

El pueblo vs. grandes tecnológicas

Por: [Carlos del Castillo](#)

Globalización, 02 de noviembre 2023

<https://www.eldiario.es> 28 October, 2023

Región: [Mundo](#)
Tema: [Tecnología](#)

El Gobierno de EEUU, los fiscales generales estatales y los reguladores de competencia se lanzan a por sus multinacionales tecnológicas en casos que podrían marcar el futuro de Internet.

We, The People son las icónicas primeras tres palabras de la constitución estadounidense. *El Pueblo vs.* también es la fórmula que usada en los tribunales del país cuando el Estado se enfrenta a un tercero en un proceso judicial. Ahora y por primera vez en casi 20 años, el dedo acusador de *El Pueblo* apunta a las grandes tecnológicas de Silicon Valley. En mes y medio se han acelerado tres causas a gran escala contra Meta, Amazon y Google que podrían determinar no solo el futuro de estas compañías sino de las redes sociales, el comercio electrónico y la publicidad digital.

Serán procesos trascendentales para Internet. Aunque la Unión Europea acaba de aprobar un gran paquete legislativo que **augmenta su capacidad de acción sobre estas compañías**, en última instancia es EEUU el que puede provocar cambios permanentes y significativos en estas plataformas de servicios globales con sentencias sobre sus empresas matrices. Muestra de ello es la versión de pago de Facebook e Instagram con la que Meta planea regatear las regulaciones de privacidad de la UE: un modelo de negocio en el que la compañía reconoce que **no cree en absoluto**, pero que está dispuesta a implantar en Europa para simular ante Bruselas que no obliga a nadie a ser rastreado con motivos publicitarios.

Su alcance se dejará sentir tanto en un sentido como en otro. Si los juicios encallan, es previsible que el statu quo digital y sus problemas se extiendan durante años. El caso **El Pueblo vs. Microsoft** es el antecedente: en 1998 EEUU se lanzó a por la compañía fundada por Bill Gates en un gran proceso antimonopolio. Fracasó. Microsoft se libró con un acuerdo extrajudicial que le permitió seguir usando Windows como herramienta para controlar la competencia en el entorno PC durante décadas.

Desde entonces se han sucedido tres generaciones digitales completas (la del primer Internet; la de la web 2.0 y sus herramientas sociales; y la del Internet móvil) sin que EEUU se haya sentido preparado para dar un paso similar. Ahora, en los albores de la generación de la inteligencia artificial, *El Pueblo* vuelve a la carga. Esto es lo que está en juego:

Las redes sociales y el tabaco

La última en sentarse en el banquillo ha sido Meta. Una demanda firmada esta semana por

41 de los 50 fiscales generales de EEUU (uno por cada estado) acusa a la corporación de redes sociales de diseñar Facebook e Instagram de forma que resulten tóxicas para la salud mental de sus usuarios, pero a la vez adictivas, para que no puedan dejarlo y necesiten cada vez más. Especialmente, para los menores de edad.

“Meta se ha aprovechado del dolor de los niños diseñando intencionadamente sus plataformas con características que les manipulan y les mantienen adictos a sus plataformas, al mismo tiempo que rebajan su autoestima”, ha explicado la fiscal general de Nueva York, Laetitia James. “Al igual que las grandes tabacaleras, Meta ha optado por maximizar sus beneficios a expensas de la salud pública, perjudicando específicamente la salud de los más jóvenes”, exponía Phil Weiser, fiscal general de Colorado.

Al igual que las grandes tabacaleras, Meta ha optado por maximizar sus beneficios a expensas de la salud pública

Fiscal general de Colorado

Varios fiscales han remarcado la metáfora del [tabaco y alguno ha llegado a citar “el opio”](#). La comparación no es baladí: el fondo del caso contra Meta es si las redes sociales tienen un potencial demasiado nocivo para la población, especialmente para los menores, como para dejar que sus características se decidan a puerta cerrada por empresas privadas. La edad mínima de uso o incluso el diseño y los contenidos de estas plataformas podrían verse alterados por los hallazgos que los fiscales expongan el proceso.

En un comunicado enviado a elDiario.es, una portavoz de Meta ha lamentado que los fiscales hayan emprendido la vía judicial contra ellos. “Nos decepciona que, en lugar de trabajar de forma productiva con empresas de todo el sector para crear normas claras y adecuadas a la edad para las numerosas aplicaciones que utilizan los adolescentes, los fiscales generales hayan elegido este camino”, ha manifestado. En la corporación se sienten señalados y defienden que hay otras redes además de Instagram muy populares entre los menores. En este sentido, varios medios estadounidenses han adelantado la posibilidad de que se realice una acción judicial similar contra TikTok en los próximos meses, con los mismos argumentos.

“Compartimos el compromiso de los fiscales generales para proporcionar a los adolescentes experiencias seguras y positivas online, y ya hemos introducido más de 30 herramientas para apoyar a los adolescentes y sus familias”, ha añadido la portavoz. Esta demanda por los daños que ocasiona a los menores se suma otra que EEUU presentó en 2021 contra Meta por monopolio en el sector de las redes sociales, que está a la espera de juicio.

El control del mercado online

A finales de septiembre la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) y los fiscales de 17 estados se unieron en una demanda conjunta contra Amazon. En este caso se trata de un caso antimonopolio en la que el regulador de la competencia estadounidense acusa al gigante de comercio electrónico de utilizar su posición de poder para subir los precios en su beneficio y de manera artificial, obligar a los vendedores a usar su plataforma y perjudicar a sus competidores.

En el caso contra Meta, los fiscales han remarcado que han sido capaces de superar la “polarización política” de EEUU para armar un proceso contra la compañía de Mark

Zuckerberg. El caso de Amazon es el opuesto: la demanda tiene un marcado perfil demócrata, ya que el gigante del comercio electrónico se ha convertido en uno de los mayores objetivos del Gobierno de Joe Biden. 15 de 17 estados que la han secundado están también gobernados por los demócratas.

La demanda era ampliamente esperada desde que Biden eligió como presidenta de la FTC a Lina Khan, muy crítica con las prácticas de Amazon. “Está explotando su poder de monopolio para enriquecerse mientras sube los precios y degrada el servicio para decenas de millones de familias estadounidenses que compran en su plataforma y para las cientos de miles de empresas que dependen de Amazon para llegar a ellos”, expone Khan en un comunicado.

Además de la manipulación de precios, la FTC aspira a demostrar en los tribunales que Amazon obliga a los vendedores a usar sus servicios, como el publicitario o el logístico, si quieren tener éxito en su plataforma. Hasta ahora ha podido sacar a la luz un “algoritmo secreto” con el que Amazon calculaba cuánto podía subir el precio de un producto, haciendo que el resto de vendedores también lo subieran, sin perjudicar sus ventas. La compañía reconoce la existencia de ese algoritmo pero afirma que su efecto “se ha exagerado”.

De prosperar, la demanda tendría como resultado menos productos entre los que elegir, precios más elevados, entregas más lentas y menos opciones para los consumidores

Amazon

“Las prácticas que la FTC cuestiona han ayudado a estimular la competencia y la innovación en toda la industria minorista y han favorecido el acceso a una mayor selección de productos, así como precios más bajos y unas velocidades de entrega más rápidas”, asegura Amazon en un comunicado enviado a este medio. “De prosperar, la resolución de la FTC tendría como resultado menos productos entre los que elegir, precios más elevados, entregas más lentas para los consumidores y menos opciones para las pequeñas empresas y pymes, todo lo contrario de lo que pretende la Ley Antimonopolio”, añade la compañía.

En España, Amazon ha sido multada recientemente por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por [amañar precios y expulsar de su plataforma](#) de forma irregular a su competencia y la de Apple. La compañía ha anunciado que recurrirá ante los tribunales la resolución, por la que también ha sido multada la propia Apple.

El negocio de la publicidad digital

El de Google está siendo el primer gran juicio antimonopolio de Internet. Arrancado en septiembre, se trata del primer proceso que se dirige ya en los tribunales. La pregunta a resolver es si la compañía ha dominado el mercado de los buscadores por sus propios méritos, o bien ha sido gracias a sus pagos de decenas de miles de millones de dólares para que Apple y otros fabricantes de teléfonos y proveedores de servicios digitales configuraran Google como el buscador predefinido en sus productos. Unos pagos que para la FTC suponen “una red ilegal de acuerdos privados” que, a su vez, han permitido a Google dominar el negocio de la publicidad digital.

“Google ha suscrito una serie de acuerdos de exclusión que bloquean las principales vías a través de las cuales los usuarios acceden a los motores de búsqueda y, por tanto, a internet, al exigir que Google se establezca como motor de búsqueda general

predeterminado en miles de millones de dispositivos móviles y ordenadores de todo el mundo y, en muchos casos, prohibir la preinstalación de un competidor”, detalla la demanda, presentada en 2020 por el Departamento de Justicia y apoyada por ocho estados.

Según la documentación expuesta en el juicio, Google ha invertido al menos 9.000 millones de euros al año solo en pagos a Apple para ser el buscador predefinido en los iPhone, iPad o Mac. Una cifra a la que habría que sumar el resto de acuerdos con otras compañías.

“Pagamos a los fabricantes de dispositivos y operadores por la promoción adicional de servicios como Chrome y nuestro buscador”, ha reconocido Kent Walker, presidente de Asuntos Globales de Google. “Es algo parecido a cuando un supermercado le cobra a una marca de cereales por situar sus productos los primeros al comienzo de un pasillo o a la altura de los ojos en las estanterías”, asegura.

Pagamos por la promoción de nuestro buscador, pero es algo parecido a cuando un supermercado le cobra a una marca de cereales por situar sus productos a la altura de los ojos

Google

“Nuestro objetivo en este juicio es demostrar que los acuerdos de distribución de nuestro buscador reflejan la libre elección por parte de los proveedores de navegadores como de los fabricantes de dispositivos, basadas en la calidad de nuestros servicios y en las preferencias de los consumidores”, ha explicado el alto directivo de la multinacional.

La demanda de 2020 se ha visto reforzada este 2023 con un nuevo proceso abierto por el Departamento de Justicia y 12 estados contra la compañía. En este caso apunta directamente a su negocio publicitario. “La competencia en el espacio de la tecnología publicitaria está rota, por razones que no eran ni accidentales ni inevitables. Un gigante de la industria, Google, ha corrompido la competencia legítima al emprender una campaña sistemática para hacerse con el control de la amplia gama de herramientas de alta tecnología utilizadas por editores, anunciantes y agentes para facilitar la publicidad digital”, reza la demanda.

“La demanda trata de reescribir la historia”, contestó Google. “Somos una de los cientos de empresas que permiten la inserción de anuncios en Internet. Y es bien sabido que la competencia aumenta a medida que más y más empresas entran e invierten en la construcción de sus negocios publicitarios”, alega la multinacional, que señala que Amazon, Microsoft, Apple, TikTok o Disney también han invertido mucho por hacerse con una porción del pastel publicitario, pero que son ellos los que han conseguido imponerse en ese mercado.

La serie de demandas contra Google podrían forzar a la multinacional a desinvertir en diversos sectores y [separarse en empresas más pequeñas](#). Las consecuencias para Internet del desmembramiento de su principal gigante son un debate abierto. Por un lado, los críticos argumentan que esta fragmentación supondría una mayor competencia, reduciendo el poder que puede acaparar una sola empresa. Sin embargo, también existen dudas sobre cómo podría afectar a la estabilidad de las herramientas digitales más usadas o la ciberseguridad, dos aspectos en los que el tamaño de Google le permiten ser una de las compañías más robustas.

La fuente original de este artículo es <https://www.eldiario.es>

Derechos de autor © [Carlos del Castillo](#), <https://www.eldiario.es>, 2023

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

Artículos de: [Carlos del Castillo](#)

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