

LOS PROBLEMAS DE FACEBOOK

A principios del mes de octubre, Frances Haugen, una exempleada de Facebook, denunció primero en la televisión y la prensa, y luego en el Senado Norteamericano, que la red social ha ignorado u ocultado los resultados de investigaciones internas que ponían de relieve aspectos como los efectos nocivos de Instagram en la salud de los adolescentes, contribuyendo a provocar desórdenes alimentarios, y sobre el modo en el que la difusión de mensajes de odio o antivacunas sirven a la compañía para mantener enganchados a sus usuarios.

Haugen afirma que esos estudios indican que Instagram puede empeorar los problemas que algunos jóvenes tienen con su imagen corporal. También ha indicado que otros documentos sugieren que Facebook jugó un papel clave en la organización del ataque al Capitolio del 6 de enero y en la coordinación de grupos extremistas que buscan propagar la polarización y el odio. De dichos documentos se desprende que los propios empleados de Facebook opinaban en un memorándum interno que debería hacerse algo para impedir la difusión de las estrategias de desinformación.

Se pone en cuestión igualmente la decisión de Facebook de cambiar su algoritmo de la sección de noticias en 2018, con el fin de enfatizar las "interacciones sociales significativas". De nuevo informes internos revelan que se trataba de un intento por revertir el declive de la participación de los usuarios, promoviendo los contenidos más polémicos, que cosechaban mayores comentarios y reacciones.

Analizando los documentos filtrados a *The New York Times*, Kevin Roose afirma que, más allá de los aspectos relacionados con su mala influencia, dichos documentos revelan una empresa preocupada por la pérdida de poder y de mercado por parte de sus productos incapaz de evitar que los usuarios abandonen sus aplicaciones en favor de alternativas más atractivas.

Un claro ejemplo es la focalización de acciones para atraer a menores y jóvenes, consciente la compañía de que su red social se percibe por estos targets como "de viejos". Incluso Instagram, cuyo crecimiento ha venido compensando la disminución del interés en la aplicación principal de Facebook durante años, está perdiendo cuota de mercado frente a rivales de más rápido crecimiento como TikTok, y los usuarios más jóvenes ya no publican tanto contenido como antes.

Los problemas de Facebook son de dos tipos: los derivados de contar con demasiados usuarios a la hora de moderar o eliminar contenidos, y los causados por tener muy pocos usuarios entre los jóvenes, que mueven importantes volúmenes de visitas y de publicidad.