



Al contrataque

20 años de Facebook y sus controversias

Un 4 de febrero Zuckerberg puso en marcha esta red social, que tiene 2.958 millones de usuarios

FRANCISCO Toledo*



El 4 de febrero se cumplieron 20 años desde que **Mark Zuckerberg** puso en marcha la red social Facebook. Por entonces era un estudiante de la Universidad de Harvard y fue contratado como programador por los gemelos **Cameron y Tyler Winklevoss** para desarrollar una idea, Harvard Connection, que permitiría a los estudiantes conectar entre sí. Zuckerberg utilizó su experiencia en un desarrollo anterior conocido como FaceMash, concebido para que los estudiantes eligieran a la chica más atractiva a través de las fotos que obtuvo del servidor de la universidad, hecho por el que fue expedientado con seis meses de suspensión académica. Utilizó un algoritmo de ránking ideado por su mejor amigo, **Eduardo Saverin**. Zuckerberg vio el potencial que tenía la idea de los Winklevoss y junto con Saverin hicieron otro desarrollo basado en ella que llamaron thefacebook. Fue un éxito rotundo que se extendió rápidamente a otras universidades americanas. Zuckerberg hizo suya la idea y le puso como nombre definitivo Facebook.

Tanto los Winklevoss como Saverin demandaron a Zuckerberg por apropiación de sus ideas, pero no hubo sentencia porque todas las dos partes llegaron a un acuerdo por el que los hermanos recibie-

ron 65 millones de dólares y Saverin una cantidad que no se hizo pública.

El nacimiento de Facebook se llevó al cine en 2010 en la película *La red social*. Sin embargo, allí no se pudo recoger lo que sucedió después: las sonadas compras de Instagram y de Whatsapp, y las no tan conocidas de Face.com, de Atlas, de Snaptu, de Friend Feed, de ConnectU, de Branch, de Messenger, y de un sinnúmero de empresas de fotografía, programación y diseño de apps para conseguir un poder hegemónico en las redes sociales. Tampoco pudo recoger las cuantiosas multas que diversos estados han impuesto a Facebook, ni la falta de control sobre sus contenidos y usos, como reconoció Zuckerberg en su comparecencia en el senado de los EEUU, ni los escándalos de sus brechas de seguridad como sucedió en el caso de Cambridge Analytica, que utilizó datos de la red social para intervenir en las campañas electorales de **Donald Trump** y en la del referéndum del Brexit.

El creador de Facebook revolucionó internet, la forma de comunicarnos y el mercado publicitario

El crecimiento de Facebook, que tiene 2.958 millones de usuarios y ha hecho de Zuckerberg uno de los hombres más ricos del mundo, se ha basado en tres pilares: la facilidad de uso, la capacidad para conectar personas y, sobre todo, a que se convirtió en un sitio recopilador de datos, de información personal y de gustos de sus usuarios segmentados por sexos, edades, ubicación, idioma, etc. y los utilizó sin su consentimiento como fuente de ingresos, haciendo que la publicidad llegue a las personas que más pueda interesarles. Facebook hizo buena la frase acuñada por **Andrew Lewis**: «Si tienes un producto gratis en internet es porque el producto eres tú».

Estos negocios de dudosa ética, que están siendo regulados por muchos estados, han dado una imagen negativa de la compañía, de la que se quiere desvincular su creador cambiando el nombre de su emporio por el de Meta. Sin embargo, hay quien piensa que el problema no se resolverá hasta que Zuckerberg deje de ser el CEO de la compañía. Así opina **Bill George**, miembro sénior de la Escuela de Negocios de Harvard, que lo ha calificado como «un líder que ha perdido de vista sus creencias, valores y propósitos más profundos, en beneficio de otras cualidades como las ansias de dinero, fama o poder».

Acabe como acabe, hay que reconocer que Zuckerberg es un generoso filántropo y que revolucionó internet, la forma de comunicarnos y el mercado publicitario. ≡

***Catedrático en Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial en la UJI**