

Facebook, un gigante descontrolado que lucha contra abusos

Por BARBARA ORTUTAY

Associated Press, 3 de octubre de 2017



NUEVA YORK (AP) — Años de crecimiento ilimitado convirtieron a Facebook en una fuerza con un poder increíble, capaz de afectar las vidas de 2.000 millones de personas, que puede ser manipulada con consecuencias imprevisibles y a la que le cuesta hacer frente a esos usos inapropiados.

Hay quienes dicen que no ha tomado las medidas necesarias para combatir posibles abusos de parte de sus usuarios.

Comisiones de la Cámara de Representantes y del Senado de Estados Unidos que investigan posibles interferencias rusas con las elecciones del 2016 han invitado a Facebook --también a Google y Twitter-- a que declaren en los próximos meses. Facebook acaba de aceptar entregar a los investigadores 3.000 avisos políticos comprados por instituciones vinculadas con los rusos y anunció nuevos filtros para ese tipo de publicidad.

Facebook también admitió su papel en la diseminación de noticias falsas entre sus usuarios durante la campaña presidencial del año pasado y anunció medidas para combatir las informaciones falsas.

La empresa, por otro lado, fue muy criticada por la difusión de un video sobre delitos violentos y suicidios que retiró prestamente.

Facebook no termina de comprender que “lo que pasa en su sistema tiene profundas consecuencias en el mundo real”, sostuvo el profesor de estudios de los medios de comunicación de la Universidad de Fordham Paul Levinson.

Cuando surgen situaciones, Facebook generalmente se limita a decir en forma ambigua que sus políticas prohíben el mal uso de su plataforma y que es difícil pillar a todo aquél que trata de aprovecharse de ella. A menudo admite algunos problemas, ofrece soluciones a medias y se enfoca en otras cosas.

Pero hay un tema que la empresa no ha abordado: ¿Ha tomado suficientes medidas para asegurarse de que nadie abusa de sus sistemas?

Facebook desistió de hablar del tema, aunque señaló que ha hecho pronunciamientos públicos al respecto, en los que su fundador y director ejecutivo Mark Zuckerberg dice que la empresa quiere promover el bien en el mundo. Hace poco la firma lanzó un blog llamado “Hard Questions” (Preguntas difíciles) en el que trata de explicar en detalle algunas de sus políticas.

Pero Sheryl Sandberg, la número dos de la empresa, ha insinuado que Facebook todavía tiene mucho que hacer en ese terreno. Hace poco escribió que Facebook “nunca se propuso ni previó” que la gente usaría su publicidad automatizada para difundir avisos que fustigan a los judíos, por ejemplo.

La falta de respuestas de Facebook a crisis de este tipo es un problema cada vez más apremiante.

Hasta ahora la empresa ha tenido un crecimiento impresionante de usuarios, ingresos y en el valor de sus acciones. Pero ha impuesto servicios a pesar de las protestas de los usuarios, difundido avisos dirigidos a usuarios específicos a partir de la recolección de su información personal e incluso ha incurrido en experimentos para ver cómo influye en su estado de ánimo.

A todo esto contribuyó la impresión de que Facebook tiene una cultura excepcional, que prefiere la libertad de expresión y no monitorear lo que publica la gente, así como el hecho de que, sin importar cuánta gente contrata, siempre tendrá un núcleo capaz de lidiar con las situaciones que plantea su enorme base de usuarios.

“Hay una arrogancia generalizada”, afirmó el profesor de negocios de Notre Dame Timothy Carone, quien agregó que esto es la norma en la mayoría de las grandes firmas de Silicon Valley. “Tienen que admitir que en realidad no tienen todas las respuestas”.

Facebook necesita conseguir tantos usuarios como sea posible, y tantos avisos como sea posible. Sus sistemas para atraer usuarios y avisos están muy automatizados, lo que hace que la empresa sea muy eficiente y rentable.

En los primeros seis meses del 2017 Facebook registró ventas por valor de más de 17.000.000.000 de dólares y ganancias de casi 7.000.000.000.

El profesor de comunicaciones del Emerson College David Gerzof Richar dijo que Facebook es muy exitosa y al mismo tiempo muy vulnerable.

Rusia, por ejemplo, pudo explotar “la naturaleza capitalista de lo que motiva a Facebook”. Si la compañía se enfocase “en el contenido, el mensaje y la calidad de los avisos... ofrecería una plataforma muy diferente para comprar y colocar avisos”.

Gerzof Richard opina que Facebook debería considerar el “hackeo social” de su plataforma --los usos insospechados derivados de la naturaleza humana-- de la misma forma que encara los desafíos tecnológicos como el spam y el robo de datos.

Facebook ofrece “grandes recompensas” a quienes detectan fallas técnicas en su plataforma. ¿Por qué no hacer lo mismo con los descuidos que permiten el hackeo social de sus sistemas?

“Somos una especie muy creativa”, dijo Gerzof Richard. “Le das a alguien una herramienta y se las ingenian para darles usos que no eran los previstos por el creador”.