

Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta

Lights and shadows in the brief history of Facebook, today Meta

Luzes e sombras na breve história do Facebook, hoje Meta

**Razón
y Palabra**

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 25 N° 112 septiembre - diciembre 2021 Monográfico pp. 469-490

Recibido 08-09-2021 Aprobado 20-12-2021

<https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1897>

Octavio Islas

México

Tecnológico de Monterrey

octavio.islas@tec.mx

Amaia Arribas

España

Universidad de Los Hemisferios

amayaa@uhemisferios.edu.ec

María Eugenia Garcés

Ecuador

Universidad Central del Ecuador

megarcés@uce.edu.ec

Resumen

Este artículo tiene el objetivo de realizar una revisión histórica de la abrumadora presencia de Facebook desde sus inicios, donde se aprecia que es un experimento social de gran influencia e impacto en la cultura de las sociedades contemporáneas. Su protagonista es Mark Zuckerberg. Facebook es Zuckerberg y Zuckerberg es Facebook. Meta, su última creación, también será Zuckerberg. De esta manera, Zuckerberg pretende transformar su imperio en un universo, donde los riesgos para la web son enormes. Peor aún, para los seres humanos. Con este argumento, el texto se desarrolla en doce apartados que recorren el camino que Zuckerberg y su imperio han transitado, con éxitos y sonados escándalos legales, económicos y mediáticos.

A pesar de sus acciones filantrópicas e intentos por acelerar la penetración de Internet en el mundo y su conectividad, la imagen de Zuckerberg y Facebook se asocia inevitablemente a un negocio donde el monopolio, la privacidad y uso de los datos siempre fueron y son asuntos por resolver, desde su primera red sociodigital, FaceMash, hasta Meta. Ahora con su Metaverso, desea iniciar una nueva era, dejando atrás las redes sociales, criticadas además por las noticias falsas y discursos del odio, para abrir un nuevo espacio con proyectos de realidad aumentada y realidad virtual. Sin embargo, los gobiernos y usuarios no olvidan las cuentas pendientes.

Palabras clave: Facebook, Mark Zuckerberg, Meta

Abstract

This article has the objective of making a historical review of the overwhelming presence of Facebook since its inception, where it is appreciated that it is a social experiment of great influence and impact on the culture of contemporary societies. Its protagonist is Mark Zuckerberg. Facebook is Zuckerberg and Zuckerberg is Facebook. Meta, his latest creation, will also be Zuckerberg. In this way, Zuckerberg intends to transform his empire into a universe, where the risks for the web are enormous. Worse yet, for humans. With this argument, the text is developed in twelve chapters that follow the path that Zuckerberg and his empire have traveled, with successes and notorious legal, economic and media scandals.

Despite their philanthropic actions and attempts to accelerate the penetration of the Internet in the world and its connectivity, the image of Zuckerberg and Facebook is inevitably associated with a business where the monopoly, privacy and use of data have always been and are matters for resolve, from its first socio-digital network, FaceMash, to Meta. Now with his Metaverse, he wants to start a new era, leaving behind social networks, also criticized for fake news and hate speech, to open a new space with augmented reality and virtual reality projects. However, governments and users do not forget pending accounts.

Keywords: Facebook, Mark Zuckerberg, Meta

Resumo

Este artigo tem como objetivo realizar uma revisão histórica da presença avassaladora do Facebook desde a sua criação, onde se aprecia que se trata de uma experiência social de grande influência e impacto na cultura das sociedades contemporâneas. Seu protagonista é Mark Zuckerberg. Facebook é Zuckerberg e Zuckerberg é Facebook. Meta, sua última criação, também será Zuckerberg. Desta forma, Zuckerberg pretende transformar seu império

em um universo, onde os riscos para a web são enormes. Pior ainda, para os humanos. Com esse argumento, o texto se desenvolve em doze seções que seguem o caminho que Zuckerberg e seu império percorreram, com sucessos e notórios escândalos jurídicos, econômicos e midiáticos.

Apesar de suas ações filantrópicas e tentativas de acelerar a penetração da Internet no mundo e sua conectividade, a imagem de Zuckerberg e do Facebook está inevitavelmente associada a um negócio onde o monopólio, a privacidade e o uso dos dados sempre foram e são questões a serem resolvidas, de sua primeira rede sociodigital, FaceMash, para Meta. Agora com seu Metaverso, ele quer começar uma nova era, deixando para trás as redes sociais, também criticadas por fake news e discursos de ódio, para abrir um novo espaço com projetos de realidade aumentada e realidade virtual. No entanto, governos e usuários não esquecem as contas pendentes.

Palavras chave: Facebook, Mark Zuckerberg, Meta

Introducción

En su corta vida, Facebook, el experimento social de mayor influencia e impacto en la cultura de las sociedades contemporáneas, consiguió afirmarse como la red sociodigital más popular en el mundo. Hoy cuenta con casi tres mil millones de usuarios. Su valor en bolsa supera al Producto Interno Bruto (PIB) de un considerable número de naciones. Aún sin armamento, Facebook es tan poderoso e influyente como algunos Estados. Por el número de usuarios supera a China, la nación con la mayor población. Si considerásemos como usuarios únicos a los usuarios de las redes sociodigitales y plataformas del Imperio Zuckerberg -Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp e Instagram-, la suma sería similar al total de la población mundial. Hoy, no pocas personas en el mundo suponen que Facebook es Internet.

Facebook ha sido blanco de recurrentes cuestionamientos por sus abusivos términos de uso y sus negligentes políticas para asegurar la efectiva privacidad de la información que le ha sido confiada por los usuarios. La ausencia de procedimientos que permitan verificar la identidad de los usuarios ha favorecido la generación de perfiles falsos, situación que ha propiciado gran cantidad de casos de *grooming*.¹ No pocos niños han burlado los sencillos procedimientos que ha impuesto Facebook para hacerse de una cuenta (Consumer Reports, 2011). Los negativos efectos de Facebook en niños y adolescentes han sido documentados en un amplio número de investigaciones (Steyer, 2012). Facebook y Google han sido señaladas (Snowden, 2019) por servir a los intereses de los servicios de inteligencia del gobierno de Estados Unidos.

En años recientes, en Facebook han proliferado las noticias falsas y las campañas de desinformación. En 2014, en Birmania, la permisibilidad a las campañas de

1 Término que, en inglés, permite designar al acoso y abuso sexual en línea.

desinformación derivó en un lamentable genocidio. La polarización que podemos advertir en no pocas sociedades, en cierta medida es atribuible a los excesos de Facebook. Sin autorización de los usuarios de Facebook, la consultora Cambridge Analytica (CA) tuvo acceso a los datos personales de 85 millones usuarios. Esa información fue utilizada para desarrollar una efectiva campaña persuasiva que permitió llevar a Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos.

Facebook-Meta enfrenta importantes litigios, destacando el emprendido por la Federal Trade Commission (FTC). Las revelaciones de Frances Haugen han exhibido las entrañas del Imperio Zuckerberg. Sin embargo, a pesar de críticas y cuestionamientos, para Mark Zuckerberg un imperio parece no ser suficiente. Ahora pretende disponer de su propio universo. Facebook-Meta es el espejo indiscreto de Mark Zuckerberg. La historia de Facebook es una historia de poca luz, y de muchas sombras, grandes sombras.

1. Los inicios del Imperio Zuckerberg

La empresa por encima del país.
Mark Zuckerberg

Los días 28 de octubre seguramente admiten particular significado en la vida de Mark Zuckerberg. El 28 de octubre de 2003, como estudiante del segundo año de la licenciatura en psicología en la Universidad de Harvard publicó su primera red sociodigital en la web, FaceMash.² El día anterior fue particularmente complicado en la vida de Mark Zuckerberg. Una chica lo dejó plantado y después de beber más de la cuenta decidió ponerse a programar. Al iniciar la sesión en su blog, creó una entrada: “Harvard Face Mash: The Process”.

Su plan era tan simple como vengativo: crear un sitio llamado Facemash.com, piratear el directorio de Harvard, descargar fotografías de sus compañeros de clase y publicarlas en línea junto a fotos de animales de granja para calificar quién era más deseable. Comenzó como cualquier otro colegial herido. “Jessica A. es una perra”, escribió. “Necesito pensar en algo para distraerme de ella. Necesito pensar en algo en lo que ocupar mi mente”. (Hoffman, 2010)

Cuando se invoca a las musas del alcohol y del desprecio, los resultados suelen ser explosivos. De los estragos de esa larga noche de inspiración ética, experimentando

² FaceMash no fue la primera red sociodigital en la historia. La primera fue Classmates.com. Classmates fue incorporada a la web el 17 de noviembre de 1995 por iniciativa de Randy Conrads. En sus orígenes respondía a la necesidad de encontrar amigos extraviados en el tiempo, amigos del barrio, la escuela, el trabajo y, por supuesto, del ejército de Estados Unidos. En 2004, la firma United Online Inc., adquirió Classmates. En 2010, el nombre Classmates.com fue reemplazado por Memory Lane. El fracaso de la compañía fue rotundo. Fue necesario recuperar el nombre original. Classmates aún existe. No crece, pero se mantiene relativamente estable gracias a la lealtad de sus seguidores. En la década de 1980, David Bohnett había concebido la posibilidad de crear redes virtuales; sin embargo, se empeñó en sacar adelante GeoCities, un servicio gratuito de alojamiento web que desarrolló con el programador John Rezner en 1994, designándolo como “Beberly Hills Internet (BHI), en el cual, los usuarios elegían un “barrio” para hospedar su sitio web. BHI fue transformado en GeoCities, que llegó a ser considerado como el quinto sitio más popular de Internet. A mediados de 1998, GeoCities fue adquirida por Yahoo! en una operación estimada en 3,500 millones de dólares. Sin embargo, la operación fue un fracaso. GeoCities dejó de operar en 2009.

profundo despecho, Mark Zuckerberg creó FaceMash, su primera red sociodigital, una especie de juego en línea reservado a estudiantes de sexo masculino en su universidad. (Kirkpatrick, 2011). El sitio desplegaba sucesivas pantallas con las fotografías de bellas estudiantes de las principales fraternidades en Harvard, siempre en pares, e invitaba a los visitantes a emitir su voto por aquella que consideraban más atractiva -“*Who’s Hotter? Click to Choose*” -en castellano: ¿Quién es más atractiva? Haz clic para elegir.

La pasarela virtual de Zuckerberg fue un rotundo éxito. En tan solo cuatro horas en línea recibió 450 visitantes y generó 22,000 vistas de fotos. De haber permanecido más tiempo en Internet,³ seguramente hubiese impuesto algunos récords en la Universidad de Harvard. Cuando las autoridades de la universidad advirtieron la existencia de FaceMash, se dieron a la tarea de localizar al tal Mark Zuckerberg, a quien exigieron cerrar de inmediato el sitio web. Mark fue acusado de violar la privacidad de los estudiantes en la institución y descargar datos que eran propiedad de la Universidad de Harvard. Su estancia en la universidad fue condicionada. Sin embargo, todo ello le importó muy poco a Zuckerberg. Había conseguido abandonar el anonimato asociado a la condición de simple estudiante de psicología, para empezar a ser reconocido en Harvard como un respetado programador (Carlson, 2010).

Zuckerberg asimiló el aprendizaje de las lecciones recibidas en tan agitados días. Si para las autoridades de la Universidad de Harvard, el problema había radicado en que no había solicitado permiso a las estudiantes para publicar sus nombres y fotografías en Facemash, solo tendría que encontrar la manera de conseguir que las personas **voluntariamente** ofrecieran su información para ser publicada en alguna red sociodigital. Entre las lecciones de psicología profunda que Zuckerberg recibió, destacó una: “la gente es más voyerista de lo que hubiera pensado”. Mark Zuckerberg había concebido el panóptico perfecto y se dedicaría a convertirlo en realidad; además, por supuesto, exprimirle todo el provecho posible, hasta el último centavo. Los datos de los usuarios -así entendió- representaban una auténtica mina de oro.

Debido a la popularidad alcanzada con FaceMash, los hermanos Cameron y Tyler Winklevoss, y Divya Narendra le solicitaron desarrollar un sitio web para generar tráfico entre las influyentes y poderosas fraternidades en Harvard: HarvardConnections.com. La idea original partió de Narendra, en 2002. Sin embargo, los hermanos Winklevoss y Narendra no habían encontrado al desarrollador idóneo para realizar el proyecto. En primer lugar, contrataron a Victor Gao, también estudiante en Harvard. Gao desistió, pero prosupuso a Zuckerberg como reemplazo. Los hermanos Winklevoss y Narendra explicaron el proyecto a Mark, quien, por supuesto aceptó.

En Estados Unidos, la importancia de las fraternidades va mucho más allá de las expresiones de “solidaria camaradería y hermandad”, inherentes a la vida universitaria. Algunas fraternidades representan atractivas oportunidades de desarrollo para los egresados, pues operan como efectivas redes de asistencia, cooperación y proyección

3 El 25 de octubre de 2010, el dominio de FaceMash fue subastado por el banquero Rahul Jain por la suma de \$30,201.

profesional. El desarrollo laboral de no pocos egresados de universidades estadounidenses, no solo depende del prestigio de la institución superior en la cual realizaron los estudios, también depende de la fraternidad de la cual formaron parte. El acceso a determinadas fraternidades representa un privilegio y, por supuesto, algunos apellidos disponen de la ventaja de contar con un gran *plusvalor*. El prestigio de Harvard es ampliamente reconocido, así como la influencia de sus fraternidades en la proyección profesional de sus egresados. Determinadas fraternidades disponen de un incuestionable poder político y financiero en las altas esferas de la sociedad estadounidense y forman parte del intrincado “poder invisible” de la Unión Americana.

La historia es ampliamente conocida. Zuckerberg robó la idea a los hermanos Winklevoss y Narendra, y el tiempo que debió dedicar a HarvardConnections.com lo destinó al desarrollo de TheFacebook⁴, su red sociodigital, tal como señaló a Eduardo Saverin, su compañero en Harvard y primer socio financiero. Tanto el nombre TheFacebook como el concepto de red virtual escolar se atribuyen a Kristopher Tillery, un miembro de la asociación de estudiantes en la Philip Exeter Academy, donde coincidió con Zuckerberg. Mark siempre estará dispuesto a aprovechar todas las oportunidades que se le presenten. ¿La ética?. Seguramente la considera como un asunto del cual ya se ocuparon grandes filósofos en Grecia. Un tema totalmente ajeno a los negocios. El 4 de febrero de 2004 fue publicada TheFacebook en la web, a la cual Zuckerberg designaba como “la nueva MTV”.

Las demandas presentadas contra Zuckerberg no consiguieron impedir el extraordinario crecimiento de la red sociodigital. TheFacebook pronto desbordó las fronteras de Harvard, convirtiéndose en una red virtual muy popular entre los estudiantes de las universidades de la Ivy League, los centros de educación superior más elitistas en la Unión Americana. Zuckerberg abandonó las clases y dedicó todo su tiempo a TheFacebook. Sin embargo, Mark acostumbra cumplir todas las metas que se le proponen. Su determinación es absoluta. Años más tarde, finalizó sus estudios en Harvard. No los dejó inconclusos, como ocurrió con Steve Jobs y Bill Gates.

Por recomendación de Sean Parker, creador de Napster, quien en 2004 asumió la presidencia de TheFacebook, durante un breve periodo, el nombre fue modificado a Facebook. En 2005, Facebook ya era considerada como una de las empresas más interesantes en Silicon Valley, y Zuckerberg era considerado como el “Bill Gates de una nueva generación”. En marzo de 2006, con apenas 22 años de edad, Zuckerberg se dio el lujo de rechazar una oferta de Yahoo! por 1,000 millones de dólares. No fue la única oferta que despreció. MySpace, Friendster, *The Washington Post* y Accel también le presentaron ofertas. Todas fueron rechazadas.

A partir de 2006, Facebook fue asequible a todos los usuarios de Internet en el mundo. En las primeras traducciones a otros idiomas -el castellano, por ejemplo-, participaron miles de voluntarios, quienes, por supuesto, no recibieron gratificación

⁴ Aaron Greenspan, también alumno de Harvard, había desarrollado una red virtual con el nombre de The Face Book. Sin embargo, las duras críticas que recibió del periódico estudiantil *The Harvard Crimson*, le hicieron desistir.

alguna. En 2007,⁵ Zuckerberg introdujo Beacon en Facebook, un sistema que permitía recuperar la información de las compras realizadas por los usuarios de Facebook en otras páginas Web. La información obtenida era publicada en el espacio destinado a las noticias *-News Feed-* de los amigos. Así, sin permiso alguno de los usuarios de Facebook, Zuckerberg los había convertido en un auténtico equipo de promoción y ventas. La abrupta introducción de Beacon generó gran inconformidad entre los usuarios, incluso, entre algunas empresas que inicialmente habían aceptado participar en el programa. Coca Cola se retiró. Beacon posiblemente fue un experimento. Zuckerberg quería saber hasta donde podría invadir la privacidad de los usuarios de su red sociodigital. Comprendía que, de la comercialización de los datos de los usuarios, dependería el crecimiento de Facebook. Solo tendría que proceder con la mayor discreción posible.

En 2009, Facebook alcanzó 350 millones de usuarios. La incorporación de Sheryl Sandberg, a quien se atribuye haber transformado a Google de un simple motor de búsqueda en Internet en una empresa de 16,600,000,000 de dólares (Frenkel & Kang, 2021) fue determinante en la evolución de la red sociodigital como medio publicitario. Sandberg se convirtió en la operadora, la segunda al mando, la arquitecta del gran negocio. Ella impulsó la introducción de AdWords y AdSense. La incorporación del botón “me gusta”, desarrollado por el equipo de Leah Pearlman, transformó la dinámica de participación y las interacciones de los usuarios de Facebook. El tiempo que los usuarios dedicaban a Facebook registró un significativo incremento. Los usuarios competían por generar el mayor número de “me gustas” en cada una de las publicaciones en sus muros. Zuckerberg había descubierto una nueva forma de explotar el narcisismo de los usuarios de su red sociodigital.

Con el paso de los años, el botón “me gusta” facilitaría el desarrollo del atractivo mercado de la publicidad microfocalizada, cuya confiabilidad y precisión dejarían muy atrás a la publicidad convencional como a los medios masivos. Para asegurar el crecimiento de Facebook, Zuckerberg no reparó en pagar cantidades multimillonarias para asimilar a posibles competidores. En 2012, adquirió Instagram y en 2014 WhatsApp. Ambas redes podrían convertirse en una grave amenaza para Facebook. WhatsApp, por ejemplo, había superado el volumen de mensajes diarios de todas las plataformas de Zuckerberg. ¿Para qué competir con WhatsApp cuando por una considerable suma de dinero podría asimilarla y despejarle el camino a Facebook?. El apetito de negocios de Mark Zuckerberg es insaciable. No conforme con la incorporación de Instagram y WhatsApp, había determinado incursionar en otro mercado: las noticias. En 2017, las ganancias de Google y Facebook en publicidad superaron a las de ganancias obtenidas por todos los diarios en la Unión Americana.

⁵ Ese año Zuckerberg se reunió con los fundadores de Google, Brin y Page, así como Schmidt, el director general, quienes le propusieron fusionar a Google y Facebook en una sola empresa.

2. Facebook y Trump

En 2015, Facebook reportó 1,500,000,000 de usuarios. El empresario Donald Trump usaba a las redes sociales como una efectiva plataforma en su autopromoción. Pretendía convertirse en el candidato del Partido Republicano a la presidencia de Estados Unidos. La ex estrella de programas de *realities* entendió la posibilidad de ganar notoriedad en las redes virtuales a partir de una conocida fórmula: ofrecer política-espectáculo. Trump finalmente consiguió imponerse como el candidato presidencial de los republicanos, y a través de las redes virtuales desplegó una furiosa ofensiva de noticias falsas y campañas de desinformación contra Hillary Clinton, la candidata del Partido Demócrata.

El botón “me gusta” permitía una efectiva segmentación de públicos para propósitos de proselitismo; sin embargo, también favoreció la proliferación de portales de noticias falsas. Los orquestadores profesionales de campañas de desinformación habían descubierto un formidable negocio. Sus acciones degradaron aún más la pobre calidad de contenidos en las redes sociodigitales. Facebook “aparecía una y otra vez como fuente de conspiraciones, de cuentas de noticias falsas y de campañas organizadas de discursos de odio contra las minorías” (Frenkel & Kong, 2021, p.107).

Además del gran problema que representaban Trump y los profesionales de la desinformación, Facebook enfrentó las operaciones de los agentes de los servicios de inteligencia rusa, dedicados a extraer información crítica de Hillary Clinton y de algunos miembros del Partido Demócrata, para beneficio de Donald Trump. Al igual que Trump y los profesionales de la desinformación, los hackers rusos aprovecharon la vulnerabilidad de Facebook.

Los hackers rusos se habían convertido esencialmente en los redactores de noticias más poderosos del mundo seduciendo a los periodistas para que escribieran artículos con la promesa de suministrarles emails cada vez más comprometedores del Partido Demócrata. (Frenkel y Kang, 2021, p.123)

Sobre las operaciones de los hackers rusos en el proceso electoral estadounidense, Facebook estaba mejor informada que los servicios de inteligencia del presidente Obama. Sin embargo, Zuckerberg no mostró interés alguno por compartir los informes internos. En Facebook, Donald Trump tenía mucho más seguidores que Hillary Clinton. En materia de intención de voto, las principales firmas de demoscopia daban una amplia ventaja a Hillary Clinton. Los observadores más agudos, no. Intuían el triunfo de Trump.

3. Cambridge Analytica. La primera gran crisis

El 17 de marzo de 2018, *The New York Times* en Estados Unidos y *The Observer* en el Reino Unido, revelaron que Facebook había “facilitado” a la firma Cambridge Analytica (CA) el acceso a datos personales de 87 millones de usuarios sin su consentimiento (Kang & Frenkel, 2018). CA fue creada en 2013 como una de las empresas del grupo Strategic Communications Laboratories (SCL). Entre los principales dueños de CA se encontraba

la familia del estadounidense Robert Mercer, acaudalado administrador de fondos de cobertura, quien acostumbra apoyar causas, partidos y candidatos conservadores.

La consultora CA aprovechó una puerta que Facebook dejó abierta con el programa Open Graph, iniciativa de Zuckerberg. Ese programa permitía a los asociados de Facebook disponer de acceso ilimitado a los datos de los usuarios de la red sociodigital. Un académico de la Universidad de Cambridge, Aleksandr Kogan, desarrolló un test de personalidad que publicó en Facebook -*This is your digital life*-. Aproximadamente, 300,000 usuarios de Facebook respondieron la encuesta. Gracias a la participación de esas 300,000 personas y de sus respectivos amigos en Facebook, Kogan consiguió tener acceso a los datos de 90,000,000 de usuarios de la plataforma. Kogan transfirió toda la información obtenida a CA. Facebook cerró el programa Open Graph en 2014, cuando Kogan había obtenido toda la información. Facebook afirma haber solicitado a CA borrar toda la información obtenida. Sin embargo, no se ocupó de cerciorarse.

CA se especializó en la recopilación y el análisis de datos para el desarrollo de campañas de propaganda política. En 2014 participó en 44 campañas en la Unión Americana. Sus resultados fueron notables. La consultora fundamentaba sus estrategias persuasivas en avanzadas técnicas de microsegmentación, minería de datos, algoritmos y comunicación estratégica (Kaiser, 2019). En 2016 fue contratada en el Reino Unido por grupos interesados en impulsar el voto por abandonar la Unión Europea. En el referéndum celebrado el 23 de junio de 2016, la opción favorable al *Brexit* finalmente consiguió imponerse por un estrecho margen.

Gran parte de la información que CA obtuvo de Facebook fue utilizada en la campaña del empresario Donald Trump, candidato del Partido Republicano a la presidencia de Estados Unidos, en las elecciones celebradas el martes 8 de noviembre de 2016. Brittany Kaiser, científica de datos, quien se desempeñó como directora de desarrollo de negocios de CA, proporcionó abundante información sobre el trabajo que realizó la referida firma para asegurar la victoria de Donald Trump. Kaiser refiere que, en la campaña de Trump, CA efectivamente contó con la ayuda de Facebook.

Kaiser (2019) afirmó que el trabajo realizado por CA fue determinante en el triunfo de Trump, no el de los “hackers rusos”. Frenkel & Kang (2021) opinan lo contrario. Además, señalan que el equipo de seguridad de Facebook, entonces a cargo de Alex Stamos, conoció de las acciones realizadas por los hackers rusos a través de Facebook. La Agencia de Investigación en Internet (IRA, por sus siglas en inglés), organismo de ciberinteligencia ruso, compró más de 3,000 anuncios en Facebook, los cuales alcanzaron una audiencia estimada en 126,000,000 de ciudadanos estadounidenses. Las relaciones entre el equipo de campaña de Trump y los hackers al servicio de IRA fueron demostradas. Sin embargo, Stamos tocó una fibra muy delicada en Facebook y fue orillado a presentar su renuncia.

Para atenuar el escándalo, los principales accionistas de CA pretendieron sacrificar a Alexander Nix, director ejecutivo de CA, de origen británico, reconocido analista financiero. Sin embargo, el despido de Nix y su consecuente linchamiento mediático no

bastaron para contener la crisis. CA finalmente fue disuelta en mayo de 2018. Facebook pretendió deslindarse, simulando sorpresa e indignación. Sin embargo, fracasó en el burdo intento de presentarse como víctima de CA. Facebook registró una sensible pérdida de su valor en bolsa, estimada en 10%. Las reputaciones de Facebook y Mark Zuckerberg resintieron una devaluación más profunda.

4. #DeleteFacebook

En enero de 2018, en el marco del Foro Económico Mundial, en Davos, Suiza, George Soros, acaudalado e influyente multimillonario húngaro, expresó severos cuestionamientos a Facebook y a Google, calificándolos como una amenaza para las sociedades (Price, 2018). Las críticas vertidas a Facebook anticiparon un complicado año a Zuckerberg.

Mark Zuckerberg no precisamente goza del cariño y la estimación de la exquisita *tecnocracia* de California. En Silicon Valley, el escándalo CA-Facebook representó la ansiada oportunidad para poner en marcha una campaña contra Facebook (#DeleteFacebook). El movimiento fue atribuido a Brian Acton, uno de los fundadores de WhatsApp. Los fundadores de WhatsApp y de Instagram que aún laboraban con Zuckerberg, optaron por renunciar al advertir que Mark incumpliría con los compromisos y promesas contraídas cuando negoció la adquisición de ambas redes virtuales (Frier, 2018).

El 19 de marzo de 2018, el referido hashtag se proyectó hasta afirmarse como la principal tendencia en Twitter. Al día siguiente, la cantante Cher borró su perfil en Facebook, el cual había empleado para impulsar obras de caridad. Steve Wozniak, cofundador de Apple, se sumó a la campaña contra Facebook y dio a conocer que había eliminado su cuenta. El ejemplo de borrar Facebook comenzó a convertirse en una especie de moda entre celebridades de Hollywood como de Silicon Valley.

En el mes de mayo, Elon Musk, dueño de Tesla y de Space X, convencido promotor del transhumanismo, expresó severos cuestionamientos a Facebook. A Musk se atribuye haber afirmado estar dispuesto a comprar Facebook para destruirla. Además, informó que había eliminado las páginas oficiales de Tesla y de SpaceX de las redes virtuales de Zuckerberg, y calificó a Facebook como la “mayor amenaza existencial”. Sin sumarse a la ofensiva contra Zuckerberg, Tim Berners-Lee, quien goza de una incuestionable autoridad moral en Internet, expresó enérgicos cuestionamientos a Facebook, Amazon y Google, destacando la necesidad de remediar Internet y devolver al usuario el efectivo control sobre sus datos personales.

En abril de 2018, el Congreso pidió a Zuckerberg explicar cómo habían llegado a manos de Cambridge Analytica los datos de millones de usuarios de Facebook. A los cuestionamientos de los congresistas, Zuckerberg respondió que no habían hecho lo suficiente. Para liberarse de responsabilidades, culpó a los servicios de inteligencia rusos, señalando que están dedicados a “intentar explotar nuestros sistemas”. El

congresista republicano John Tune realizó un certero cuestionamiento: “Después de diez años diciendo que podían haberlo hecho mejor, ¿qué hay de diferente en la disculpa de hoy?”. Zuckerberg insistió en el “aprendizaje de los errores” (Mars, 2018). En los cuestionamientos a Zuckerberg, la mayoría de los congresistas exhibió una limitada cibercultura. Sin embargo, Zuckerberg no salió tan mal librado del encuentro con los congresistas, y decidió publicar una declaración en la que reconoció los errores cometidos por Facebook en el resguardo de los datos confiados por los usuarios. Entre las notas de su “arrepentimiento”, anunció que tomaría medidas inmediatas para reforzar la seguridad y garantizar la privacidad de los datos confiados por los usuarios.

El 14 de noviembre, *The New York Times* publicó un artículo denunciando que Facebook oportunamente tuvo conocimiento de las acciones realizadas por los hackers rusos en los comicios que llevaron a Donald Trump a la presidencia. Zuckerberg había ocultado deliberadamente esa información. Los cuestionamientos a Zuckerberg y a Facebook se endurecieron. En mayo de 2019, Chris Hughes, quien participó con Zuckerberg en la creación de TheFacebok, en un artículo de opinión publicado en *The New York Times*, destacó la necesidad de romper el monopolio y separar las redes virtuales controladas por Zuckerberg. Hughes afirmó que los problemas radicaban en el origen de Facebook, en la mentalidad de crecimiento urgente, el modelo de negocios publicitario y el poder centralizado de Zuckerberg. Desde su creación, hasta 2019 Facebook había adquirido cerca de 70 empresas. La filosofía empresarial de Zuckerberg es tan elemental como despiadada. Toda posible competencia la compra o la aniquila.

La propuesta de fragmentar el Imperio Zuckerberg fue recuperada por Elizabeth Warren, quien dio a conocer su interés por convertirse en candidata a la presidencia de Estados Unidos por el Partido Demócrata. Bernie Sanders y Joe Biden, los otros aspirantes demócratas, también prometieron medidas drásticas contra las *Big Tech*. Incluso el tono de Donald Trump cambió. Señaló que las empresas de Internet tienen demasiado poder. Además, la Federal Trade Commission (FTC) impuso a Facebook una considerable multa por violaciones a la privacidad de los datos de los usuarios por el escándalo de Cambridge Analytica.

El 22 de mayo de 2019, en varias plataformas digitales fue publicado un video alterado de la presidenta de la Cámara de Representantes, Nancy Patricia D’Alessandro Pelosi. En el video la influyente líder de los demócratas fue exhibida como si hubiese abusado del alcohol, cuando ella es abstemia. Ese *deepfake*⁶ rápidamente se viralizó. El ex alcalde de Nueva York, Rudy Guliani, próximo a Trump, incorporó en un mensaje la siguiente pregunta: ¿Qué le pasa a Nancy Pelosi?. Pelosi solicitó retirar el video a las plataformas y redes sociales que lo habían publicado. Todas accedieron a la solicitud de la presidenta de la Cámara de Representantes. Facebook no lo retiró.

6 Falsificación de videos de personas reales a través de técnicas de inteligencia artificial, utilizando algoritmos de aprendizaje no supervisados, conocidos como RGAs.

6. Nuevos algoritmos

En junio de 2017 fueron modificados los algoritmos y la misión de Facebook. La anterior misión destacaba el propósito de “conectar al mundo”. La nueva misión fue establecida a partir de un objetivo definido por Zuckerberg: “dar a la gente el poder de construir comunidad y acercar más a todo el mundo (en inglés: *To give people the power to build community and bring the world closer together*). Antes de introducir la nueva misión de Facebook, Zuckerberg pretendía agilizar la penetración de Internet en el mundo. Por ello, en 2012 fundó Internet.org. El propósito de esa iniciativa era acelerar la penetración de Internet en los países en vías de desarrollo.

Si bien Mark Zuckerberg aspiraba llegar a ser recordado como Bill Gates por sus acciones de filantropía, en su interés por acelerar la penetración de Internet, por supuesto que no obraba por filantropía. Más personas en Internet representan más *usuarios-producto* en sus redes sociodigitales. Todo ello significa mayores ganancias. Zuckerberg acostumbra razonar a partir de dividendos. En la primera Cumbre Comunitaria de Facebook, celebrada en Chicago, en 2017, Zuckerberg enfatizó el particular interés de la red sociodigital en los “grupos significativos” -aquellos que comparten los gustos e ideas de un determinado usuario y que conectan con otros usuarios con similares intereses-. Facebook estimaba contar con 100 millones de personas en “grupos significativos” y pretendía alcanzar más de mil millones en un plazo inmediato.

Con el paso de los años, es posible constatar que los cambios realizados en los algoritmos de Facebook han generado considerables daños colaterales. A partir de la introducción de los nuevos algoritmos fue evidente la proliferación de las noticias falsas y discursos del odio. Un docudrama ofrece valiosa información sobre la forma como las redes sociodigitales -particularmente Facebook- se fueron transformando en una seria amenaza para las democracias: *The Social Dilemma* -El dilema de las redes sociales-, dirigido por Jeff Orlowski, escrito por Orlowski, Davis Coombe, y Vickie Curtis (Netflix, 2020). Ese programa fue estrenado en febrero de 2020 en el Festival de Cine de Sundance, en Estados Unidos. Siete meses después fue incluido en el catálogo de Netflix.

Algunos de los personajes entrevistados en el mencionado docudrama, afirmaron que los algoritmos toman algunas de las principales decisiones al interior de la principal red sociodigital en el “Imperio Zuckerberg”. El principal objetivo de las redes sociodigitales es acaparar la mayor cantidad del tiempo posible de las personas. Para ello, Facebook ha recurrido a avanzados algoritmos, los cuales permiten recolectar abundante información de sus usuarios. Con base en toda la información obtenida, Facebook procede a diseñar mejores algoritmos, capaces de generar ambientes aún más agradables, los cuales permiten obtener mayor cantidad de usuarios, quienes dejarán mayor cantidad de datos. Mark Zuckerberg no está dispuesto a rectificar. La fórmula de los “exitosos” algoritmos de Facebook es atribuida a Sheryl Sandberg, quien antes de trabajar en Facebook laboró en Google. A ella se atribuye haber llevado el “capitalismo de vigilancia” de Google a Facebook (Frenkel & Kang, 2021).

7. El asalto al Capitolio

En enero de 2020, Soros afirmó que Trump y Facebook estaban conspirando para asegurar la reelección del presidente republicano (Sonnemaker, 2020). Facebook ya era considerada como el “paradigma de la falta de responsabilidad y crecimiento a toda costa” (Frenkel & Kang, 2021, p. 231).

En enero de 2021, el estudio Digital 2020: *The United States of America*, realizado por las firmas We are Social y Hootsuite, estimó la población total en la Unión Americana en 330,000,000 personas, de las cuales, 288,100,000 son usuarios de Internet. La penetración de Internet fue determinada en 82%. Además, fueron estimados 230,000,000 usuarios activos de redes sociodigitales. Ello significa que la penetración de las redes sociales era de 70%. Cada persona disponía de 8.6 cuentas en redes sociodigitales. En promedio, los usuarios dedicaban 2 horas y 24 minutos al día a las redes sociodigitales. En cuanto a las redes sociodigitales y las plataformas más utilizadas por los estadounidenses, YouTube fue ubicada en la primera posición (79%), Facebook en segundo lugar (74%), Twitter en el quinto sitio (40%). En el mencionado reporte fueron estimados 180,000,000 usuarios de Facebook, de los cuales, 54.6% son mujeres y 45.5% hombres.

Las referidas cifras admiten particular significado en el contexto en el cual fueron desarrolladas las campañas presidenciales en 2020. Debido al forzado confinamiento en los hogares, Internet y las redes sociodigitales fueron afirmadas como el medio primario en las campañas.

Desde el inicio de las campañas en pos de la presidencia, Trump infería que los resultados electorales de los comicios presidenciales, celebrados el martes 3 de noviembre de 2020, podrían resultarle adversos. Trump es un personaje peligroso, un enfermo de poder, quien siempre se ha distinguido por violar las reglas del juego. Lo ha hecho en sus negocios, con el fisco, con sus esposas. Es un mentiroso. Si el panorama le resulta adverso, litiga y, si los resultados no se ajustan a sus intereses, recurre a la trampa, a la imposición. Por ello, antes, durante y después del recuento de los votos, intentó anular las elecciones, recurriendo a una maniobra burda: denunciar un fraude electoral generalizado.

El 6 de enero de 2021, simpatizantes de presidente Trump tomaron por asalto la sede del Congreso de Estados Unidos, en Washington D.C. Además del muy peculiar estilo personal de gobernar del presidente Donald Trump, las redes sociodigitales contribuyeron a exacerbar los ánimos de la ciudadanía en el asalto al Capitolio.

El formidable crecimiento que ha registrado la economía china, sin duda alguna ha representado una importante limitante a la hegemonía estadounidense, acotando su influencia política, económica y militar a nivel mundial. Además, la deuda pública del gobierno estadounidense resulta exorbitante. Posiblemente sea impagable. Donald Trump ha conseguido posicionarse como la persona indicada para recuperar la grandeza perdida. El empresario sintetiza las esperanzas de los grupos radicales supremacistas y de millones de conservadores atribulados por el “preocupante empequeñecimiento de Estados Unidos”. Trump entiende las circunstancias y el momento. Es un cínico populista.

En los días inmediatos a la celebración de los comicios, el discurso del presidente saliente, como el de sus principales seguidores en las redes sociodigitales se fue radicalizando. Cuando Trump advirtió su inminente derrota en las urnas, exigió la anulación de los comicios y pretendió convencer al vicepresidente de Estados Unidos, Mike Pence, de rechazar públicamente el triunfo de Biden. En el libreto de Trump, el autogolpe de Estado estaba en marcha.

Para asumir formalmente el poder, Joe Biden tendría que esperar los resultados de los cómputos finales, así como la ratificación de los resultados por los colegios electorales en los estados. El cambio de poderes no sería sencillo. Trump se ocuparía de interponer todo tipo de obstáculos en ruta que desembocaría en el cambio de poderes, el 20 de enero de 2021, día en el cual Biden asumiría la presidencia de Estados Unidos.

El 22 de noviembre de 2020 se encendieron las primeras señales de alarma. Ese día se registraron los disturbios “Brooks Brothers”, una asonada en el centro de escrutinio digital en el condado de Miami-Dade, Florida, durante el recuento de los votos. Es posible afirmar que esos disturbios anticiparon el asalto al Capitolio. Entre los manifestantes que participaron en las trifulcas había agentes republicanos contratados a sueldo. La manifestación fue organizada por Roger Jason Stone Jr., un consultor político y cabildero identificado con Donald Trump. En 2017, fue vinculado a Julian Assange en el escándalo de los correos que fueron obtenidos de servidores del Partido Demócrata, los cuales fueron filtrados a la prensa para golpear la campaña de Hillary Clinton. Matt Schlapp fue señalado como el líder de la asonada en Florida. Schlapp contó con apoyo del representante republicano en Nueva York, John E. Sweeney.

En los disturbios en Florida, no solo destacó la abierta participación de algunos miembros del partido republicano, además, fue evidente la tolerancia de Donald Trump, todavía presidente en funciones, quien no ocultó su simpatía hacia los manifestantes. A pesar de todas las presiones ejercidas por Trump, el 14 de diciembre de 2020 el Colegio Electoral reconoció el triunfo de Biden. Sin embargo, la elección del Colegio Electoral tendría que ser ratificada por el Senado, el 6 de enero de 2021.

Como Twitter había empezado a eliminar cuentas de los partidarios de Trump dedicados a promover la tesis del “fraude generalizado”, los fanáticos más radicales empezaron a migrar a las llamadas plataformas de “*tecnología alternativa*”, por considerarlas como la opción idónea para evadir las restricciones impuestas a los discursos del odio en las principales redes sociodigitales. Entre las principales plataformas utilizadas por los simpatizantes de Trump destacaron sitios como TheDonald.win y America.win, los cuales empezaron a realizar sus acciones proselitistas poco después de que sitios similares fueran prohibidos en Reddit. Los simpatizantes de Trump además recurrieron a plataformas como Parler, Telegram, Gab, Twitter y Tik Tok, entre otras.

El asalto al Capitolio no fue un acción improvisada e impulsivo de los manifestantes. Todo parece indicar que fue planeado semanas antes del 6 de enero. El 23 de diciembre de 2020, uno de los grupos más violentos -*Stop the Steal*- publicó extractos de su plan para ocupar el Capitolio y enfrentar a las fuerzas del orden. Su objetivo era generar caos para

impedir la ratificación de Biden por el Senado. Amy Kramer, activista del Tea Party y cofundadora de “Woman for America First” -un grupo de apoyo al presidente Trump creado en 2020- se atribuye la creación del grupo *Stop the Steal* en Facebook. Facebook eliminó ese grupo el 5 de noviembre de 2020. *Stop the Steal* registraba un incremento estimado en 1,000 perfiles cada 10 segundos, y disponía de 300,000 seguidores antes de que Facebook procediera a cerrarlo.

Pocos días antes del asalto al Capitolio, algunas organizaciones dedicadas a monitorear las actividades en línea de los partidarios más radicales de Trump, advirtieron la posibilidad de que algunos grupos pudieran incitar a la comisión de actos violentos el 6 de enero, como efectivamente ocurrió.

La mañana del fatídico 6 de enero, simpatizantes del presidente Trump participaron en el mitin *Save America* en el parque público Ellipse, donde atentamente escucharon las arengas de Donald Trump, sus hijos y Rudi Juliani. Alexander Emerick Jones, productor del sitio web *InfoWars*, señalado por recurrir a prácticas de desinformación, noticias falsas y teorías sobre terribles conspiraciones, afirmó que su empresa de medios pagó 500,000 dólares para reservar la referida plaza, y concentrar a los simpatizantes de Trump antes de emprender el asalto al Capitolio. Jones reveló que la Casa Blanca le pidió coordinar la “marcha” hacia el Capitolio.⁷

La turba, enardecida por las arengas de los oradores, irrumpió en la sede del Congreso. El espectáculo fue lamentable. La pregonada ejemplaridad de la democracia estadounidense exhibió su fragilidad ante la atónita mirada de los medios informativos. Entre las 13 y las 14 horas con 15 minutos, los manifestantes consiguieron introducirse en los edificios. En los violentos enfrentamientos, una manifestante, Ashli Babbitt, recibió un certero tiro de algún guardia de seguridad en el Capitolio y perdió la vida. Tres personas más murieron como resultado de la trifulca, y tres artefactos explosivos fueron desactivados.

La tarde del 6 de enero, el presidente Trump culpó al vicepresidente Pence del asalto al Capitolio, por “no haber hecho lo que debería haberse hecho para proteger a nuestro país y nuestra Constitución”. Trump afirmó que Pence debió rechazar la victoria de Biden. Posteriormente, a través de un video que Trump circuló a través de Twitter, el presidente en funciones se refirió a los manifestantes como “patriotas muy especiales”.

Sin embargo, el libreto del presidente Trump no consideró la posibilidad de provocar una enérgica respuesta de los cuatro expresidentes vivos -Jimmy Carter, Bill Clinton, George W. Bush y Barack Obama-. Todos reprobaron el asalto al Capitolio y señalaron a Donald Trump como responsable directo por haber incitado a la violencia. El repudio expresado por los expresidentes fue contundente y permitió desarticular la

⁷ Para Facebook, Google y Twitter, Jones representaba una audiencia de millones de seguidores. Por ello, las plataformas toleraban sus frecuentes excesos. A pesar de las presiones de los trabajadores de Facebook, quienes exigían expulsar a Trump como a Jones por las frecuentes publicaciones que violaban las normas y políticas de Facebook en lo relativo a expresiones de odio, Zuckerberg lo toleró. Jones representaba 500,000 seguidores. Trump, además de ser el presidente de Estados Unidos, contaba con 28 millones de seguidores en Facebook. Una vez más, Facebook y Zuckerberg priorizaron intereses sobre principios.

penosa maniobra que Trump había puesto en marcha para mantenerse en el poder. La presidenta de la Cámara de Representantes, Nancy Pelosi, y el líder de la mayoría en el Senado, Chuck Schumer pidieron al vicepresidente Mike Pence invocar la Vigésimoquinta Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, para evitar que Trump siguiera ejerciendo los poderes. Además, amenazaron promover una segunda causa de destitución contra Trump.

De acuerdo con los resultados que arrojaron algunas encuestas, una amplia mayoría de estadounidenses reprobó el asalto al Capitolio, calificándolo como un acto faccioso e irresponsable del presidente Trump. El 11 de enero, ante los principales líderes republicanos en el Congreso, Trump admitió ser “parcialmente culpable” de los violentos hechos registrados en el Capitolio. Twitter tomó la decisión de bloquear de forma permanente la cuenta del presidente Trump. Facebook, para no quedar atrás, también suspendió la cuenta del presidente en funciones.

8. Más cuestionamientos a Facebook

El 7 de enero de 2021, Elon Musk señaló a Facebook como responsable del asalto a la sede del Congreso de Estados Unidos. A través de un mensaje en Twitter, el dueño de Tesla afirmó que los disturbios registrados en el Capitolio fueron el resultado de un “efecto dominó”, el cual comenzó con una red sociodigital que en sus inicios exhibía a las estudiantes de la Universidad de Harvard -en evidente alusión a Facemash-.

En respuesta a lo declarado por Musk, Sheryl Sandberg reconoció que en Facebook efectivamente tenían conocimiento de las protestas que los simpatizantes de Trump estaban organizando en línea; por ello, procedieron a eliminar a grupos violentos como *Proud Boy*, *QAnon* y *Stop the Steal*. Sin embargo, Sandberg pasó por alto un importante detalle: el hashtag *#StoptheSteal* fue prohibido en Facebook cinco días después del asalto al Capitolio.

El lunes 11 de enero de 2021, Musk, arremetió una vez más contra Zuckerberg y recomendó abandonar WhatsApp como respuesta a los cambios anunciados en sus políticas de uso. Además, propuso migrar a Signal, una aplicación de mensajería instantánea y llamadas por voz, de código abierto, que se distingue de WhatsApp por la importancia que afirma conceder a la privacidad de sus usuarios. Zuckerberg entonces se vio en la necesidad de posponer la introducción de nuevos términos de servicio de WhatsApp.

En febrero de 2020, Musk pidió a sus seguidores eliminar sus cuentas en Facebook, calificando a esa red sociodigital como “patética”. En mayo, en una polémica que Musk sostuvo con el director de inteligencia artificial de Facebook, el dueño de Tesla tuiteó “Facebook apesta”.

9. Contener y limitar a Facebook -y a Mark Zuckerberg-

A finales de 2019, poco después de que Mark Zuckerberg diera a conocer Libra, su proyecto para impulsar su criptomoneda, recibió una terrible noticia. Facebook había sido demandada por 48 fiscales federales en la Unión Americana. La fiscal general del estado de Nueva York, Letitia James, quien coordinó la coalición bipartida de fiscales generales señaló:

Durante años, Facebook había venido practicando una estrategia despiadada, la de “comprar” o “enterrar” para acabar con la competencia. El resultado era la creación de un poderoso monopolio que causaba gran perjuicio. Violaba la privacidad de sus usuarios y propagaba una epidemia de contenido tóxico y dañino que afectaba a tres millones de personas. Mediante la utilización de una cantidad ingente de datos y dinero, Facebook ha aplastado, o ha inutilizado, todo aquello que la empresa percibía como una amenaza potencial. (Frenkel & Kang, 2021, p. 14)

La Federal Trade Commission puede obligar a que Facebook se desprenda de activos, incluyendo Instagram y WhatsApp. Algunos estados propusieron que, de ser necesario, Facebook sea disuelta. Sin embargo, esa no fue la única demanda que el gobierno de Estados Unidos ha presentado contra Facebook. Los abogados de Zuckerberg afirmaron que, las adquisiciones de Instagram como de WhatsApp fueron realizadas durante la administración del presidente Barack Obama, y entonces fueron aprobadas por las autoridades.

El viernes cuatro de junio de 2021, a través del británico Nigh Clegg -Sir Nicholas William Peter Clegg-,⁸ vicepresidente de asuntos globales de Facebook, fue anunciada la suspensión de las cuentas del expresidente Donald Trump en Facebook e Instagram por dos años. La primera suspensión a Trump fue impuesta por Facebook el 7 de enero de 2021, un día después del violento asalto al Capitolio. A través de ese golpe mediático Zuckerberg buscó restar fuerza a los procesos que enfrenta con la administración federal.

Sin embargo, nada parece revertir la mala reputación de Mark Zuckerberg, quien ha colmado la paciencia de gran parte de la clase política estadounidense. A pesar de profundas diferencias, no pocos demócratas y republicanos coinciden en la necesidad de contener y limitar las ambiciones de Zuckerberg y la expansión de su imperio.

En algunos círculos políticos Zuckerberg considerado como un delicado problema en materia gobernabilidad. Sin embargo, el principal accionista de Facebook -hoy Meta- no parece comprender el hartazgo que han generado sus frecuentes abusos. A través de costosas campañas de imagen y de relaciones públicas, confía aún en la posibilidad de resolver las delicadas tensiones con el gobierno.

Sin embargo, los frentes de Mark Zuckerberg se han multiplicado más allá de las fronteras de Estados Unidos. En la Unión Europea han prosperado iniciativas destinadas a asegurar que las plataformas de Zuckerberg, como las “Big Tech”, en

⁸ Entre 2010 y 2015, Nicholas William Peter Clegg se desempeñó como viceprimer ministro en el gobierno de David Cameron, en el Reino Unido.

general, efectivamente paguen todos los impuestos que les corresponden. Las grandes firmas tecnológicas no precisamente se han distinguido como contribuyentes ejemplares, suelen contratar a los mejores despachos de abogados en cada una de las naciones en las que operan para eludir el pago de la mayor cantidad posible de impuestos y, por supuesto, retirar sus ganancias a paraísos fiscales. También en la Unión Europea y en Estados Unidos han avanzado algunas iniciativas que pretenden garantizar la efectiva privacidad de los datos confiados por los usuarios. La dedicatoria es obvia. Sin embargo, las iniciativas más importantes se ubican en el plano de las prácticas monopólicas. Las Big Tech eliminan toda posible competencia. Son auténticos monopolios.

En Australia, el influyente empresario de los medios, Rupert Murdoch consiguió que el parlamento apoyara una ley que obliga a Facebook y a Google a pagar a los medios de información por las noticias. Los beneficios que han obtenido las referidas Big Tech por agregar enlaces a las noticias publicadas por los medios son incuantificables. La inversión publicitaria se ha retirado de los medios informativos convencionales para ser ubicada en Facebook y en Google.

El caso australiano podría establecer un importante precedente en la industria de la información, al posibilitar la transferencia de una parte de las grandes ganancias de las Big Tech a los medios convencionales -oxígeno puro-. Sin embargo, los beneficios no deben quedar en manos de los viejos imperios mediáticos, como News Corp., propiedad de Murdoch (Terrazzino, 2021). Google y Facebook se opusieron a la iniciativa del parlamento australiano. Google amenazó salir de Australia, pero terminó por negociar. Facebook, primero optó por bloquear, sin previo aviso, la publicación de noticias, impidiendo además compartirlas. Ello, por supuesto generó gran cantidad de críticas a Facebook. A pesar de tal arrebató, digno de Zuckerberg, Facebook retornó a la mesa de negociaciones y consiguió un acuerdo relativamente favorable. Es importante destacar que Tim Berners-Lee expresó duros cuestionamientos a la iniciativa del parlamento australiano, finalmente convertida en ley en los primeros días de marzo de 2021. De ninguna manera Berners-Lee asumió la imposible defensa de Facebook y Google. Al creador de la web le preocupó una preocupante arista de la ley.

socavaría el principio fundamental de la capacidad de vincular libremente en la web y es inconsistente con la forma en que la web ha podido operar en las últimas tres décadas (...) Si se siguiera este precedente en otros lugares, podría hacer que la red no funcionara en todo el mundo (...) Por lo tanto, insto respetuosamente al comité a eliminar este mecanismo del código. (Wahlquist, 2021)

10. The Facebook Files

El lunes 13 de septiembre de 2021, *The Wall Street Journal* publicó algunas notas relativas a la objetable ética empresarial de Facebook. No fue la primera nota negativa que el diario ha publicado sobre el comportamiento corporativo de Facebook; sin

embargo, lo interesante radicó en que fue elaborada a partir de documentos internos. Al interior del Imperio Zuckerberg lo comprendieron: había una “garganta profunda”. responsable de tales filtraciones. El diario, por supuesto se reservó la identidad de sus informantes.

En los primeros días de octubre, en el programa de televisión *60 Minutes*, de la cadena CBS, se presentó la responsable de haber filtrado decenas de miles de páginas de documentos internos de Facebook al diario *The Wall Street Journal*, a un consorcio de 17 organizaciones de noticias en la Unión Americana, a la Comisión de Bolsa y Valores (SEC, por sus siglas en inglés), así como a determinados legisladores: Frances Haugen, de 35 años, científica de datos, quien había laborado en Facebook desde 2018 hasta finales de 2020 en el área de Integridad Civil -*Civil Integrity*-.⁹

Haugen acusó a Facebook de propiciar de forma deliberada contenidos polarizantes, el discurso del odio y la desinformación, por considerar que reportan mayor tráfico. El tráfico representa mayores dividendos para Zuckerberg -explicó-. Además, acusó a Instagram de estimular la inseguridad entre niños y adolescentes, señalando que Zuckerberg considera como una “mina de oro” los datos que los niños y adolescentes dejan en Instagram.

El lunes 4 de octubre, durante poco más de seis horas, las plataformas del Imperio Zuckerberg resultaron inaccesibles en el ciberespacio. La interrupción resultó desconcertante. A pesar del gran número de expertos en comunicación estratégica y relaciones públicas que trabajan para Zuckerberg, Facebook no atinó a ofrecer la información necesaria a los millones de usuarios de las plataformas, para disipar sus rumores y dar tranquilidad. A través de un escueto mensaje, a las 12:16 p.m. ET, WhatsApp informó de la interrupción, 35 minutos después de haber ocurrido. Seis minutos después, a través de Twitter, Facebook dio a conocer la interrupción en el servicio y ofreció disculpas. Fue evidente que la crisis les tomó por sorpresa.¹⁰

El martes 5 de octubre, Haugen fue invitada por la Subcomisión de Protección del Consumidor para comparecer en el Senado de Estados Unidos, en Washington D. C., donde ratificó las delicadas afirmaciones que había vertido sobre Facebook, Instagram y Mark Zuckerberg. Esa tarde, Mark Zuckerberg rompió el silencio que venía observando, y declaró: “muchas de las afirmaciones (las vertidas por Haugen) no tienen ningún sentido”. La respuesta de Frances Haugen fue contundente: Facebook no ha mostrado ni disposición ni capacidad para autorregularse.

The Facebook Files podría representar un parteaguas definitivo en la historia del Imperio Zuckerberg.

9 Después de la celebración de los comicios presidenciales, Facebook desmanteló el equipo de “integridad cívica”, el cual -afirmó Haugen- fue creado “para servir primero al interés de la gente, no al de Facebook”.

10 Anonymous se atribuyó haber conseguido la caída de Facebook. Sin embargo, también resulta factible suponer que Zuckerberg quizá pretendió darnos una lección de lo que podría ocurrir en el mundo sin sus plataformas, debido a que muchas personas consideran que Facebook es Internet.

11 Meta. El universo Zuckerberg

El jueves 28 de octubre de 2021, Mark Zuckerberg acaparó la atención mundial. En el marco de Connect 2021, la conferencia anual que en años recientes ha venido celebrando Facebook, dio a conocer el cambio de nombre del corporativo Facebook a Meta; además, presentó “Meta”, su metaverso.

Hoy, en Connect 2021, Mark Zuckerberg expuso nuestra visión del metaverso como sucesor del internet móvil: un conjunto de espacios digitales interconectados que te permite realizar acciones que no podrías hacer en el mundo físico. Más importante aún, se caracterizará por la presencia social, la sensación de que estás en un lugar con otra persona, sin importar en qué parte del mundo te encuentres. En línea con esa visión, también anunció una nueva marca para nuestra empresa, Meta, para reflejar mejor nuestro enfoque en el futuro. Este es un capítulo nuevo y emocionante para la empresa, y estamos entusiasmados de ayudar a dar vida al metaverso. El metaverso todavía está lejos, pero algunos de sus aspectos ya están aquí, y muchos más están próximos a llegar. Durante la presentación de hoy, compartimos un vistazo de lo que estamos creando para mejorar la realidad virtual y aumentada que conocemos, y las medidas que tomamos para ayudar a aprovechar todo el potencial social del metaverso en el futuro. (Meta, 2021)

El nuevo nombre del corporativo fue inspirado en el término griego “meta”, que significa “más allá”. Sobre el origen del nombre, Zuckerberg explicó que en la escuela “le encantaba estudiar a los clásicos”. Para mí -afirmó- “simboliza que siempre hay más por construir”.

Facebook es uno de los productos más utilizados en la historia del mundo (..) Es una marca icónica de redes sociales, pero cada vez más, simplemente no abarca todo lo que hacemos (...) hoy se nos ve como una empresa de redes sociales (...) pero en nuestro ADN, somos una empresa que crea tecnología para conectar a las personas. Y el metaverso es la próxima frontera, al igual que lo eran las redes sociales cuando comenzamos. (Murphy, 2021)

Mark no propone su metaverso como una contribución para hacer mejor Internet; ha concebido su metaverso -afirma- como el principio de una mejor realidad. Zuckerberg en realidad ha decretado el fin de la era de las redes sociodigitales, y ha determinado que, con la introducción de su metaverso daría inicio la Edad del Metaverso, el inicio de su universo, el universo Zuckerberg, Zuckerlandia. Más de 10,000 personas ya se encuentran trabajando bajo las órdenes de Mark en proyectos de realidad aumentada y realidad virtual en la división Reality Labs; además, pretende contratar 10,000 personas más en Europa, e invertirá 10,000 millones de dólares para el desarrollo de su metaverso. Para desenvolverse en los ambientes virtuales, resulta indispensable contar con visores de realidad virtual, como Oculus.

Sin embargo, con la apresurada introducción de su metaverso, Zuckerberg dio la impresión de intentar restar fuerza a los graves cuestionamientos que ha recibido a partir de las filtraciones de Frances Haugen, quien calificó como “inconcebibles” los

planes de Zuckerberg de invertir en su metaverso antes de resolver los graves problemas de Facebook en el mundo real. Haugen sostiene que Zuckerberg debería renunciar. Ni Facebook ni Zuckerberg fueron capaces de autorregularse. Sería ingenuo suponer que Meta, a pesar de Zuckerberg, pudiera autorregularse y ser diferente.

12. ¿Qué sigue?

En los primeros días de enero de 2022, un juez federal, James Boasberg, rechazó la petición de los abogados de Zuckerberg, quienes solicitaron desestimar la demanda presentada en diciembre de 2019 por prácticas monopólicas. El gobierno de Biden no solo parece dispuesto a limitar a Meta y a Mark Zuckerberg, además, pretende acotar a las Big Tech, cuya influencia en el desarrollo de la economía mundial cada vez es mayor. La pandemia ha representado mayores dividendos a las Big Tech. Les permitió aumentar su participación de mercado. Meta forma parte de “GAMA”, las cuatro grandes empresas Big Tech que controlan las plataformas de software, la comunicación en línea, los pagos digitales y el comercio electrónico (Google, Apple, Meta y Amazon).

Algunos gobiernos emprenderán demandas contra las Big Tech por sus prácticas monopólicas, que van más allá de la economía digital, amenazando extenderse a un gran número de actividades, la industria automotriz, por ejemplo. Su expansión limita las opciones de los usuarios. El gobierno de Estados Unidos jugará un rol protagónico. Desde el 2 de julio de 1890 contempló leyes antimonopolio, como la Ley Sherman. Con base en ella, consiguió desbaratar poderosos monopolios como Standard Oil de la familia Rockefeller, y AT&T. El poder de las Big Tech es inmenso. El del gobierno de Estados Unidos parece disminuido. Para evitar la contienda, las Big Tech apostarán por la autorregulación. Las Big Tech finalmente serán objeto de importantes transformaciones. Hoy, por supuesto son renuentes a aceptarlas.

Par sobrevivir, Meta deberá apostar por la seguridad y la privacidad, asignaturas pendientes en la vida de Mark Zuckerberg, quien hará todo lo necesario para evitar el desmembramiento de su imperio, el cual aspira transformar en universo. No le será tan fácil. Los enemigos de Mark son muchos y cada vez están más unidos. El big crunch de su universo dio inicio con las filtraciones de Haugen.

Bibliografía

- Carlson, N. (2010). At last. The full story of how Facebook was founded. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3#we-can-talk-about-that-after-i-get-all-the-basic-functionality-up-tomorrow-night-1>
- Consumer Reports. (May, 2011). 7.5 Million Facebook Users are Under the Age of 13. Violating the Site's Terms. <https://www.consumerreports.org/media-room/press-releases/2011/05/consumer-reports-survey-75-million-facebook-users-are-under-the-age-of-13-violating-the-sites-terms/>
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. Ace Books.
- Frenkel, S., Kang, C. (2021). *Manipulados. La batalla de Facebook por la dominación mundial*. Debate.
- Frier, S. (September, 2018). Instagram Founders Depart Facebook after Clashes with Zuckerberg. *Bloomerg*. <https://www.seattletimes.com/business/instagram-founders-depart-facebook-after-clashes-with-zuckerberg/>

- Hoffman, C. (2010). The battle for Facebook. *Rolling Stone*, September. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/the-battle-for-facebook-242989/>
- Hughes, C. (May, 2019). Opinion It's time to Break up Facebook. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/05/09/opinion/sunday/chris-hughes-facebook-zuckerberg.html>
- Internet Society (2019). *2019 Global Internet Report. Consolidation in the Internet Economy*. <https://future.internetsociety.org/>
- Kang, C., & Frenkel, S. (April, 2018). Facebook Says Cambridge Analytica Harvest Data of Up to 87 Million Users. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/04/04/technology/mark-zuckerberg-testify-congress.html#:~:text=WASHINGTON%20%E2%80%94%20Facebook%20on%20Wednesday%20said,leak%20was%20reported%20last%20month>.
- Kirkpatrick, D. (2011). *El efecto Facebook. La verdadera historia de la empresa que está conectando al mundo*. Ediciones Gestión 2000.
- Mars, A. (abril, 2018). Zuckerberg pide perdón en el Senado y advierte de la amenaza rusa. *El País*. https://elpais.com/internacional/2018/04/10/actualidad/1523380980_341139.html
- Meta (2021). Connect 2021: Nuestra vision del metaverso. <https://about.fb.com/ltam/news/2021/10/connect-2021-nuestra-vision-del-metaverso/>
- Murphy, S (Octubre, 2021). Facebook cambia el nombre de su empresa a Meta. *CNN*. <https://cnn.espanol.cnn.com/2021/10/28/facebook-meta-nuevo-nombre-empresa-trax/>
- Price, B. (2018). George Soros en Davos: Facebook y Google son una amenaza. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.es/george-soros-davos-facebook-google-son-amenaza-187194>
- Snowden, E. (2019). *Vigilancia Permanente*. Planeta.
- Sonnemaker, T. (2020). George Soros dice que Trump está conspirando con Facebook para ser reelegido. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.es/soros-dice-trump-conspirando-facebook-ser-reelegido-568297>
- Steyer, J. (2012). *Talking back to Facebook*. Scribner.
- Terrazziano, H. (Marzo, 2021). La Guerra de Google y Facebook en Australia. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20210316/6375462/guerra-google-facebook-australia.html>
- Wahlquist, C. (January, 2021). Australia proposed media code could break the world wide web says the man who invented it. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2021/jan/20/australias-proposed-media-code-could-break-the-world-wide-web-says-the-man-who-invented-it>
- We Are Social-Hootsuite (2020). *Digital 2020: The United States of America*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-united-states-of-america>