

Un ejecutivo de Facebook reconoció que la red social ayudó a elegir a Donald Trump

09/01/2020

Facebook jugó un papel importante en la llegada a la Casa Blanca de Donald Trump, quien supo llevar la mejor estrategia en la mayor red social del mundo, estimó un ejecutivo de la compañía, que sin embargo advirtió contra cambios muy drásticos en las reglas de la plataforma.

«¿Fue Facebook responsable por la elección de Donald Trump?», se preguntó Andrew Bosworth en un largo escrito dedicado a sus colegas.

«Creo que la respuesta es sí, pero no por las razones que todos piensan», respondió en el texto titulado «Reflexiones para 2020», difundido por The New York Times.

Bosworth, considerado parte del círculo íntimo de asesores de Mark Zuckerberg, jefe de Facebook, argumentó que el presidente estadounidense no fue electo por una campaña de desinformación de Rusia o de la empresa Cambridge Analytica. Ganó, según él, porque llevó adelante «la mejor campaña publicitaria digital» que ha visto jamás.

Facebook ha sido fuertemente criticada por no haber frenado la desinformación durante la campaña presidencial de 2016. Pero la campaña de Trump no recurrió «a la desinformación o los engaños» en 2016, subrayó Bosworth. «Solo usaron las herramientas que pusimos a disposición» de manera más efectiva, señaló.

Debido a que la red social no cambió sus normas sobre anuncios políticos de cara a las presidenciales de 2020, «se podría llegar al mismo resultado» este año, señala el ejecutivo, que

destacó que apoya activamente a la oposición demócrata.

Pero por «tentador que sea usar las herramientas disponibles para cambiar el resultado, estoy seguro de que nunca debemos hacer eso o nos convertiremos en eso que tememos», agrega.

«Eso no quiere decir que no hay una línea» trazada por Facebook, advierte Bosworth, mencionando el ejemplo de la incitación a la violencia.

Pero «si cambiamos el resultado [de una elección] sin realmente convencer a quienes serán gobernados, entonces tenemos una democracia solo en el papel. Si limitamos la información a la cual las personas tienen acceso y lo que pueden decir, entonces no tenemos una democracia en absoluto», afirma.

Poco después de la difusión que hizo The New York Times, Bosworth compartió su propio posteo en Facebook, explicando que en realidad se trataba de algo que él compartió internamente con la compañía. Por eso eligió subirlo, acá, para que los interesados puedan leerlo completo.

Los comentarios de Bosworth llegan en un momento en que Facebook está bajo presión para proteger mejor los datos de sus usuarios y evitar que sus servicios sean usados para difundir desinformación o influenciar en las opiniones políticas, como en 2016 en Estados Unidos.

Los objetivos de Facebook este año incluyen evitar que la red sea usada por factores perjudiciales para influenciar las elecciones de 2020 en Estados Unidos, según Everson. La experiencia allí obtenida luego será aplicada en los casi 200 países en los que Facebook está presente.

De cara a las elecciones de Estados Unidos, Facebook anunció que prohibirá los videos manipulados -o «deepfakes»- pero seguirá permitiendo aquellos de sátira o parodia aunque estén muy editados. También mantendrá su controvertida decisión de

permitir que los políticos publiquen información a pesar de que se haya probado su falsedad.