

Facebook: la caída más dura está por venir



por Enrique Dans



6 octubre, 2021 - 02:02



GUARDAR



La prolongadísima **caída generalizada de todo el portfolio de productos de Facebook** -Instagram, WhatsApp, Oculus VR y Facebook Messenger, además de la propia Facebook- el pasado lunes, provocó una fuerte caída también de su cotización bursátil. Además, este *apagón* -completamente inusual en servicios de semejante calibre y con miles de millones de usuarios en todo el mundo- dio origen a todo tipo de mensajes, la gran mayoría sarcásticos, en otras redes sociales.

La caída de la cotización, además, venía ya produciéndose desde hacía unos días debido a los llamados *Facebook files*, una filtración de documentos generada por una extrabajadora de la compañía. Frances Haugen llegó a un estado de desesperación tal con respecto a la **inacción o a la responsabilidad directa de la compañía** en numerosos temas que consideraba importantes, que se hizo con una gran cantidad de documentos internos y los envió a *The Wall Street Journal*, que montó con ellos un gran reportaje periodístico sobre el tema.

Historias completamente demostradas y contrastadas por documentación interna sobre cuestiones como **el tratamiento brutalmente desigual a distintos grupos de usuarios**, el conocimiento que la compañía tenía sobre los **efectos tóxicos de Instagram en muchas niñas y mujeres** jóvenes o la incapacidad de la empresa para convertir su interacción en mínimamente saludable. Cosas a las que se suman su inactividad a la hora de luchar contra actividades nocivas -que van desde el tráfico de drogas hasta el de personas o a la ocupación del Capitolio-, su **papel en el crecimiento de movimientos negacionistas** de las vacunas o sus esfuerzos para atraer a los niños.

Escándalos que puestos de repente en negro sobre blanco (en realidad en blanco sobre negro, si nos atenemos al formato escogido por WSJ en la portada del reportaje) nos permiten ver de qué hablamos realmente: una empresa completamente irresponsable, con sus prioridades brutalmente equivocadas y con un **efecto enormemente nocivo sobre la sociedad**.

El problema de Facebook no es ya simplemente su irresponsabilidad, que la lleva incluso a ser protagonista de chistes como el que pregunta a qué se dedica la compañía, y responde con un simple "a disculparse", sino la **espantosa imagen que tiene ya entre una parte muy significativa de la sociedad**. Y a pesar de todo eso, los beneficios de la compañía siguen entrando trimestre a trimestre, inasequibles al desaliento, y convirtiéndola en un monstruo a la hora de ganar dinero.

¿A qué se debe semejante paradoja? Simplemente, a que Facebook, a través de todos sus productos, **ofrece a los anunciantes un enorme panóptico en el que pueden saberlo prácticamente todo sobre su mercado**. Esto permite dirigirse a él con un francotirador brutalmente eficiente, que nos apunta y dispara en función de peculiaridades de nuestros gustos, de nuestro carácter o de nuestros temores más íntimos.

En Facebook puedes hacer campañas de publicidad basadas en elementos y variables que serían completamente ilegales o imposibles en casi cualquier otro medio

El famoso escándalo de Cambridge Analytica, que jugó un papel central en la llegada a la Casa Blanca de un presidente como **Donald Trump** y del que la compañía salió simplemente con una regañina, lo demostró claramente. Facebook podía dedicarse a acosar, por poner tan solo un ejemplo, con contenido sobre inmigrantes y delincuencia, a personas que se mostrasen propensas a radicalizarse sobre el tema, hasta llevarlas a creer que todo inmigrante era un peligro espantoso, una mala persona, un camello o un violador.

La pertinaz **insistencia de Mark Zuckerberg en convertir Facebook en un imperio al margen de toda moral y ética** debería llevarnos a considerar la conveniencia de un carnet por puntos en el *management*. Sería necesario apartar completamente de las tareas directivas a personas responsables de semejante cantidad de dislates con un efecto tan importante sobre la sociedad, desde la descarada manipulación electoral hasta el genocidio.

Pocas empresas se me ocurren que hayan acumulado semejante bagaje de contribuciones negativas a la sociedad en tan poco tiempo.

Solo Facebook podía ser capaz de convertir Instagram, en su momento una deliciosa herramienta para retocar y publicar fotografías, en un lugar donde millones de niñas se desesperan, se acomplejan y son objeto de *bullying* o de insultos a diario. Entra en la página de cualquiera de las llamadas *influencers* y echa un vistazo en diagonal a los comentarios... si tienes estómago para ello.

Sí, el pasado lunes, Facebook sufrió una caída que afectó a todos sus productos. Y sí, sus acciones perdieron algo de valor. Pero el problema no fue ese. El problema vendrá cuando por fin, algún día, **millones de anunciantes en todo el mundo se den cuenta de la basura que están contribuyendo a sostener**, cuando de una vez por todas dejen de colaborar con algo tan nocivo, y provoquen una espiral negativa que haga salir corriendo despavoridos a los accionistas. Entonces sí que vendrá la caída.

SIGUE LOS TEMAS QUE TE INTERESAN

COLUMNAS DE OPINIÓN FACEBOOK



COMENTA

Ahora en portada

<div>DESPUÉS DE LA PANDEMIA</div> <div><i>Facebook: la caída más dura está por venir</i></div> <div>Enrique Dans</div> <div></div>	<div>LA TRIBUNA</div> <div><i>Nuestro desempleo tiene arreglo</i></div> <div>Jesús Banegas</div> <div></div>	<div>LAS SIETE Y MEDIA</div> <div><i>La ley de vivienda golpeará a los vulnerables (si se aprueba)</i></div> <div>Maria Vega</div> <div></div>
--	--	--

Sé el primero en comentar

Escribe tu comentario

NORMAS DE USO

ENVIAR