



Meta, vertedero universal

ROSA MIRIAM ELIZALDE :: 27/01/2025

Entre los ejemplos de expresiones permitidas en Facebook e Instagram están: Los inmigrantes son unos sucios y asquerosos pedazos de mierda, o Los gays son unos bichos raros

Ciberbasura sin control y sin fronteras. El conglomerado Meta, la empresa matriz de Facebook, Instagram, WhatsApp y Threads, ha anunciado que pondrá fin a su programa de verificación de datos, que había estado en funcionamiento desde 2016. Su fundador y principal ejecutivo, Mark Zuckerberg, se acomoda oportunamente a la era Trump y a su maquiavélico asesor Elon Musk, el propietario de X y *troll* del libre flujo de la desinformación.

Lo que nos dice esta decisión es que no se eliminarán contenidos abiertamente manipulados o falsos, y los encargados de verificar los datos irán todos de patitas a la calle. Regresa además la era del todo vale. Como señaló *The Intercept* esta semana (<https://acortar.link/OKWcJV>), que logró el acceso a los materiales de capacitación de los empleados de Meta para adaptarse a las nuevas reglas, entre los ejemplos de expresiones permitidas en Facebook e Instagram están: Los inmigrantes son unos sucios y asquerosos pedazos de mierda, Los gays son unos bichos raros, entre otras perlas por el estilo.

En un ecosistema donde la desinformación tiene una enorme influencia, la decisión que deja la comprobación de la veracidad y las normas de civildad a cargo de los usuarios de Internet, simplemente ampliará los decibeles de los más intensos, usualmente afiliados a la ultraderecha y a teorías de la conspiración que ya eran privilegiadas por el algoritmo, pero al menos hasta ahora existía un lugar al que los usuarios podían recurrir para exigir que se investigaran o se penalizaran las expresiones de racismo y violencia.

El sistema de verificación le dio durante cierto tiempo a la compañía un barniz de credibilidad, aunque no resolvía el problema de fondo y la criba parecía beneficiar siempre más a las hordas de la ultraderecha que a quienes las enfrentaban. La columna vertebral de Meta es su sistema de publicidad completamente al margen de la ley, en el que son posibles segmentaciones que jamás serían permitidas fuera del conglomerado, y en el que, además, predominan los actores que continuamente recurren a Facebook para crear campañas de desinformación de todo tipo. Pueden ser Cambridge Analytica, las agencias de inteligencia, la industria del petróleo, los antivacunas o simplemente anunciantes intentando definir sus objetivos de la manera en que la legislación no lo permite, pero la realidad es que la plataforma ha sido y sigue siendo una auténtica máquina de desinformación global al servicio del mejor postor.

Con el adiós a los verificadores lo que viene, o se reforzará, es una descontrolada e imparable avalancha de basura. Meta tiene unos 3 mil millones de usuarios en todo el mundo, frente a unos 250 millones de X, que ponderarán el derecho individual a decir y propagar cualquier cosa por encima de los derechos colectivos, y a menospreciar los valores

sociales y pisotear la intimidad.

Ya casi se ha olvidado que ni Facebook ni X llegaron a los programas de verificación de datos -ahora en el pasado- por casualidad. Facebook lo inauguró en 2016 como respuesta a un creciente escrutinio sobre el papel de la plataforma en la difusión de desinformación y noticias falsas, particularmente después de las elecciones presidenciales de Estados Unidos de ese año, cuando se comprobó que la plataforma podía utilizarse como herramienta perfecta para campañas teledirigidas y compartir contenidos sin restricciones y organizar grupos de personas en torno a alguna postura, ideología o idea, no necesariamente democrática ni respetuosa.

La presión entonces no sólo fue política, sino de la comunidad científica. Varios estudios mostraron, entre ellos el publicado por la revista *Science* , en 2018 (<https://acortar.link/oimltd>), que las publicaciones falsas en las redes sociales se propagan hasta 20 veces más rápido que las verdaderas, especialmente si las publicaciones son teorías conspirativas antigubernamentales, insultos racistas y llamados a la violencia. Eso es 2 mil por ciento más de interacción y 2 mil por ciento más de ingresos por publicidad, según *Science*. Y cuanto más llamativa sea una publicación (a menudo, cuanto más alejada esté de la realidad), mejor.

A lo anterior hay que añadirle un matiz que han aportado varias autoridades en Brasil, entre ellos el secretario de Políticas Digitales, João Brant. El anuncio hecho por Mark Zuckerberg la semana pasada anticipa qué tipo de alianzas tendrá Meta con el gobierno estadounidense para enfrentar a la Unión Europea, Brasil y otros países que han impulsado políticas y legislaciones para proteger los derechos en el entorno *online*. Brant propone, en concreto, ampliar los esfuerzos internacionales en el ámbito de la ONU, la Unesco, el G-20, el BRICS y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para reforzar la agenda de la integridad de la información.

Muchos coinciden con Brasil. Al poder trasnacional de empresas como las de Elon Musk y Mark Zuckerberg, sólo se le puede oponer un sistema de alianzas internacionales que, en paralelo, plante cara e instale un cordón sanitario a la *ciberbasura*. Quizás la nueva decisión de Meta ayude a tomar decisiones prácticas globales antes de que el vertedero nos sepulte a todos.

Cubadebate

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/meta-vertedero-universal