



# Libro El efecto Facebook

## La verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo

David Kirkpatrick  
Gestión 2000, 2011  
También disponible en: Inglés

---

### Reseña

Por las estadísticas, si Facebook e Internet siguen creciendo a ritmo constante, para el 2013, cada usuario de Internet tendrá una página en Facebook. Notable para una organización que opera apenas desde el 2004. Es la mejor plataforma que ha habido. El escritor, editor y experto en tecnología David Kirkpatrick examina su sorprendente puesta en marcha y el efecto Facebook, fenómeno singular que permite a la gente conectarse de maneras nuevas en todo el mundo. Facebook es omnipresente, su penetración es muchísimo mayor que cualquier otro medio masivo. Además, la información emana de los usuarios y se difunde con rapidez de un amigo en línea a otro a través de una inmensa red social de casi 500 millones en el mundo. Kirkpatrick desvela la compleja biografía corporativa de Facebook y, de manera aun más reveladora, refleja la personalidad de los innovadores implicados, en particular del genial director ejecutivo Mark Zuckerberg. *BooksInShort* recomienda este libro a todos los miembros de Facebook, quienes, si la tendencia continúa, pronto serán todos los que estén en línea.

### Ideas fundamentales

- El estudiante Mark Zuckerberg y tres amigos iniciaron “Thefacebook” en el 2004.
- Se inició como una página web de red social para estudiantes de Harvard, luego para estudiantes de la Ivy League, después para universitarios estadounidenses, luego para todas las personas.
- Pocos meses después de su inicio, Zuckerberg mudó la operación a Silicon Valley.
- Ese septiembre, tres estudiantes de Harvard demandaron a Zuckerberg por robo de propiedad intelectual. Llegó a un acuerdo con ellos.
- La expansión de Facebook ha sido asombrosa, con casi 500 millones de usuarios en todo el mundo.
- Su popular servicio de red opera en 75 idiomas y 180 países.
- Debido a su tremenda popularidad, a Facebook nunca le han faltado inversionistas.
- La empresa siempre ha estado enfocada en el crecimiento, no sólo en hacer dinero.
- Google y Microsoft son sólo dos de las empresas que quisieron comprar Facebook.
- Como Facebook guarda datos personales exhaustivos de cientos de millones de personas, muchos se preocupan acerca de su impacto en la privacidad.

### Resumen

#### Diez millones de personas en la calle

El 4 de enero del 2008, Óscar Morales, un ingeniero civil de Barranquilla, Colombia, creó un grupo en Facebook para oponerse a los rebeldes de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y a su terrorismo. Lo llamó “Un millón de voces contra las FARC”. Al día siguiente, 1.500 se le habían unido; por la tarde, se habían afiliado 4.000. Vía Facebook, Morales propuso marchas contra las FARC en todo el país. Pero los miembros del grupo en todo el mundo le dijeron a Morales que ellos también querían marchar en sus países. El 4 de febrero, un mes después, unos 10 millones de personas en toda Colombia marcharon contra las FARC, y lo mismo hicieron dos millones más en todo el mundo, desde Buenos Aires hasta Tokio.

#### Se abre el libro

En el 2004, el estudiante de Harvard Mark Zuckerberg, brillante estudiante de ciencias de la computación, y sus condiscípulos Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin y Chris Hughes fundaron “Thefacebook”, una red social para alumnos de Harvard. Las casas dormitorio de Harvard conservaban álbumes con fotografías de los residentes; los chicos nombraron su sitio inspirados en estos *facebook*s [álbumes de rostros]. Los cuatro se proponían crear un directorio en línea que interconectara a la gente por medio de redes sociales en las universidades.

“El buen liderazgo, en especial en una empresa de creación reciente, consiste en saber cuándo hay que decir que no, teniendo una visión muy clara, logrando que todos se entusiasmen con ella, pero sabiendo dónde poner límite ... no se puede hacer todo. Y ésta es era lección que Mark todavía no había aprendido. Es algo que aprendió entonces”. ( - Sean Parker)

Al principio, Thefacebook estaba disponible sólo en Harvard. Pero Zuckerberg y su equipo pronto lo ofrecieron a otras universidades de la Ivy League y luego a otras universidades estadounidenses. Apenas cuatro meses después del lanzamiento, un financiero les ofreció a Zuckerberg, entonces de 20 años, y a sus amigos US\$10 millones por Thefacebook. Pero Zuckerberg, que sabía que habían encontrado oro con su sitio increíblemente popular, ni siquiera por un minuto pensó seriamente en aceptar.

“Eran muchos en la empresa los que tenían la sensación de estar participando en algo histórico”.

Para mayo del 2004, Thefacebook tenía casi 100.000 usuarios en 34 universidades. Zuckerberg y sus amigos suscribieron un contrato con una compañía de venta de anuncios, Y2M, para vender publicidad a empresas como MasterCard, que en un solo día consiguió el doble de registros de los que esperaba en toda la campaña de cuatro meses. Zuckerberg y Moskovitz se mudaron temporalmente a Palo Alto en Silicon Valley, un centro de desarrollo de tecnología. Hughes se marchó a estudiar a Francia. Saverin, que en ese entonces era el administrador de la empresa, se fue a Nueva York a vender anuncios. Sean Parker, cofundador de Plaxo y parte del equipo de lanzamiento de Napster, se unió a Thefacebook y pronto se convirtió en su presidente, con Zuckerberg como director ejecutivo de la empresa.

“Necesito los servidores tanto como el pan de cada día. Probablemente podría pasarme un tiempo sin comer, pero si no tenemos los servidores suficientes, la página está jodida”. ( - Mark Zuckerberg)”.

Zuckerberg, Moskovitz y Parker rentaban una casa y trabajaban intensamente para mejorar la página web. Moskovitz se encargaba de los detalles, como organizar bases de datos para más universidades. El líder de la compañía, Parker, se conectaba con financieros. Zuckerberg, el estratega, veía los planes de crecimiento y desarrollo. La parte inferior de cada página en línea decía: “Una producción de Mark Zuckerberg”. Él creó casi todo el software y el diseño. Cuando se constituyó la compañía, Zuckerberg se quedó con 51%. Él y sus colegas le quitaron la gerencia a Saverin (aunque recibió participación de las acciones) porque no había hecho el trabajo que le tocaba. Enojado, molesto y todavía con el control de las finanzas, Saverin congeló la cuenta bancaria de Thefacebook. Para seguir operando, Zuckerberg y su familia invirtieron US\$85.000 en servidores y otros gastos. Zuckerberg y Moskovitz abandonaron Harvard para establecerse en Palo Alto y seguir construyendo su compañía.

“El éxito final de Facebook debe mucho al hecho de haber empezado en la universidad. Es ahí donde las redes sociales de la gente son más profundas y, en general, la vida social es más activa que en cualquier otra etapa de la vida”.

En septiembre, los estudiantes de Harvard Divya Narendra y los gemelos Cameron y Tyler Winklevoss demandaron a Zuckerberg y Thefacebook por robo de propiedad intelectual. Narendra y los hermanos habían contratado alguna vez a Zuckerberg para desarrollar una red social específica para Harvard. Zuckerberg rechazó la demanda, pero llegó a un acuerdo con ellos y les pagó una suma no revelada. El trío tenía una página web diferente: ConnectU, pero la configuración de otra página anterior, Friendster, claramente influyó en el desarrollo de Thefacebook, ConnectU y otras.

## Dinero para crecer

Para el otoño del 2004, el número de miembros llegó a 200.000. Estudiantes de todo EE.UU. pedían a gritos a Thefacebook que incluyera a sus universidades, sobre todo después de que se agregó una función que alcanzó una popularidad instantánea, el llamado “muro”, que permite a la gente dejar comentarios en las páginas de miembros individuales. Gracias a su gran aceptación, la compañía no necesitó ningún inversionista que la financiara hasta que tuvo que comprar muchos más servidores para crecer. Eso abrió la puerta a los inversionistas. El cofundador de PayPal, Peter Thiel, invirtió US\$500.000. Donald Graham, director ejecutivo del *Washington Post*, que también quería invertir, le causó una gran impresión a Zuckerberg. Pero para asegurar el capital necesario Zuckerberg acudió a Accel Partners, una bien conectada empresa de capital de riesgo de Palo Alto, que invirtió US\$12,7 millones. Zuckerberg y Parker mantuvieron tres de los cinco puestos del consejo de administración.

“Para los no usuarios, Facebook seguía pareciendo un servicio para conseguir citas y para hacer cosas absurdas, tal vez sospechosas como enviar toques a la gente”.

Gracias a esta cuantiosa inversión, Thefacebook tenía ahora dinero para expandirse, pero necesitaba más personal. Matt Colher, de LinkedIn, se unió al equipo directivo. Su primera contratación fue Steve Chen, que renunció pronto para dirigir otra empresa nueva, pese a que Cohler le dijo que le daba la espalda a millones. Mas Chen estaba comprometido con su nueva página web: YouTube. Entonces, Zuckerberg y Moskovitz tenían 21 años; Parker, 25. Cohler, de 28, era el más viejo del equipo ejecutivo hasta que llegó Robin Reed, de unos 50, para hacerse cargo del reclutamiento de personal. Después, Marc Andreessen, cofundador de Netscape, se unió al equipo como asesor de Zuckerberg. Aunque cada uno de ellos era impresionante, la relativa juventud de todo el grupo no era alentadora. Además, muchos expertos pensaban que las redes sociales eran una moda pasajera.

“Dentro de la empresa, entre estos muchachos pioneros, empezaba a cuajar la idea de que disponía de una base de datos de personas que podía usarse para muchos objetivos”.

En agosto del 2005, Parker fue arrestado por posesión de cocaína (él insiste en su inocencia y nunca le presentaron cargos oficiales). No obstante, renunció a la presidencia. Receloso de que los capitalistas de riesgo tomaran finalmente el poder, Parker le cedió su puesto en el consejo a Zuckerberg, lo que según Parker, “solidificaba la posición de Mark como una especie de rey hereditario”. En septiembre, la página se convirtió formalmente en Facebook; para octubre tenía 5 millones de miembros.

“Facebook se ha convertido ahora en uno de los primeros lugares a los que la gente descontenta de todo el mundo lleva sus quejas, activismo y protestas”.

Conforme crecía, Facebook agregó estudiantes de secundaria como miembros y empezó a ofrecer la inclusión de fotos. Las fotos se convirtieron rápidamente en la función favorita (hoy se publican 3 mil millones al mes). Para enfrentar los gastos crecientes, los directivos consiguieron US\$27,5 millones adicionales en capital de riesgo de una mezcla de inversionistas nuevos y antiguos, coqueteando con diversas empresas, en particular con Viacom. En mayo del 2006, Facebook agregó redes de empleo para uso interno de compañías, pero esta función no convenció, excepto en el ejército. No obstante, a los anunciantes les encantaba Facebook. Interpublic Group acordó US\$10 millones por un año de anuncios. Microsoft, la fuente de más del 50% de los ingresos del 2006 de la empresa, siguió siendo un anunciante muy importante y le garantizó a Facebook US\$100 millones en ingresos para el 2007. Para seguir estimulando el crecimiento en el 2007, Facebook necesitaba más dinero. Zuckerberg pensaba que una valoración adecuada era de US\$20 mil millones, pero buscó apoyar su inversión con US\$15 mil millones. Google invirtió y ofreció comprar la empresa. Microsoft también. Zuckerberg no quiso vender, pero negoció un nuevo y ventajoso contrato de publicidad con Microsoft, que además invirtió US\$240 millones. Con otros inversores, la inyección total de capital fue de US\$375 millones.

## Hasta aquí llegó la privacidad

A medida que Facebook crecía y acumulaba datos personales de millones de usuarios, la privacidad se convirtió en una cuestión apremiante. Zuckerberg y su equipo creen en la transparencia radical; en su filosofía la apertura lo es todo. Algunos creen que deben poder presentarse en facetas distintas en línea, con diversos grados de autenticidad, pero Zuckerberg cree en una versión holística unificada. Facebook opera en consecuencia y eso parece funcionar. Una encuesta del 2009 nombró a Facebook entre las 10 empresas más confiables de Estados Unidos.

“Facebook es la primera plataforma para la gente”. (– Esther Dyson, experta en tecnología)

Como lo previó Zuckerberg, Facebook es ya una plataforma esencial para otras aplicaciones. Tras permitir la inclusión de otras aplicaciones, en los primeros seis meses se incorporaron 25.000. Hoy alberga 350.000; los juegos son los más populares, según los jugadores son el nexo de un ecosistema, un amplio espacio donde operar. Facebook permite que sus socios en red hagan dinero con sus aplicaciones. Pueden incluso vender anuncios que compiten con Facebook en su propio territorio, Zuckerberg piensa que resulta en más visitas a la página y más crecimiento, su objetivo principal.

“Facebook puede facilitar la capacidad de organización de grupos de personas”.

Facebook cometió un solo gran error: su servicio de alerta Beacon molestó a muchos. Los usuarios que compraban algo en Facebook podían difundirlo a sus amigos en Beacon, pero la gente resintió la naturaleza semiautomática del servicio, difícil de desactivar. Las personas molestas porque sus compras se divulgaron sin su permiso formaron grupos de protesta en Facebook; en un lapso de tres semanas, la compañía hizo opcional a Beacon.

“Actualmente Facebook se sitúa en el centro de un reajuste fundamental del capitalismo”.

Visionario como siempre, Zuckerberg permitió que otras empresas crearan páginas de Facebook gratis. La idea: que las corporaciones operaran en el universo Facebook y obtener dinero de ellas después. Zuckerberg reclutó a la ejecutiva de Google Sheryl Sandberg como directora de operaciones para hacer rentable a Facebook. La estrategia de ella fue convertir el enorme poder popular en una fuerza que generara demanda, más allá de sólo vender productos. Hoy, Facebook presenta publicidad comprometida que motiva a los usuarios a actuar, por ejemplo, usar un cupón para un café gratis en Starbucks. A los anunciantes les gusta Facebook porque sus miembros dan muchos datos personales.

## Facebook en el mundo y en el futuro

En el 2008, Facebook invitó al planeta a traducir páginas a su propio idioma. Esta iniciativa funcionó tan bien que a final del año, Facebook operaba en 180 países y en 75 idiomas. Su penetración mundial sorprende. Más de 20% de los mil 700 millones de usuarios de Internet en el mundo usan ahora Facebook de manera regular. En Noruega, 46% de la población está en Facebook; en Canadá, 42% y en el Reino Unido, 40%. Con su visión de apertura y transparencia, ha sacudido las sociedades cerradas. “Un mundo más transparente crea un mundo mejor gobernado y más justo”, afirma Zuckerberg.

“Si eres amigo de alguien en Facebook, puede que te enteres de más cosas sobre él de las que te ha contado en diez años de amistad en la vida real”.

Como mostró Óscar Morales, Facebook es el medio ideal para grupos de protesta. Aunque protestar requiere mucho más compromiso que sostener una pancarta en una manifestación. En Facebook, su nombre acompaña la protesta que usted hace, a diferencia del anonimato de otros en Internet. En todo el mundo, los políticos se interesan en Facebook. El presidente de Estados Unidos Barack Obama lo usó con tal maestría en la campaña del 2008 que a veces llaman al resultado “la elección Facebook”.

“Puede que hoy ganes un dólar por usuario, pero si puedes conseguir que invite a diez amigos, entonces ganarás once dólares”. (– Dustin Moskovitz)

Ahora existe Facebook Connect, que les permite a los usuarios ingresar en 80.000 páginas web (y en aumento) a través de su cuenta en Facebook y exportar su identidad de Facebook a donde quiera que naveguen. Facebook Connect puede convertirse en una clave de acceso universal en Internet. La revolucionaria interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés) Open Stream permite que compañías externas difundan sus publicaciones de Facebook en otros sitios. En respuesta a Twitter, Facebook está por incluir una forma de micromensajes en su servicio.

“Irónicamente, Zuckerberg no era un gran usuario de Thefacebook. Ni, de hecho, lo eran ninguno de sus fundadores y empleados del principio”.

Facebook tiene en la actualidad 1.400 empleados y su ingreso podría llegar a US\$1 mil millones en el 2010. A la larga, será tan omnipresente que, como dice Matt Cohler (ex empleado de Facebook), “No habrá distinción entre estar dentro o fuera de Facebook. Será algo que va con usted donde quiera que se comunique con otras personas”. Para muchos es estimulante; para otros, orwelliano. El propio Zuckerberg ve a Facebook como “obra en progreso (...), ejercicio de psicología de masas” cuyas mejoras tecnológicas no son tan desafiantes como su papel social. Quiere que sea siempre una fuerza para el bien. Pero ¿Podría convertirse en un

gigantesco sistema de vigilancia con sus datos masivos de millones, y tal vez algún día, miles de millones de personas? Los visionarios de Facebook ya ven su potencial para ser el directorio de la humanidad que está conectada a Internet.

## Sobre el autor

**David Kirkpatrick** es editor y autor de la columna “Fast Forward” en la revista *Fortune*. Es una autoridad en materia de tecnología y creó las conferencias Brainstorm de *Fortune*.

---

---