

image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



Marck Zuckerberg ha sido puesto en entredicho desde hace algún tiempo por sus propios antiguos inversores. Autor: Falco
Publicado: 24/10/2018 | 08:48 pm

Facebook y el cuarto de los trapos sucios

Los escándalos en torno a la red social y su creador no tienen fin. Inversores piden renuncia de Mark Zuckerberg

Publicado: Miércoles 24 octubre 2018 | 08:49:23 pm.

Publicado por: Yurisander Guevara

Algo raro debe suceder en las oficinas de Facebook cuando muchos de sus inversores o altos directivos hablan mal de la compañía. Aclaro que no tengo nada en contra de la red social, si miramos desde el punto de vista de lo revolucionaria que ha sido en términos tecnológicos y comunicacionales y lo útil que resulta.

Hay que reconocer que Facebook, hace 14 años, supo acortar distancias y sacó del clóset virtual a todo el que en esa red social decidió (o ha podido) inscribirse. Antes de Facebook, casi nadie usaba su nombre real en internet. Con el desarrollo de la red ideada por Mark Zuckerberg en su dormitorio de la Universidad de Harvard —dicen que hasta con fondos de la CIA mediante—, el mundo pasó a converger en esta como nunca antes, la mayoría de las personas con sus nombres y apellidos. Facebook es como un barrio gigante que lo tiene todo: chat, videos, fotos, juegos, videollamadas, medios de comunicación, páginas de celebridades, de políticos, etc.

Pero no podemos ser ingenuos; con más de 2 100 millones de usuarios activos cada mes —alrededor de un tercio de la población mundial—, no todos interactúan al mismo tiempo. Lo primero que ha hecho Facebook es «enjaular» a sus usuarios mientras les brinda la ilusión de inmensidad. Si bien cualquiera puede conectar con otro usuario existen límites, como el de 5 000 amigos, y esta red social sugiere amistades teniendo en cuenta personas que los usuarios comparten en común en su lista de contactos, mientras que las noticias que se distribuyen llegan a las audiencias a partir de los pagos que reciba Facebook, pues de forma orgánica el alcance

es muy pequeño.

Al mismo tiempo, quienes usan Facebook desde hace al menos una década notarán cómo ha evolucionado esta red social: de un simple muro con historias de amigos, actualizaciones de celebridades y noticias de los medios de comunicación, ahora las historias en la línea de tiempo principal están «calculadas» por un algoritmo que las mostrará en dependencia de la interacción del usuario con su creador. Si no me cree, haga lo siguiente: busque en su lista de amigos a alguien con quien no haya interactuado en algún tiempo, visite su perfil, mire algunas de sus fotos e interactúe con al menos una de sus publicaciones, y notará cómo este amigo que antes no aparecía en su línea de tiempo se hará habitual no más acceda a la red social.

Este tipo de comportamiento inducido no es casual. Se trata de una ingeniería social eficientemente calculada para brindar a los usuarios «la mejor experiencia de uso posible», como han declarado directivos de Facebook, quienes han omitido algo esencial: esa experiencia de uso viene dada por las rápidas gratificaciones que conseguimos, lo cual, a la larga, es algo adictivo.

Usos y efectos

«Solo Dios sabe lo que Facebook le hace al cerebro de nuestros niños». La frase no proviene de algún usuario molesto o un enemigo declarado de esa red social. Salió de Sean Parker, uno de los primeros inversores que tuvo Facebook, y que se hizo famoso por crear Napster, una herramienta digital para compartir música que removió los cimientos de la industria a finales del pasado siglo, aunque eso es parte de otra historia.

La aversión de Parker por las redes sociales, no solo Facebook, es tal, que según la revista The Verge se ha declarado como un objetor de conciencia de ellas, aunque todavía tiene sus cuentas abiertas tanto en la red de Zuckerberg como en Twitter.

Parker afirmó a The Verge que las redes sociales explotan vulnerabilidades psicológicas de los seres humanos a través de un bucle de gratificaciones alimentadas por la retroalimentación que reciben cada vez que publican algo en ellas. En Facebook, por ejemplo, estas gratificaciones se expresan a través del tradicional Me gusta, que ahora se amplió a otras emociones digitales, como Me divierte, Me encanta, Me enfada y Me asombra.

Fui yo, fue Zuckerberg, fue Kevin Systrom con Instagram... Todos sabíamos conscientemente lo que hacíamos, y aun así lo hicimos, afirmó Parker, quien fue más allá al revelar que el proceso de construcción de Facebook responde a una interrogante: ¿cómo podemos consumir la mayor parte de tu tiempo y atención consciente en nuestro contenido? Los comentarios son algo hipócritas —con el perdón de Parker—, pues vienen de alguien que hizo miles de millones de dólares como accionista de Facebook antes de abandonar la compañía.

Otro pez gordo que se ha revirado contra Facebook y Zuckerberg es Brian Acton, fundador de WhatsApp. La popular aplicación de mensajería instantánea —con 1 300 millones de usuarios activos, de acuerdo con datos de las empresas We are social y Hootsuite—, fue comprada por Zuckerberg en 2014 por el astronómico precio de 20 000 millones de dólares.

La movida fue una acción muy inteligente de Zuckerberg, quien supo ver el potencial de esta red, pero este entró en profundas desavenencias con Acton luego de que violara un principio establecido en la compra: no monetizar WhatsApp.

Como Zuckerberg decidió hacerlo, Acton ha movido sus trapos sucios, y entre otras cosas reveló a Forbes que durante el proceso de adquisición de su empresa mintió a la Comisión Europea acerca de la posibilidad de

conectar los datos entre estas dos aplicaciones... aleccionado por el creador de Facebook.

En particular, Facebook es capaz de utilizar la cadena de 128 bits de números asignados a cada teléfono como una especie de puente entre cuentas, además de comparar números de teléfono o identificar cuentas de Facebook con números de teléfono y su comparación con las cuentas de WhatsApp con el mismo número. Todo ello para sacar partido a los datos de sus usuarios en función de un mejor uso por parte de las empresas. Si algo cocinaba Facebook por entonces ahora es un producto consumado, pues WhatsApp incluirá publicidad.

De escándalo en escándalo

Los escándalos de las noticias falsas, el del uso de datos de al menos 126 millones de cuentas por parte de Cambridge Analytica en la campaña presidencial de Donald Trump, o los alegatos de manipulación desde Rusia en los resultados de las elecciones presidenciales del actual inquilino de la Casa Blanca, han tenido un factor común: Mark Zuckerberg y Facebook.

Utilizando estos y otros motivos, un grupo de inversores de la compañía presentó el pasado junio una iniciativa para remover a Zuckerberg como presidente ejecutivo de Facebook.

Aunque esto no es posible —el joven posee el 60 por ciento de las acciones de su compañía y, por tanto, es él quien decide lo que se hace—, la campaña en su contra lo mantiene en el lado oscuro de la opinión pública.

Para colmo, Alex Stamos, quien fuera el encargado de ciberseguridad de la red social hasta hace solo unos meses, en una reciente conferencia dijo que Facebook era estupenda hasta que dejó de serlo. Otro mazazo contra Zuckerberg y su red social, la que actualmente ha disminuido su cotización en bolsa de forma notable.

Mientras, algunos estudios indican que los más jóvenes, o migran desde Facebook a otras plataformas como Snapchat, o evitan tener cuenta en esta red social para no estar monitoreados por sus padres.

No obstante, es Facebook uno de los sitios web más visitados del mundo (solamente superado por Google). Acaso su popularidad decrezca algo con estos escándalos que resquebrajan la confianza en la compañía, y quizá en el futuro la red deba aplicar cambios para recuperar el terreno perdido. Por el momento, pareciera que nadie sabe cómo cerrar en Facebook la puerta de los trapos sucios, especialmente su creador.

<http://www.juventudrebelde.cu/suplementos/informatica/2018-10-24/facebook-y-el-cuarto-de-los-trapos-sucios>