

ESTADOS UNIDOS

Las redes sociales a juicio: la estrategia para acabar con Zuckerberg y compañía

ECONOMÍA

21_02_2026

**Daniele
Ciacchi**



El pasado 18 de febrero, Mark Zuckerberg ha testificado durante casi ocho horas ante un jurado de Los Ángeles en la primera demanda civil de la historia contra el fundador de Meta, llamado a responder bajo juramento a la acusación de haber diseñado

Instagram deliberadamente como un producto que crea adicción en los menores.

El juicio K.G.M. contra Meta Platforms, que comenzó con las declaraciones iniciales el 9 de febrero, es un caso piloto que determinará el destino de más de 2.300 demandas pendientes en todo Estados Unidos, en las que están involucradas cientos de familias y distritos escolares. Si Meta y Google perdieran, las consecuencias financieras y normativas serían devastadoras y ascenderían a miles de millones.

Tras ser llamado como testigo hostil por el abogado de Texas Mark Lanier, Zuckerberg se ha mostrado “combativo” e “irritado”, según los periodistas presentes. Ha repetido varias veces frases como “están tergiversando lo que digo” y “no es en absoluto lo que quiero decir”. En un momento del juicio, Lanier le ha preguntado sobre su competencia para evaluar los daños causados por las redes sociales, y ha querido saber si tenía un título en epidemiología o ciencias estadísticas, disciplinas que estudian cómo determinar si un producto causa efectos nocivos en la población. La respuesta del director ejecutivo de Meta ha sido tajante: “No tengo ningún título”. La frase es correcta, ya que Zuckerberg abandonó Harvard en 2004 para fundar Facebook, pero provocó más de una risa nerviosa en la sala. La intención de la acusación era subrayar que, a pesar de que Meta disponía de investigaciones internas que demostraban los daños a los menores, Zuckerberg no tenía la competencia para evaluarlas por sí mismo, pero había optado por ignorar los resultados cuando no eran favorables para la empresa.

La parte más significativa de la declaración ha tenido que ver con algunos documentos internos de Meta, como un correo electrónico de 2015 en el que Zuckerberg fijaba el objetivo de aumentar el “tiempo pasado” por los usuarios en Instagram en un 12% en tres años, o un informe interno que preveía aumentar el tiempo medio en Instagram por usuario de 40 minutos en 2023 a 46 minutos en 2026. También en este caso, Zuckerberg ha dado un paso atrás y ha admitido no saber cómo sus indicaciones se habían traducido en objetivos oficiales de la empresa.

La cuestión de los menores de 13 años ha sido muy importante durante el juicio. Un documento interno de 2015 estimaba que 4 millones de niños menores de 13 años ya utilizaban Instagram en Estados Unidos y que alrededor del 30% de los niños de entre 10 y 12 años estaban presentes en la plataforma. Un dato que ya en aquel momento debería haber alarmado a los directivos de Facebook. Un documento de 2018 afirmaba: “Si queremos triunfar con los adolescentes, tenemos que atraerlos desde la preadolescencia”. Un estudio interno de 2020 mostraba que los niños de 11 años tenían cuatro veces más probabilidades de volver a las aplicaciones de Meta que los usuarios más adultos. Instagram no empezó a solicitar la fecha de nacimiento en el momento del

registro hasta finales de 2019.

El momento más dramático en la sala ha tenido lugar cuando el abogado Lanier ha pedido a seis abogados que desplegaran un collage de 10 metros de ancho con cientos de selfies que una niña, la demandante Kaley, había publicado en Instagram cuando era menor de edad, y le ha preguntado a Zuckerberg si esa cuenta había sido objeto de investigación alguna vez. El director ejecutivo de Meta no ha respondido directamente.

Entre las pruebas más perjudiciales para la defensa se encontraba el Proyecto MYST (*Meta and Youth Social Emotional Trends*), un estudio interno realizado en colaboración con la Universidad de Chicago sobre mil adolescentes y sus padres. Según el estudio, el control parental y la supervisión familiar tendrían “poca relación con los niveles de atención de los jóvenes a su uso de las redes sociales”. En pocas palabras: son básicamente ineficaces. Además, parece que los menores que habían sufrido acontecimientos traumáticos (se hace referencia a padres alcohólicos, abusos sexuales, traumas escolares) mostraban una capacidad aún menor para moderar su presencia en las redes sociales, lo que los exponía aún más a la adicción.

Los resultados del Proyecto MYST nunca se publicaron y no se comunicó ninguna advertencia a los padres ni a los adolescentes. Otros documentos internos presentados en el juicio incluyen comunicaciones en las que un empleado de Meta describe Instagram como “una droga” y a los empleados como “traficantes”. Los documentos internos de Google, el otro acusado, comparaban YouTube con un casino y afirmaban explícitamente que “el objetivo es la adicción del espectador”.

La demandante es Kaley, una californiana de veinte años identificada con las iniciales K.G.M., que ya se ha convertido en el símbolo de este juicio. Empezó a usar YouTube a los 6 años e Instagram a los 9. Antes de terminar la escuela primaria, había publicado más de 284 vídeos en YouTube y usaba Instagram varias horas al día, con un pico documentado de más de 16 horas. K.G.M. atribuye a la adicción a las redes sociales la depresión, la ansiedad, la dismorfia corporal, los pensamientos suicidas, los episodios de acoso y la sextorsión. Su madre había intentado bloquearle el acceso con software de terceros y quitándole el teléfono, sin éxito.

El enfoque de los demandantes representa una revolución jurídica en la forma en que se puede demandar a las grandes tecnológicas. Tradicionalmente, las plataformas sociales han estado protegidas por la Sección 230 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones de 1996, una ley federal que establece que los proveedores de servicios de Internet no pueden ser considerados responsables del contenido publicado

por los usuarios. En la práctica, Facebook no puede ser demandado por una publicación ofensiva escrita por un usuario, al igual que el servicio postal no es responsable del contenido de las cartas que entrega. Sin embargo, esta ley ha garantizado una protección prácticamente total de las plataformas sociales, haciéndolas inmunes a las demandas judiciales durante décadas. Cada vez que alguien ha intentado demandar a Facebook, YouTube o Twitter por daños derivados de contenidos en las plataformas, los tribunales han desestimado las demandas citando la Sección 230.

Pero el abogado Lanier ha adoptado una estrategia diferente: no está demandando a Meta por el contenido publicado por los usuarios, sino por el propio diseño de la plataforma. La demanda sostiene que Instagram es un “producto defectuoso” según la ley de responsabilidad del fabricante, la misma teoría jurídica que se utiliza contra los fabricantes de automóviles cuando producen coches con frenos defectuosos, o contra los fabricantes de medicamentos cuando un medicamento provoca efectos secundarios no declarados. Por eso el expediente del juicio está tan repleto de declaraciones que no pretenden tanto centrarse en el hecho de que las redes sociales causan adicción, sino en el hecho de que la empresa ha diseñado deliberadamente una plataforma que la genera (con notificaciones infinitas, reproducción automática de vídeos, algoritmos de recomendación diseñados para maximizar el tiempo de uso, mecanismos de “me gusta” que crean adicción). El tema es la intencionalidad del diseño de Meta.

Si el jurado aceptara esta teoría legal, Meta respondería por la forma en que está construido Instagram. Es como si una empresa produjera cigarrillos con aditivos específicos para aumentar la adicción: el problema no es el tabaco en sí (que existe en la naturaleza), sino los aditivos añadidos intencionadamente. Los documentos internos presentados en el juicio —los objetivos de aumentar el “tiempo de uso”, los estudios sobre los mecanismos neurológicos de la adicción, el conocimiento de los efectos en los menores vulnerables— sirven para demostrar que Meta sabía que el producto era “defectuoso” y, aun así, decidió comercializarlo. Es la demostración de “dolo” necesaria para superar las defensas legales estándar.

El juicio K.G.M. durará unas seis semanas. El jurado, compuesto por 12 personas, deberá llegar a un acuerdo de al menos 9 de 12. Lo que está en juego va mucho más allá de un solo caso: los juicios piloto federales para los distritos escolares están fijados para el verano de 2026, y los de los fiscales generales para finales de verano. Meta ha dicho que podría enfrentarse a “pérdidas financieras importantes” este año.

El analista legal Josh Golin ha hecho el siguiente resumen tras el testimonio:

“Todo lo que Mark Zuckerberg ha conseguido hoy es demostrar una vez más que no se puede confiar en él, especialmente cuando se trata de la seguridad de los niños”. La profesora de Derecho de la UCLA, Melodi Dinçer, ha añadido: “Un juicio como este pondrá de manifiesto la brecha entre lo que las empresas dicen públicamente y lo que ocurre entre bastidores”.

Una nota elocuente al margen: la jueza Kuhl ha amenazado con proceder por desacato contra cualquiera que utilizara las gafas Ray-Ban con inteligencia artificial de Meta para grabar el testimonio. De hecho, algunos miembros de la escolta de Zuckerberg fueron fotografiados a la entrada del tribunal con este producto puesto. La tecnología desafía incluso las normas de la sala en la que se celebra el juicio: una metáfora quizás involuntaria de la falta de escrúpulos que cuarenta y dos fiscales generales, miles de familias y ahora un jurado californiano están pidiendo que se juzgue.