



Cuánto gastan las grandes tecnológicas en hacer lobby en Europa

Por: [Yago Álvarez Barba](#)

Globalización, 07 de septiembre 2021
[El Salto](#) 1 septiembre, 2021

Región: [Mundo](#)

Tema: [Economía](#), [Finanzas internacionales](#),
[Política](#)

Las grandes tecnológicas, capitaneadas por Facebook y Google, superan a otras industrias como la farmacéutica o los combustibles en gasto en prácticas de lobby en las instituciones europeas. Que los gigantes tecnológicos no se iban a quedar de brazos cruzados mientras la Unión Europea negocia impuestos y regulaciones específicas para atacar su poder monopolístico y sus estrategias de ingeniería fiscal estaba claro.

Lo que no sabíamos es cuánto dinero se gastan y de qué formas ejercen esa presión. Ahí es donde apunta y dispara el nuevo informe lanzado por Corporate Europe Observatory (CEO) y Lobbycontrol [The lobby network: Big Tech's web of influence in the EU](#). La investigación revela que las *big tech* se gastan 97 millones de euros al año en hacer lobby en las instituciones europeas. Una cifra que convierte al sector en el mayor lobby por gasto de Europa, por delante de clásicos de los pasillos del Parlamento Europeo como la industria farmacéutica —que dominaba este ránking hace una década—, los combustibles fósiles, las finanzas y los productos químicos.

Solo diez empresas son responsables de casi un tercio del gasto total de los lobbies tecnológicos en Bruselas

El ejército desplegado en Bruselas es amplio: entre empresas, grupos y asociaciones (ese eufemismo para hablar de lobbies), la industria tecnológica suma 612 organizaciones que se dedican a intentar influir sobre las políticas de la economía digital en la UE. Entre todas ellas gastan casi 100 millones de euros, pero solo diez empresas son responsables de casi un tercio del gasto total de los lobbies tecnológicos: Vodafone, Qualcomm, Intel, IBM, Amazon, Huawei, Apple, Microsoft, Facebook y Google gastan más de 32 millones de euros para hacer oír su voz en la UE.

El proceso de elaboración del nuevo paquete de medidas sobre Servicios Digitales es un claro ejemplo de la influencia y el doble juego del gran lobby tecnológico. Según desvela la investigación, los altos funcionarios de la Comisión Europea (CE) celebraron 271 reuniones sobre este tema según aparece en sus agendas. De estas, el 75% fue con grupos de presión de la industria tecnológica, con Google y Facebook como los principales representantes del lobby y los que asistieron a más reuniones.

El eurodiputado y militante de Anticapitalistas Miguel Urbán está acostumbrado a cruzarse a los lobistas por los pasillos de las instituciones europeas. Según explica, este incremento en el gasto y desembarco de lobistas “va muy vinculado a los intereses económicos de la legislación de Bruselas”. Además del crecimiento de la economía digital y la fiebre de la transformación tecnológica, el eurodiputado señala a “la vinculación de los fondos europeos a la inversión e innovación tecnológica”, lo que, según él, hace que los lobbies de esta

industria tecnológica tengan muchos más intereses y por lo tanto inviertan mucho más. Además, señala, “detrás de ese mantra de la transformación tecnológica y hacia la nueva economía digital está el lobby de las tecnológicas y es algo que podemos ver con facilidad al ver el impacto que tienen en el Consejo, la Comisión Europea o en el propio Parlamento Europeo”.

Cambio en la narrativa y estrategia

Las actas de dichas reuniones, las estrategias de lobby filtradas y los documentos de posición demuestran que “a pesar de haber apoyado públicamente estas propuestas, las grandes empresas tecnológicas siguen presionando en contra, haciendo todo lo posible por diluir cualquier norma estricta”, explican desde CEO, que apuntan que “esta batalla de grupos de presión se ha trasladado ahora al Parlamento Europeo y al Consejo y, a pesar de la falta de transparencia, empezamos a ver la huella de los grupos de presión de las grandes empresas en las capitales de la UE, como Tallin (Estonia)”.

Las noticias sobre su elusión de impuestos, el aumento de la riqueza de sus excéntricos presidentes o la influencia de su poder sobre procesos democráticos como el Brexit o las victorias de Trump o Bolsonaro, han manchado la imagen pública de las grandes tecnológicas. Por ello, según explica el informe, “estas intentan resetear la narrativa”, dejando atrás el viejo lema de Zuckerberg de “muévete rápido, rompe cosas”, ya que “los sucesivos escándalos demostraron que entre las cosas que rompieron las grandes tecnológicas estaban el derecho a la privacidad de las personas, la competencia justa y los procesos democráticos”. Algo en lo que coincide Urbán, que cree que “cada vez hay más conciencia entre la ciudadanía del poder que tienen estos grupos, por lo que cambian a una nueva estrategia de regulación *light, soft* o la autorregulación que sortee la mala prensa y las reticencias de la ciudadanía”.

“Lo que más llama la atención es cómo las grandes empresas tecnológicas intentan controlar la narrativa en torno a la regulación de los mercados y servicios digitales, a través de su amplio uso de los grupos de reflexión, los grupos industriales, los nombres de alto nivel y las consultorías y la investigación académica”, ha declarado Agustín Reyna, directora de Asuntos Jurídicos y Económicos de la Organización Europea de Consumidores (BEUC), tras conocer los resultados de esta investigación, que además ha lamentado que “con mucho dinero y una presencia imponente, las grandes tecnológicas se esfuerzan por impedir la aparición de normas comunitarias que les obliguen a cambiar su forma de operar en Europa”.

La nueva estrategia y narrativa de las grandes empresas tecnológicas se basa en apoyar públicamente nuevas normas, pero solo normas blandas, elaboradas por ellas mismas

La nueva estrategia y narrativa de las grandes empresas tecnológicas “se basa en apoyar públicamente nuevas normas, pero solo normas blandas, elaboradas por ellas mismas”. Además de “replantear la regulación como una amenaza, para sus propios beneficios, sino para las PYMES y los consumidores”, lamentan, tal y como hizo Amazon en España al enviar un email a sus 9.000 clientes pymes y hacer público que iba a traspasar el coste de la “tasa Google” a sus usuarios.

La otra narrativa de la que las tecnológicas sacan provecho es el miedo a China y a que Europa se quede atrás. “Avivar los temores geopolíticos advirtiendo que la regulación hará que Europa se quede atrás con respecto a Estados Unidos y, sobre todo, a China”, explican

desde CEO que señalan que en esta narrativa sigue subyaciendo la creencia de que “la regulación ahoga la innovación”.

Ese cambio de narrativa también tiene que ver con el cambio en los actores principales, explica Ekaitz Cancela, periodista y autor del libro *Despertar del sueño tecnológico* (AKAL, 2019). “El cambio en la narrativa sobre la regulación de las grandes empresas ha coincidido con el cambio en las firmas que lideran la economía digital. Antes eran las teleco europeas y ahora las *Big tech* estadounidenses y chinas”, afirma Cancela, que relaciona este cambio con una batalla por la hegemonía tecnológica que se está dando en terreno europeo: “Grandes empresas nacionales, ONGs y activistas de todo tipo han politizado la privacidad como batalla política contra las *Big tech*, exigiendo también más regulación a estas empresas”.

Pero Silicon Valley ha sabido darle la vuelta a la tortilla con este cambio en su discurso de puertas para fuera y “ha conseguido integrar esa crítica para legitimar su poder”, explica Cancela, que pone como símil cuando los fondos de inversión que ofrecen carteras a individuales basadas en energías verdes: “La clave está en abrir falsos debates sobre regulaciones sobre la privacidad, por ejemplo, para que la intervención del Estado no ataque a cuestiones como la propiedad de las infraestructuras tecnológicas”.

ONG o asociaciones de PYME

Los tentáculos de Zuckerberg o Bezos no se quedan solo en los grupos de presión registrados como tal. Según señala el informe, al igual que han hecho durante décadas las empresas petrolíferas financiando informes adversos a la lucha contra el cambio climático, las tecnológicas en Bruselas financian una amplia red de *think tanks*, asociaciones de PYME y de empresas emergentes y consultorías jurídicas y económicas, para hacer llegar sus mensajes.

Es muy difícil conocer el total de ramificaciones de los lobbies de Silicon Valley, a menudo ocultos por posibles conflictos de intereses, pero la investigación señala que hasta 14 *think tanks* y ONG tienen estrechos vínculos con las grandes empresas tecnológicas. “Algunas de ellas parecen haber desempeñado un papel especialmente activo en los debates en torno al paquete de servicios digitales, organizando debates exclusivos o sesgados en nombre de sus financiadores o publicando informes alarmistas”, lamentan desde CEO.

Yago Álvarez Barba

La fuente original de este artículo es [El Salto](#)

Derechos de autor © [Yago Álvarez Barba](#), [El Salto](#), 2021

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Yago Álvarez Barba](#)

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants

permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca