

Por Natasha Singer/The New York Times

En abril de 2019, David Ginsberg, un ejecutivo de Meta, le envió un correo electrónico a su jefe, Mark Zuckerberg, con una propuesta para investigar y reducir la soledad y el uso compulsivo en Instagram y Facebook.

En la misiva, Ginsberg hizo notar que la empresa enfrentaba escrutinio por el impacto de sus productos "en especial en torno a las áreas de uso problemático/adicción y adolescentes". Ginsberg le dijo a Zuckerberg que le diera 24 ingenieros, investigadores y personal adicional.

Una semana después, Susan Li, la actual directora financiera de la empresa, le informó a Ginsberg que el proyecto no iba a ser financiado debido a restricciones de personal. En determinado momento, Adam Mosseri, el director de Instagram, también rechazó financiar el proyecto.

Los intercambios de correos electrónicos son solo una muestra de las pruebas citadas en más de una decena de demandas que presentaron desde el año pasado los fiscales generales de 45 estados y el Distrito de Columbia. Los estados acusan a Meta de captar de manera injusta la atención de adolescentes y niños en Instagram y Facebook y de engañar al público sobre los peligros.

Un análisis que realizó The New York Times de los expedientes judiciales de los estados —incluidas unas 1.400 páginas de documentos de la empresa y correspondencia que el estado de Tennessee presentó como prueba— muestra cómo Zuckerberg y otros directivos de Meta promovieron en repetidas ocasiones la seguridad de las plataformas de la empresa, restándoles importancia a los riesgos para los jóvenes y al mismo tiempo rechazaron las peticiones de los empleados que querían reforzar las medidas de seguridad para los jóvenes y contratar personal adicional.

En entrevistas, los fiscales generales de varios de los estados que demandan a Meta señalaron que Zuckerberg había llevado a su empresa a impulsar el involucramiento de los usuarios a costa del bienestar para los niños.

Preocupación por los niños

Las demandas estatales contra Meta reflejan la creciente preocupación en torno a que los adolescentes y los niños en las redes sociales puedan ser objeto de instigación sexual, acoso, intimidación, críticas sobre su aspecto físico e inducción algorítmica para usar internet de manera compulsiva.

En un comunicado, Liza Crenshaw, una vocera de Meta, afirmó que la empresa estaba comprometida con el bienestar de la juventud y que tenía muchos equipos y especialistas dedicados a las experiencias de los jóvenes. Crenshaw agregó que la empresa había desarrollado más de 50 herramientas y funciones de seguridad para menores, entre ellas la limitación de contenido inapropiado para la edad y la restricción para que los adolescentes me-



Según demandas en EE.UU.: Cómo la seguridad de Meta falló al proteger a los niños

El director general y su equipo impulsaron los esfuerzos de Meta para captar usuarios jóvenes y engañaron al público sobre los riesgos, según afirman las demandas de varias fiscalías.

nores de 16 años reciban mensajes directos de personas a las que no siguen.

"Queremos garantizarles a todos los padres que tenemos en cuenta sus intereses en el trabajo que estamos haciendo para ayudar a que los adolescentes vivan experiencias seguras en línea", comentó Crenshaw, quien agregó que las demandas "caracterizan mal nuestro trabajo al utilizar citas selectivas y documentos seleccionados por conveniencia".

La estrategia por retenerlos

Documentos internos de la empresa muestran que, desde hace tiempo, Meta ha batallado por atraer y retener a los adolescentes, quienes son una parte central de su estrategia de crecimiento.

Según la demanda de Tennessee, los

adolescentes se volvieron uno de los objetivos principales de Zuckerberg desde 2016, cuando la empresa todavía era conocida como Facebook y por ser dueña de aplicaciones como Instagram y WhatsApp. Esa primavera, una encuesta anual entre jóvenes que realizó el banco de inversión Piper Jaffray reveló que Snapchat, una aplicación de mensajes que desaparecen, había superado en popularidad a Instagram.

Más tarde ese mismo año, Instagram introdujo las Historias de Instagram, una función similar para compartir fotos y videos que desaparecían. Zuckerberg les ordenó a sus ejecutivos que se centraran en lograr que los adolescentes pasaran más tiempo en las plataformas de la empresa, según la demanda de Tennessee.

El "objetivo general de la empresa es la dedicación total del tiempo a los adolescentes", escribió un empleado, cuyo nombre está tachado, en un correo electrónico enviado a los ejecutivos en noviembre de 2016, según correspondencia interna que figura en las pruebas del caso de Tennessee. El correo electrónico añadía que los equipos participantes debían aumentar al menos un 50% la cantidad de empleados dedicados a los proyectos para adolescentes y hacía notar que Meta ya tenía más de una decena de investigadores analizando el mercado juvenil.

En abril de 2017, Kevin Systrom, director ejecutivo de Instagram, le envió un correo electrónico a Zuckerberg en el que le pedía más personal para trabajar en mitigar los daños a los usuarios, según la demanda de Nuevo México.

Zuckerberg respondió que incluiría a Instagram en un plan para contratar más personal, pero señaló que Facebook enfrentaba "problemas más extremos".

Meta aseguró que un equipo de Instagram desarrolló e introdujo medidas de seguridad y experiencias para los usuarios jóvenes. La empresa no respondió a una pregunta sobre si Zuckerberg había proporcionado el personal adicional.

En enero de 2018, Zuckerberg recibió un informe que estimaba que 4 millones de niños menores de 13 años eran usuarios de Instagram, según una demanda que presentaron 33 estados en un tribunal federal.

Las condiciones de uso de Facebook e Instagram prohíben los usuarios menores de 13 años. Sin embargo, el proceso de registro de nuevas cuentas de la empresa permitía que los niños mintieran con facilidad sobre su edad, según la demanda. Las prácticas de Meta infringían una ley federal sobre la privacidad infantil en línea que exige a determinados servicios de internet obtener el consentimiento de los padres antes de recopilar datos personales de menores de 13 años, como la información de contacto, según alegan los estados.

La defensa de Meta

En su declaración, Meta señaló que Instagram implementaba medidas para eliminar las cuentas de menores de edad cuando la empresa las identificaba. Meta ha señalado que ha eliminado con regularidad cientos de miles de cuentas que no podían demostrar que cumplían los requisitos de edad de la empresa.

En 2021, Meta empezó a planear una nueva aplicación social. Iba a estar dirigida en específico para niños y se iba a llamar Instagram Kids. Nick Clegg, actual director de asuntos globales de Meta, advirtió a su jefe de la creciente preocupación de los reguladores debido al impacto de la empresa en la salud mental de los adolescentes, incluidas "posibles acciones legales de fiscales generales estatales".

"Facebook tiene un historial de fracaso a la hora de proteger el bienestar de los niños en sus plataformas", mencionaba la carta.

Posteriormente, Meta puso en pausa sus planes de crear la aplicación Instagram Kids. Nick Clegg, actual director de asuntos globales de Meta, advirtió a su jefe de la creciente preocupación de los reguladores debido al impacto de la empresa en la salud mental de los adolescentes, incluidas "posibles acciones legales de fiscales generales estatales".

Meta afirmó que la empresa había dedicado años al desarrollo de tecnología para combatir la explotación infantil.

El mes pasado, un juez rechazó la moción de Meta para desestimar la demanda de Nuevo México. Sin embargo, el tribunal aceptó una solicitud para que se retirara del caso a Zuckerberg, quien había sido nombrado como acusado.