

Los intocables de Mark Zuckerberg

Facebook es una cámara de resonancia de desinformación, pero parece muy difícil trocear la compañía para limitar su poder



MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA
Madrid · 29 AGO 2020 · 00:03 CEST



El fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, durante una conferencia en la Universidad de Georgetown. ANDREW CABALLERO-REYNOLDS/AFP/GETTY IMAGES / AFP VIA GETTY IMAGES

Hace años que Facebook no es una red social de amigos. Ni siquiera una plataforma de publicidad. Tampoco un espejo que refleja la sociedad. Es un arma cargada en manos de 2.700 millones de personas y hogares. [Un tejido digital donde se filtra la desinformación](#), el racismo, teorías conspirativas, el discurso del odio, las mentiras, y que algunos utilizan para la limpieza étnica (Myanmar), perseguir a disidentes (Camboya) o incitar a que la opinión pública apoye escuadrones de la muerte (Filipinas). Un inmenso laboratorio destinado a grupos que niegan la Shoá, que piensan que la red 5G fríe el cerebro o que la masacre (murieron 20 niños y 7 adultos) del colegio Sandy Hook en Connecticut (Estados Unidos) jamás existió. Como escribe *The Guardian*: “Si Facebook fuera un país, sería Corea del Norte”.

Pero [Mark Zuckerberg](#), al frente de su nación digital, resulta inmune a cualquier geografía física. Desde que la Comisión Federal de Comercio de [Estados Unidos impuso a la red social la multa récord de 5.000 millones de dólares](#) por el escándalo de Cambridge Analytica (filtración de datos personales de 87 millones de personas reutilizados incluso por la campaña de Trump), la acción no ha dejado de subir. Es verdad que los últimos datos trimestrales reflejan el crecimiento más lento de los ingresos desde que salió a Bolsa en 2012, pero pese a todo ha superado las expectativas de los analistas. Y su geología del dinero acumula estratos cada vez más sólidos. Unos ingresos de 18.700 millones de dólares (un aumento del 11% interanual, cuando el mercado esperaba un 3%), 1.790 millones de usuarios activos diarios, 2.700 millones mensuales y un ingreso medio por usuario de 7,05 dólares. Además de una cartera de 9.000 millones de anunciantes, acorde con Goldman Sachs.

“El pronóstico”, lanza Matteo Ceurvels, analista de la consultora eMarketer, “es que los ingresos publicitarios de Facebook crezcan un 5,9% este año, hasta los 73.780 millones de dólares [62.500 millones de euros]”. Zuckerberg se ha convertido en un emperador del conocimiento. Un cambio mínimo en su algoritmo decide cómo cambia el viento de la información. [El Congreso de Estados Unidos lleva más de un año investigando la posible violación de las leyes antimonopolio](#) de Apple, Google, Amazon y Facebook. Se han acumulado 1,3 millones de documentos y cientos de horas de interrogatorios. El responsable de la red defendió, por videoconferencia, su visión del mercado. “Competimos contra las empresas que están en esta audiencia, pero también contra muchas otras que venden publicidad y conectan gente”, arguyó. La gestora Capital Group calcula que controla el 22% del mercado de la publicidad digital del mundo y desde ahí es indiferente, incluso, a los boicoteos.

[A partir de mediados de junio y hasta finales de julio, la plataforma “sufrió” el mayor bloqueo de su historia](#). Disney, Unilever, Volkswagen, Ford, Coca-Cola, entre otras 1.000 empresas, dejaron de anunciarse en la red como protesta por la difusión de mensajes de odio. “La campaña no solo hizo mella en los ingresos de Facebook, sino que también señaló la responsabilidad directa de la plataforma y su incapacidad para actuar contra la intolerancia y la desinformación”, observa Imran Ahmed, consejero delegado del Center for Countering Digital Hate (Centro para Contrarrestar el Odio Digital), uno de los impulsores del boicoteo. Pero lo cierto es que, dependiendo de las fuentes, Facebook perdió solo entre el 5% y el 1% de sus ingresos. “Los 100 principales anunciantes de la plataforma aportan únicamente un 1% de su facturación total, así que las pérdidas podrían ser de 1.000 millones de dólares”, estima Daniel Morgan, vicepresidente de la firma de inversiones Synovus Trust Company. Calderilla.

Entre bastidores, [Zuckerberg](#) coloca sus fichas políticas. Se sabe que se ha reunido dos veces en privado con Trump, la segunda se conoció gracias a una filtración, y resulta casi imposible que haga algo parecido con Joe Biden, quien está a favor de recortar su inmenso poder. El fundador de la red quiere jugar su partida con blancas. Y está viendo cómo Trump reúne a su grupo. El antiguo jefe de análisis de datos de Cambridge Analytica, Matt Oczkowski, ha creado una nueva empresa, Data Propria, que está trabajando —revela The Guardian— con el director de la campaña digital de Trump de 2016, Brad Parscale. La plataforma también ha fichado al lobbista de derechas (trabajó con Bush en energía) Joel Kaplan. Las piezas se mueven. Y el presidente estadounidense se asoma a los límites. ¿Puede Facebook elegir al próximo mandatario?

Lejos de ser una exageración, en muchos contextos la plataforma tiene más influencia que los políticos pese a que haya anunciado una nueva política de control de contenidos. Conocemos el impacto que tuvo en las elecciones de 2016 al divulgar información fantástica y tergiversada sobre la entonces candidata Hillary Clinton. “Facebook no es lo suficientemente poderoso como para elegir al presidente de Estados Unidos. Pero ya no es posible ser elegido sin tener una estrategia seria en la red social”, reflexiona Philip N. Howard, director del Instituto de Internet de la Universidad de Oxford. Zuckerberg lo sabe. Al igual que tiene muy claro cómo actuar en el mercado. “Es el *bullying* de la industria. Cuando aparece un competidor: o lo compra o lo copia; hasta acabar contigo. Porque quiere ser un medio de comunicación”, alerta el tecnólogo Enrique Dans.

División

La propuesta que lleva tiempo gravitando como un asteroide sin caer a tierra es dividir la compañía (Facebook, Instagram, WhatsApp) ante el fracaso de la autorregulación. Pero bajo la actual Administración, y un desplome de la economía, parece imposible romperla. “Sería difícil dividir la red pues las diferentes aplicaciones están vinculadas tecnológicamente de una manera integral y además esta partición seguramente empeoraría la situación de los consumidores”, observa Robert D. Atkinson, presidente de la Fundación de Tecnología e Innovación de la Información (ITIF, por sus siglas en inglés). Porque la plataforma estima que unos 3.140 millones de personas usan todos los meses Facebook, Instagram (aunque la compañía no publica datos segregados sobre la aplicación, es una de sus mejores fuentes de ingresos), WhatsApp (es la primera mensajería en 109 países, según Synovus Trust Company) o Messenger. Su estrecha “familia” de servicios.

“Facebook es una amenaza a la seguridad nacional con cero capacidad para darse cuenta de que se trata de una empresa estadounidense que hace negocios en todo el mundo y no una camarilla global que tiene el mismo régimen regulatorio que la ONU o el Banco Mundial. Es decir, ninguno”, critica Renee Murphy, analista principal de la consultora estadounidense Forrester Research. Quizá la respuesta esté en legislar desde la privacidad y considerar, al igual que defiende Shoshana Zuboff, profesora emérita en Harvard Business School, que [la gestión de los datos privados es un derecho humano y no un activo comercializable](#). Todo sin olvidar la historia y cambiar su eterno retorno. “Cuando seamos viejos y con el pelo canoso, miraremos hacia atrás en este momento al igual que la gente lo hace hoy con las grandes tabaqueras y pronto con los gigantes petroleros. En otras palabras, esta no es la primera vez que una corporación enorme ha ganado miles de millones haciendo lo que está moralmente mal, a propósito, y no será la última”, avisa Murphy. Zuckerberg sonríe. Su 13% de Facebook ya vale 100.000 millones de dólares.

Se adhiere a los criterios de

The Trust Project

Más información >

ARCHIVADO EN:

Economía · Negocios · Facebook · Bolsa · Instagram · WhatsApp · Mark Zuckerberg

MÁS INFORMACIÓN

CRISIS DEL CORONAVIRUS

Las tecnológicas agigantan su dominio en plena pandemia

EMPRESAS

Las grandes tecnológicas de EE UU aumentan beneficios en plena pandemia

NEWSLETTER

Recibe la mejor información en tu bandeja de entrada

TE PUEDE INTERESAR

- Messi pide pactar con el Barça
- La extraordinaria visita de unos indígenas aislados a una remota aldea de Brasil
- Biografía desautorizada de Susan Sontag
- Sánchez avisa a sus ministros de que vienen “meses muy duros” y les pide unidad

OFERTAS

¡ahorro.

¡Ahorro se renueva con nuevo logo y página web

¡Visítanos!

¿Cuáles son las mejores hipotecas de agosto de 2020?

¡Encuentra la tuya!

¿Qué son las hipotecas verdes?

Descubre sus ventajas

¿Te han pedido ser avalista en un préstamo?

Esto debes saber

LO MÁS VISTO EN...

Top 50 >

EL PAÍS

Negocios

Es el momento de opositar

Carrefour compra la cadena Supersol por 78 millones para crecer en proximidad y comercio 'online'

La pandemia lleva al euro a su máximo de dos años frente al dólar

La Reserva Federal instaura una larga era de tipos cero

Coca-Cola anuncia una reestructuración de su actividad y un ajuste de plantilla

La nueva normalidad restituye algo de brillo a las hipotecas variables

Las proyecciones económicas de México chocan con el optimismo del Gobierno

El diálogo social se complica a la vuelta del verano

El Gobierno abre la puerta a prolongar los ERTE más allá de septiembre para los sectores más afectados

El Banco de Inglaterra niega haber agotado su munición y se abre a tipos de interés negativos