

Últimas noticias coronavirus: España y Portugal abren hoy sus fronteras tras tres meses y medio cerradas

OPINIÓN / DESPUÉS DE LA PANDEMIA

## Facebook... o una forma de pensar

por Enrique Dans • 

1 julio, 2020 - 00:34



**E**l semblante de Mark Zuckerberg, uno de los hombres más ricos del mundo, no puede aparecer más preocupado estos días. Su compañía, Facebook, afronta lo que parece podría ser el boicot más importante por parte de los anunciantes durante el mes de julio.

Al llamamiento original lanzado por varias asociaciones pro-derechos civiles norteamericanas y titulado como *Stop Hate For Profit* se han unido ya compañías como The North Face, Patagonia, Verizon, Unilever o Pepsi, con otras como Coca-Cola o Microsoft que, sin unirse específicamente al movimiento, sí **han pausado su inversión en redes sociales**.

Zuckerberg ya se ha disculpado y ha prometido cambios, pero... ¿qué es que Zuckerberg se disculpe por enésima vez y prometa nada? ¿Sirve realmente de algo?

La razón para el boicot no es, como muchos piensan, el no haber actuado contra unas declaraciones concretas de Donald Trump que alentaban el odio y contra las que otras redes, como Twitter, sí actuaron, sino **el hartazgo contra una forma de hacer las cosas**, contra un comportamiento en el que la compañía lleva incurriendo mucho tiempo.

Las redes sociales se han convertido desde ya hace varios años en un vehículo para la expresión de las personas y en una suerte de ágora pública en la que se comparten pensamientos, noticias y reflexiones a muy distintos niveles. Pero en muchos sentidos, esa pretendida ágora pública ha devenido en una suerte de asqueroso barrizal en el que se lanzan constantemente insultos, descalificaciones, noticias falsas y barbaridades sin ton ni son, con la única motivación de provocar la crispación.

**“**  
*Esa pretendida ágora pública de las redes sociales ha devenido en una suerte de asqueroso barrizal en el que se lanzan constantemente insultos*  
“

En ese clima de constante crispación, hace tiempo que redes sociales como Facebook descubrieron que tenían muchísimo a ganar. **Más crispación implica generalmente más implicación, más significación**, más caracterización de los perfiles que participan en las discusiones y, sobre todo, **más tiempo de permanencia en las redes sociales**, lo que conduce a más ingresos publicitarios.

Cuando participas en una acalorada discusión política en una red social, te caracterizas mucho más de lo que piensas, y proporcionas valiosos datos a compañías para que te administren su publicidad, con el resultante de que esas empresas, por un lado, incrementan sus esfuerzos para venderse sus productos o servicios, y por otro, **Facebook puede vender tu perfil, mejor caracterizado, a un precio más elevado**. Un negocio redondo.

Hace ya tiempo que Facebook descubrió que **sus algoritmos provocaban una intensa polarización**. Documentos internos revelan que no solo lo descubrieron, sino que conscientemente, decidieron ignorarlo, dejarlo pasar, y aprovecharse de ello. El bienestar social, el equilibrio entre diferentes posturas o la calidad de la democracia, supeditadas al beneficio empresarial.

Mark Zuckerberg, ante la posibilidad de convertirse en el epicentro de campañas en las que se escenificaba una intensísima batalla entre ejércitos integrados muchas veces por *trolls* y otras por infinidad de perfiles falsos artificiales manejados por potencias extranjeras, en la que se terminaron por decidir muchos de los votos que llevan a un payaso a la Casa Blanca, **escogió claramente el 'vale todo', el utilitarismo más rastreiro**.

**“**  
*Zuckerberg escogió claramente el 'vale todo', el utilitarismo más rastreiro*  
“

De hecho, hace mucho tiempo llegaron incluso a tener claras las reglas de interacción dentro de su plataforma... reglas que después retorcieron y rehicieron para adaptarlas al visceral inquilino de la Casa Blanca.

Ahora, **Facebook se enfrenta a un boicot que podría costarle millones de dólares**... o no, porque aunque las grandes compañías invierten muchísimo dinero en publicidad, la plataforma de Facebook es **también utilizada por infinidad de pequeñas y medianas empresas** que suelen ser menos simbólicas y más pragmáticas en sus decisiones, y que pueden ver ahí la oportunidad de que sus anuncios destaqueen más durante ese período.

Pero más allá de las consecuencias para Facebook, de lo que hablamos cada vez más es de la reacción de la sociedad ante una forma de pensar y de hacer las cosas, ante ese asqueroso y primario populismo del 'vale todo'.

Presidentes como **Donald Trump, Jair Bolsonaro o Vladimir Putin** son, por ese orden, los que encabezan los siniestros rankings de mortalidad por el Covid-19: parece que el populismo y el 'valetodismo' no son la mejor receta para enfrentarse a las crisis.

Además, Donald Trump se enfrenta al mayor nivel de impopularidad de su presidencia: su promesa de "hacer a América grande de nuevo" ha terminado en **una América brutalmente asolada por una pandemia**, enfrentada por tensiones raciales, con un desempleo históricamente nunca visto y una crisis económica descomunal.

Si le dan un poco más de tiempo, seguramente habría conseguido la extinción de todos los norteamericanos. En las últimas semanas, ha visto cómo Twitter eliminaba, ocultaba o calificaba varias de sus frenéticas y vitriólicas actualizaciones. Ayer, varios de los foros de sus seguidores en Reddit fueron clausurados, y sus videos fueron eliminados de Twitch.

No, la crisis no es solo de Facebook: podríamos estar ante el ocasión de una forma de pensar, de un populismo y de un 'valetodismo' que en muchos países ha dominado la segunda mitad de la década de 2010 a 2020, pero que podría empezar a incinerarse a sí mismo, a arder con sus propias cerillas y gasolina.

Esperemos que, en efecto, sea así.



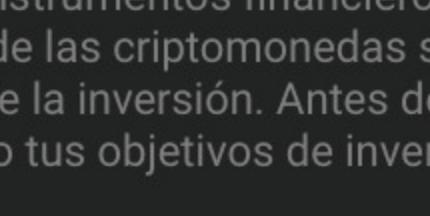
COMENTA

NORMAS DE USO

ENVIAR

### Ahora en portada

DESPUÉS DE LA PANDEMIA Facebook... o una forma de pensar



LA TRIBUNA La renta básica, una oportunidad para reducir la economía sumergida

Enrique Dans

Miguel Córdoba