\$4 al mes**  
Un tercio de las 600 muertes por covid-19 en Venezuela son de personal sanitario. La BBC habló con trabajadores de la salud que temen ser arrestados si denuncian la falta de equipos de protección.  
🕒 29 septiembre 2020

**Los riesgos de que cada vez menos doctores sepan practicar un aborto en Alemania (y la ingeniosa solución de unos estudiantes de Medicina)**  
🕒 29 septiembre 2020

**El sorprendente lado oscuro de las personas con carácter fuerte y gran autocontrol**  
🕒 29 septiembre 2020

No te lo pierdas





## ¿Qué tienen en común?



Heroína



Tragamonedas



Redes sociales

## ¿Qué tienen de diferente?



## El dilema de la democracia



Numerosos contenido de redes sociales promueven la indignación, el engaño y la conspiración como forma de generar más participación por parte de los usuarios. Las brechas ideológicas se hacen cada vez más profundas y la cooperación y el compromiso social cada vez más difícil. El objetivo: sabotear la democracia.



Las noticias falsas se difunden 6 veces más rápido que las precisas noticias en Twitter, y las falsedades son el 70% más probabilidades de ser retuiteado.

- MIT, 2018



Los resultados de búsqueda de Google pueden cambiar la votación preferencias de los votantes indecisos por 20% o más - hasta 80% entre algunos demografía.

- PNAS, 2015



Una nota interna de Facebook en 2018 que fue en gran parte ignorado, decía:  
«Nuestros algoritmos explotan la atracción del cerebro humano por la división. Si no se comprueba, [nuestros algoritmos alimentarán a los usuarios] con más y contenido más divisivo en un esfuerzo por captar la atención del usuario y aumentar el tiempo en el plataforma.»

- WSJ, 2020

**The Social Dilemma (Discussion & Action Guide)**

[https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS\\_M/view](https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS_M/view)



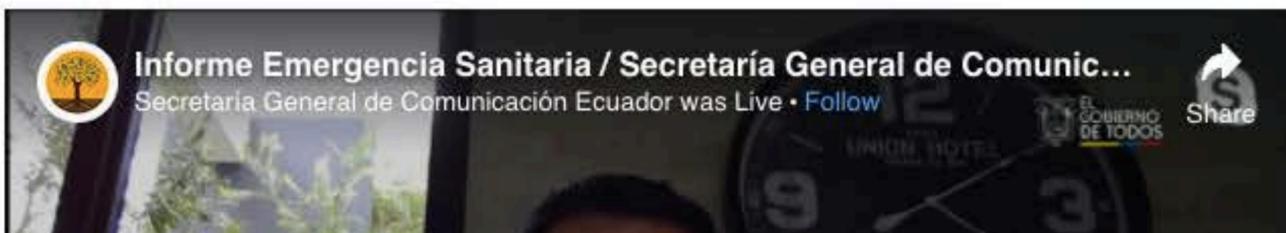
SUSCRÍBASE     

Home [Elecciones 2021](#) [Política](#) [Economía](#) [Sociedad](#) [Tecnología](#) [Cultura](#) [Lo último](#) [Firmas y Análisis](#) [Jugada](#) [Videos](#) 

## El 50% de noticias falsas sobre coronavirus en Ecuador se genera en México

Gabriel Arroba, secretario de Comunicación de la Presidencia de la República, informó que en los primeros 12 días de emergencia sanitaria las noticias falsas tuvieron 40 millones de impactos en el país.

A través de una rueda de prensa virtual, el funcionario indicó que está trabajando normalmente de su casa, ya que pese a tener coronavirus es un paciente asintomático y la enfermedad no le ha impedido desempeñarse desde el aislamiento.



### LO MÁS LEÍDO

01 **La extradición de ocho sentenciados en el caso Sobornos se complica**

22857 visitas

02 **Un tratado de 1887 será el**

Actualidad · MUNDO

22 de octubre de 2019 12:14

## Facebook identifica actividad propagandística 'coordinada' desde Irán en Ecuador y otros países latinos

   30576



Facebook publicó un reporte en el cual detalla la interferencia iraní en el público latinoamericano. En la foto, el data center de Facebook en California. Foto: Facebook

### ÚLTIMA HORA

- 10:48** Moreno propuso en la ONU extender la moratoria de la deuda para enfrentar la crisis económica postcovid-19
- 10:38** Conaie plantea a Pachakutik a Jaime Vargas como primer candidato para la Asamblea
- 10:28** Investigadores aseguran que se puede matar células cancerígenas al 'cerrarle la puerta' al núcleo
- 10:27** 36 tortugas de especie en peligro fueron repatriadas a Galápagos

VER MÁS

®

HUAWEI

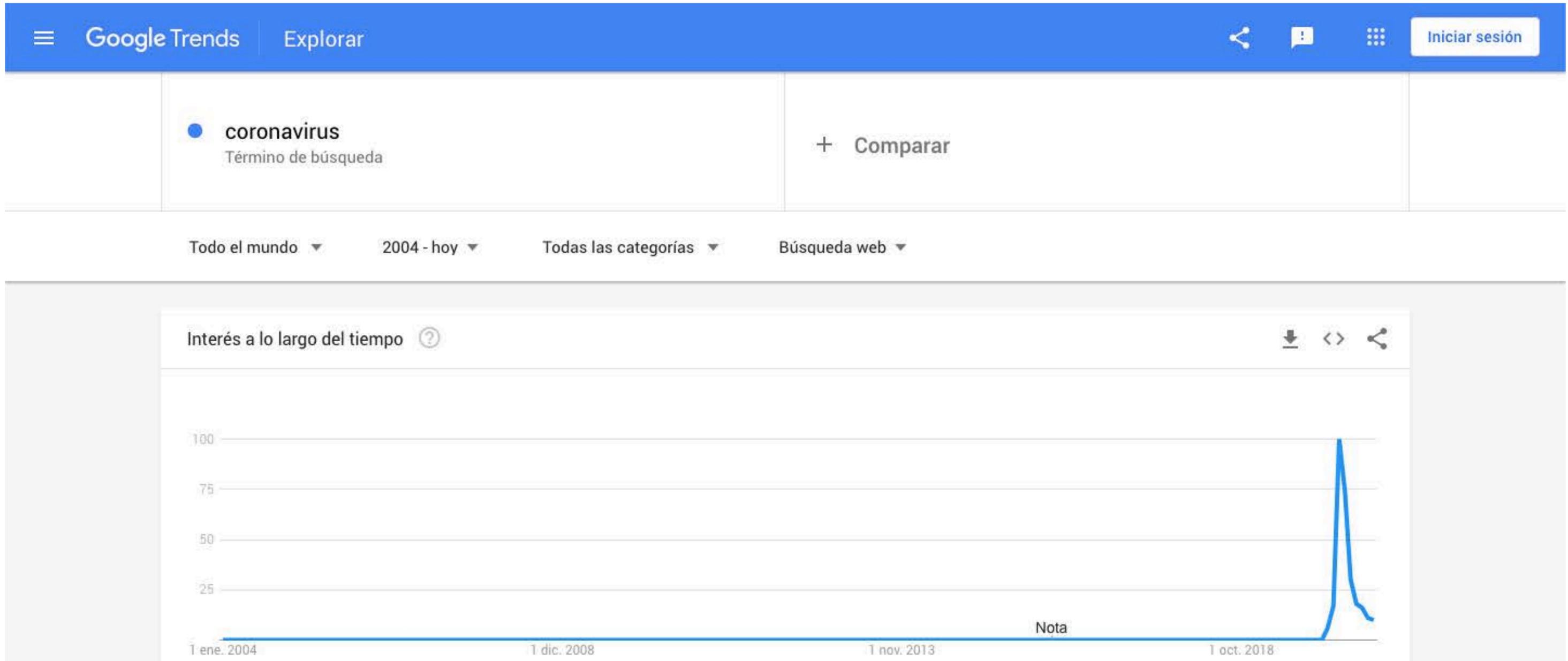
### HUAWEI WATCH FIT

EL SMARTWATCH PERFECTO PARA ENTRENAR





## Data Voids – Vacíos de datos





## El dilema de la discriminación



Los algoritmos no están equipados para detectar el discurso de odio. Los datos emitidos por nuestra actividad *online* es utilizada por diferentes instituciones y entidades de formas que pueden dañar y discriminar a las comunidades más marginadas.



Investigadores descubrieron que los mejores modelos de inteligencia artificial para procesar discursos de odio eran 1,5 veces más tendentes a marcar *tuits* como ofensivos cuando eran escritos por afroamericanos.

- *Universidad de Washington, 2019*



Hasta 2019, Facebook permitía a los anunciantes utilizar la segmentación discriminatoria en sus anuncios. Anuncios que anunciaban trabajos, vivienda y ofertas de crédito — entre otros —, podían optar por excluir personas por motivos de género, raza, discapacidad y otras características, en contravención directa de las leyes federales como la Ley de Equidad de Vivienda, que prohíbe discriminación.

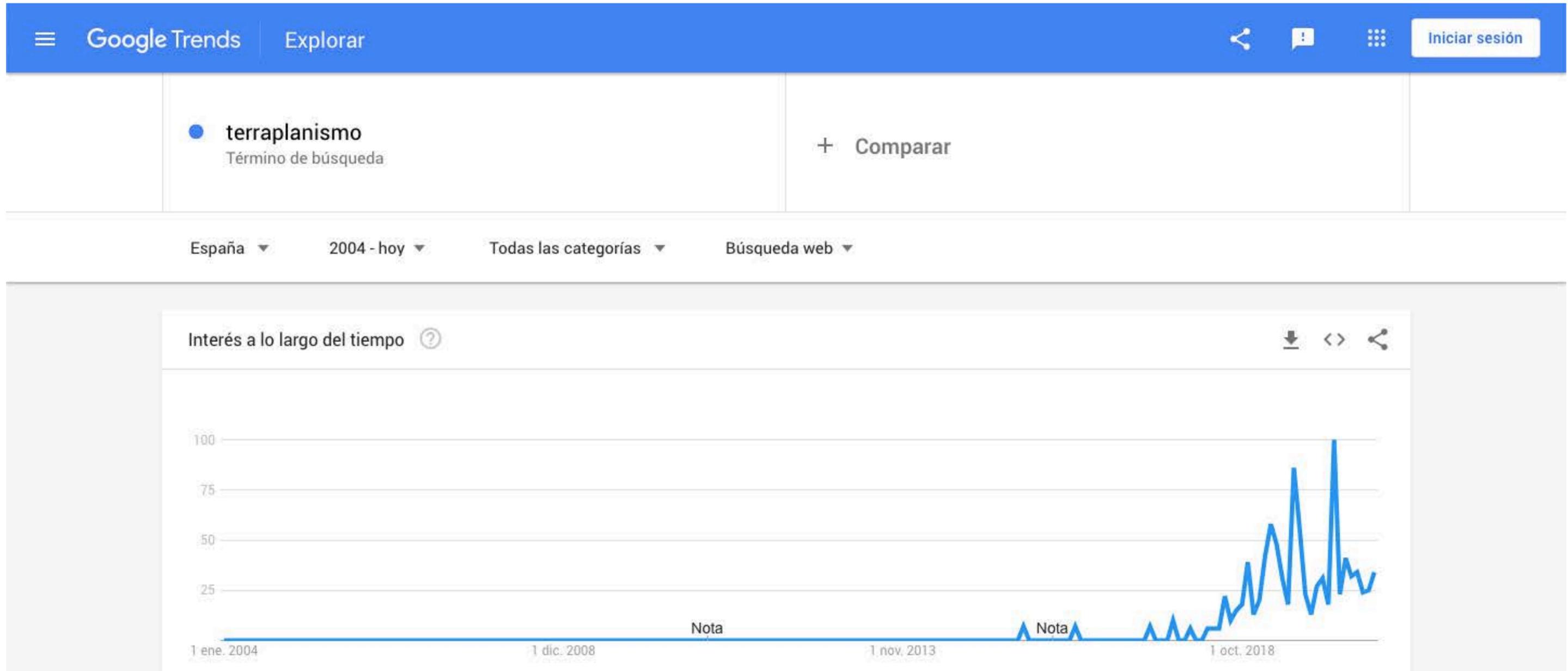
- *Washington Post, 2019*

**The Social Dilemma (Discussion & Action Guide)**

[https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS\\_M/view](https://drive.google.com/file/d/1Z9KysBogheudj2L02s8LFyYIyNYNeS_M/view)



# La polarización de la sociedad





# Expandiendo el debate



¿Existe una solución global a este dilema?



¿Contribuyo al problema como consumidor... o también como productor de contenidos?



¿Existe un modelo de negocios ético que podrían llegar a convenir las redes sociales?



¿Cómo puedo estar conectado sin ser parte del origen del problema?



Como mercadólogo en el siglo XXI, ¿estoy «alimentando a la bestia» a través de mi actividad publicitaria?



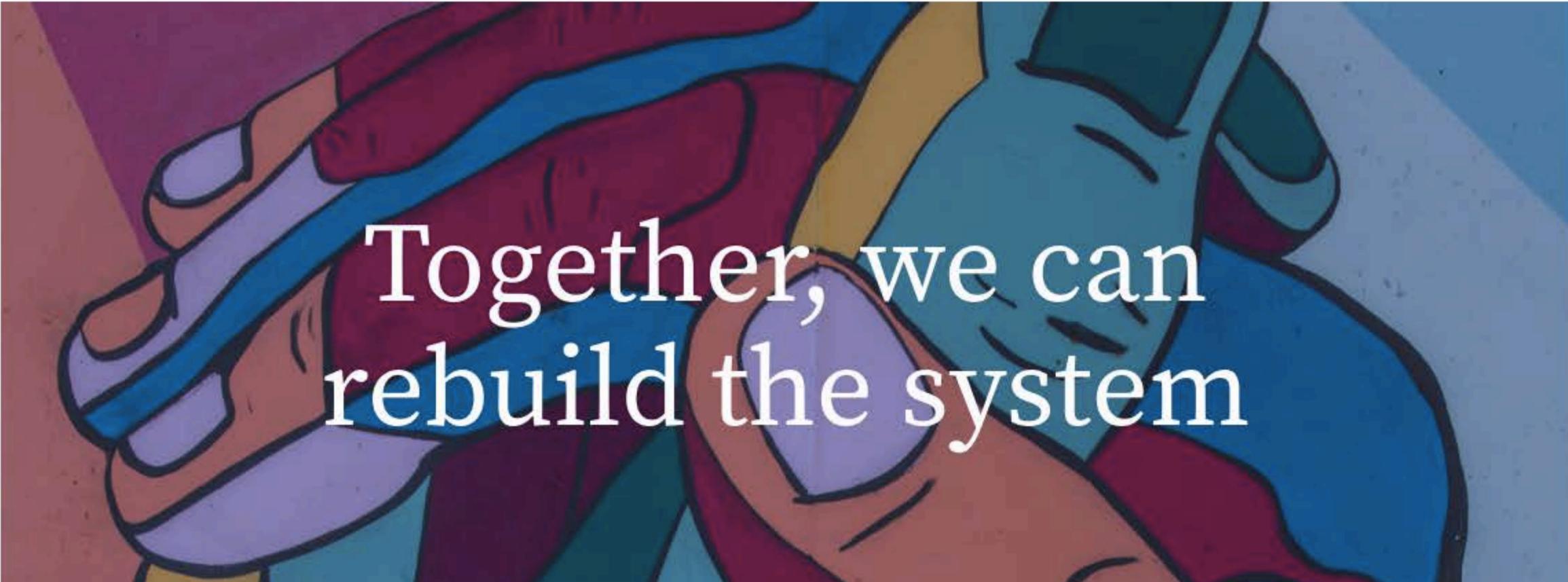
Center for  
Humane  
Technology

WHO WE ARE

WHAT WE DO

GET INVOLVED

RESOURCES

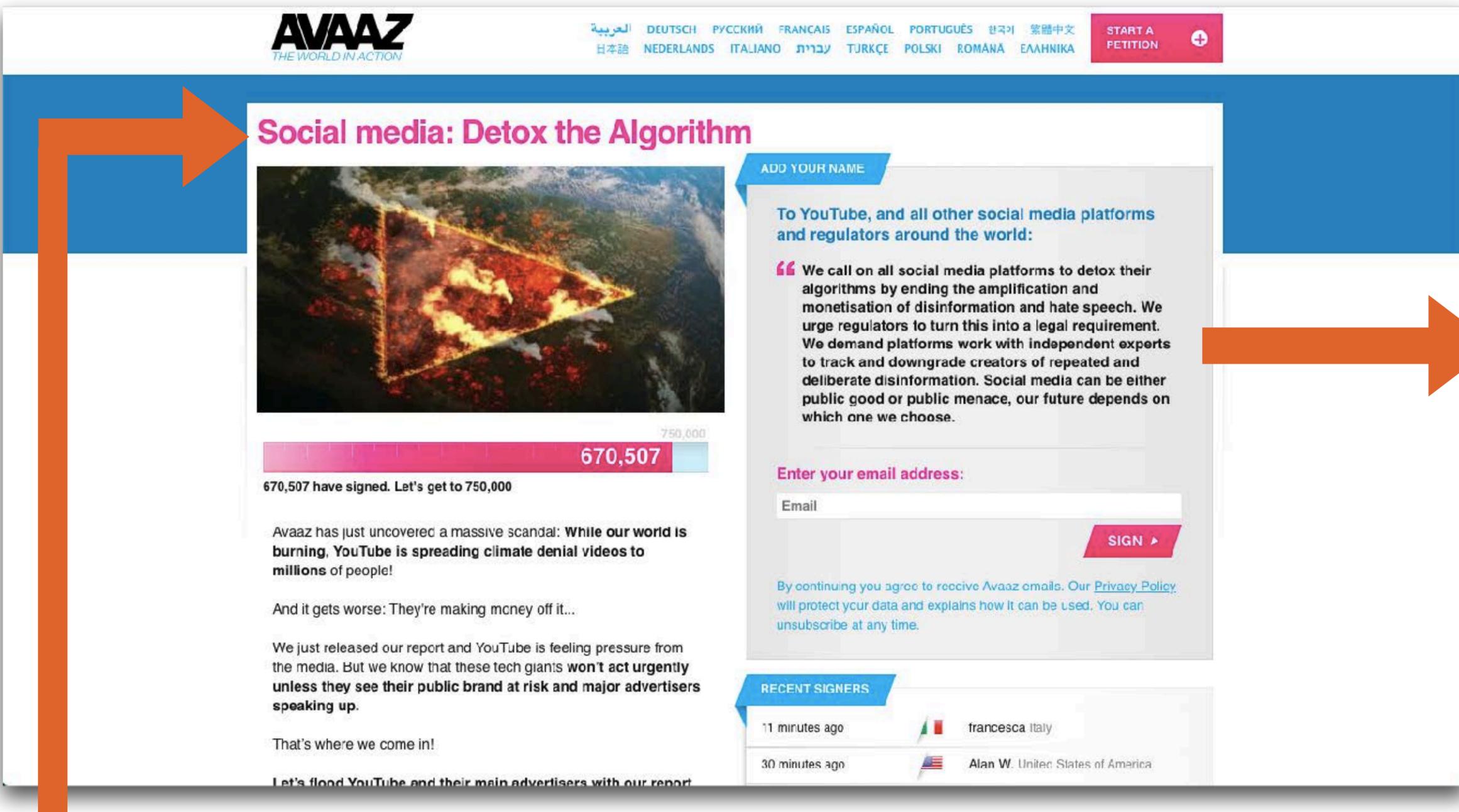


Together, we can  
rebuild the system

<https://www.humanetech.com/rebuild>



**Ad Observer** es una iniciativa para capacitar a los ciudadanos para que compartan voluntariamente datos sobre lo que ven en línea para permitir la investigación académica y el periodismo de investigación sobre cómo las plataformas digitales impactan en la sociedad.



**AVAAZ**  
THE WORLD IN ACTION

العربية DEUTSCH РУССКИЙ FRANCAIS ESPAÑOL PORTUGUÉS 한국어 繁體中文  
日本語 NEDERLANDS ITALIANO עברית TURKÇE POLSKI ROMÂNĂ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

START A PETITION

## Social media: Detox the Algorithm



750,000  
670,507

670,507 have signed. Let's get to 750,000

Avaaz has just uncovered a massive scandal: **While our world is burning, YouTube is spreading climate denial videos to millions of people!**

And it gets worse: They're making money off it...

We just released our report and YouTube is feeling pressure from the media. But we know that these tech giants **won't act urgently unless they see their public brand at risk and major advertisers speaking up.**

That's where we come in!

Let's flood YouTube and their main advertisers with our report

**ADD YOUR NAME**

To YouTube, and all other social media platforms and regulators around the world:

“ We call on all social media platforms to detox their algorithms by ending the amplification and monetisation of disinformation and hate speech. We urge regulators to turn this into a legal requirement. We demand platforms work with independent experts to track and downgrade creators of repeated and deliberate disinformation. Social media can be either public good or public menace, our future depends on which one we choose.

Enter your email address:

Email

SIGN

By continuing you agree to receive Avaaz emails. Our [Privacy Policy](#) will protect your data and explains how it can be used. You can unsubscribe at any time.

**RECENT SIGNERS**

11 minutes ago	 francesca Italy
30 minutes ago	 Alan W. United States of America

**Hacemos un llamado a todas las plataformas de redes sociales para que desintoxiquen sus algoritmos poniendo fin a la amplificación y monetización de la desinformación y el discurso de odio.**

**Instamos a los reguladores a convertir esto en un requisito legal.**

**Exigimos que las plataformas trabajen con expertos independientes para rastrear y degradar a los creadores de desinformación repetida y deliberada.**

**Las redes sociales pueden ser un bien público o una amenaza pública, nuestro futuro depende de cuál elijamos.**



# The F Show

-  @IbaiFernandezEC
-  /IbaiFernandezEC
-  @IbaiFernandezEC
-  Palabras de Ibai Fernández



WWW.IBAIFERNANDEZ.COM

ESTRENOS TODOS LOS DOMINGOS

11H00



11H00



11H00



13H00



18H00



## Ibai Fernández



(+593) 0984038732



ibaifernandez.com



info@ibaifernandez.com

Hago que negocios y emprendimientos duerman tranquilos. Padre de **Elm St.**, **Andariega**, **AGLAYA** e **Índika**.

# Gracias por la atención 😊

Descárgate la presentación en [www.ibaifernandez.com/uTEAM](http://www.ibaifernandez.com/uTEAM)