EL ÓRDAGO DE ZUCKERBERG

¿Qué sería de los usuarios y sus archivos si Facebook e Instagram abandonaran Europa?

V+

- La amenaza de Meta de cerrar Facebook e Instagram en el Viejo Continente podría acarrear derivadas no tan evidentes
- Facebook e Instagram cerrarán en Europa si la UE impide transferir los datos de sus usuarios a USA

Mark Zuckerberg frente a su avatar virtual en el metaverso (REDACCIÓN / Terceros)

Álex Frutos
09/02/2022 06:00 | Actualizado a 09/02/2022 08:30

15

"El que no llora, no mama", podría servir seguramente como expresión muy nuestra para describir la última estrategia de comunicación de Mark Zuckerberg en su prolongado pulso con las autoridades europeas a cuenta de los derechos de los usuarios de sus redes sociales. Meta se ha revuelto y amenaza con cerrar Facebook e Instagram en Europa si la UE le impide almacenar los datos de los usuarios del Viejo Continente en sus servidores americanos.

LV_Francia responde a la amenaza de Meta de cerrar Instagram y Facebook: ¿Y qué?

La última queja de Zuckerberg es apenas un párrafo enterrado entre las 134 páginas del último informe que presentó Meta a la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos, pero ofrece pistas nítidas sobre el sombrío escenario que se avecina en Europa para la compañía antes conocida como Facebook. También anticipa un periodo de negociaciones legislativas que se prevé duro y en el que este intento de presión para doblegar la legislación a su favor es solo el primer paso.

Órdago

Meta amenaza con cerrar Facebook e

Al Minuto

- Laporte: "No hice una proclama antivacunas"
- Montero e Iglesias relatan el "miedo por sus hijos" por el acoso de un periodista
- ONCE, comprobar resultado del sorteo del Cupón diario y el Super ONCE de hoy miércoles 9 de febrero del 2022
- El debate decisivo de las elecciones del 13F en Castilla y León, en streaming
- El Govern lanza un plan para investigar sobre el 6G con fondos europeos
- Exhibición en Zubieta entre Real Sociedad y Barcelona

Instagram en Europa si la UE le impide almacenar los datos de los usuarios europeos en sus servidores americanos.

Mark Zuckerberg ha puesto todas sus esperanzas de seguir haciendo negocio con los usuarios en el metaverso (Facebook)

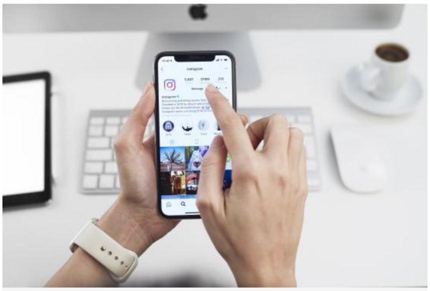
“Si no podemos transferir datos entre los países y regiones donde operamos, o si se nos impide compartir datos entre nuestros productos y servicios, podría afectar a nuestra capacidad para prestar esos servicios, la manera en la que los prestamos y nuestra habilidad para ofrecer publicidad segmentada”, sostiene Meta en el citado informe. Dicho de otro modo, y este es el órdago algo sobreactuado, que si no se llega a un acuerdo en 2022 estarían dispuestos a cerrar Facebook e Instagram en Europa.

Lee también
Por primera vez en su historia, Facebook pierde más usuarios de los que gana
LA VANGUARDIA

La frase que más pesa en dicho discurso, lógicamente, es la relativa al mercado publicitario, del que Meta obtiene el 98% de sus beneficios. Si Europa le prohíbe transferir a sus servidores norteamericanos los datos que almacena en Europa –como todo apunta a que sucederá–, le estaría cortando de raíz su principal fuente de ingresos: la capacidad para ofrecer publicidad segmentada para empresas en base a los perfiles de sus usuarios.

> **La probabilidad de que Facebook decida voluntariamente abandonar un mercado como la UE es bajísima**

Enrique Dans
profesor de Innovación de IE University,



Un hombre maneja su cuenta de Instagram en un iPhone (Getty Images)

¿Amenaza con base real o farol?

El escenario invita a preguntarse: ¿van a cerrar realmente Facebook e Instagram en Europa? Enrique Dans, profesor de Innovación de IE University, cree que el futuro a corto plazo no será tan drástico. “La probabilidad de que Facebook decida voluntariamente abandonar un mercado como la Unión Europea es bajísima. Si lo hiciera, su cotización bursátil recibiría un impacto elevadísimo, y seguramente sería incluso denunciada por plataformas de inversores por no defender sus intereses adecuadamente”.

Lee también
Facebook pierde valor cuando las otras 'big tech' baten expectativas
FRANCESC PEIRÓN

La verdaderas intenciones de Meta al incluir este párrafo bomba en su informe quedaron de manifiesto a las primeras de cambio. Su estrategia es clara: primero la amenaza; después la negociación. En un comunicado enviado a La Vanguardia por la empresa matriz de Meta en España, Nick Clegg, su vicepresidente de Asuntos Globales y Comunicaciones, ha matizado el discurso. “No tenemos ningún deseo ni planes de retirarnos de Europa, pero la simple realidad es que Meta, y muchas otras empresas, organizaciones y servicios, dependen de las transferencias de datos entre la UE y los EE.UU. para operar servicios globales”.

Mark Zuckerberg no cerrará sus negocios en Europa a no ser que no tenga otra opción (LEAH MILLIS / Reuters)

Meta no quiere cerrar sus servicios estrella en el Viejo Continente, entre otras razones porque sería incapaz de sostener el tsunami de pérdidas que se le vendría encima en caso de llevarlo a cabo; pero sí tiene claro que debe presionar para que la legislación europea no dañe su negocio. En un escenario desfavorable, Meta ha endurecido el discurso. Es un síntoma más de la debilidad de un gigante que lleva un año recibiendo malas noticias. Las acciones de la compañía han perdido un 20% de su valor, los usuarios de la plataforma han dejado de crecer por primera vez desde su fundación hace 17 años y los gobiernos están comenzando a trazar líneas rojas en lo que antes era libre albedrío.

> **“El legislador tiene que tener en cuenta los intereses de los usuarios europeos y la seguridad, muy discutible, que plantea el hecho de que sus datos sean procesados en los Estados Unidos”**

> **Enrique Dans**
> **Profesor de Innovación de IE University**

“Lo que tiene que hacer el legislador es tener en cuenta no a Facebook, sino los intereses de los usuarios europeos y la seguridad, muy discutible, que plantea el hecho de que sus datos sean procesados en los Estados Unidos”, subraya Dans. La amenaza de Zuckerberg, pues, es una respuesta directa a la sentencia Schrems II emitida por el Tribunal de Justicia Europea en 2020. El juego para Meta ha cambiado desde la aparición en escena de Maximiliam Schrems, el austriaco que denunció que Facebook se llevaba sus datos a servidores de Estados Unidos.

¿Qué pasa con nuestros datos si cierra Facebook?

“Chico, los europeos lo tienen bien”. Con esta fina ironía abren el artículo sobre la improbable espantada de Meta en The Verge, el portal norteamericano especializado en tecnología. Un vistazo a los comentarios en redes sociales tampoco invita a pensar que el cierre de Facebook e Instagram vaya a traer el luto masivo para sus usuarios. ¿Pero qué ocurrirá con nuestros datos si Facebook cierra?

La más que dudosa ética con la que Meta ha manejado su negocio desde su fundación invita al debate sobre lo que sucedería con nuestros datos en el hipotético caso de que bajase la persiana. No es para menos tratándose de una compañía que ha reconocido su responsabilidad en un genocidio, como el sufrido por la minoría musulmana rohingya en Myanmar.

La pantalla de Facebook en un móvil (Getty Images)

Sin embargo, en este sentido los usuarios de Facebook e Instagram pueden estar tranquilos. Los datos de los usuarios seguirán siendo de los usuarios tras un improbable apagón. “Incluso en el hipotético caso, extremadamente improbable, de que Facebook decidiese abandonar el mercado europeo, no podría legalmente negar a los usuarios el acceso a los datos que tiene sobre ellos”, explica Enrique Dans,

Un escenario diferente se les presenta, sin embargo, a las marcas que llevan poniendo sus huevos en la cesta de Facebook durante años. A los anunciantes que han crecido durante una década en los terrenos de Facebook, en un ecosistema tóxico que ofrecía a las marcas un acceso nunca visto a los datos personales más variopintos de sus potenciales compradores. Pasado el periodo de transición, quizá sería una oportunidad de oro para virar hacia un modelo más ético.

> **Incluso en el caso, de que Facebook abandonase el mercado europeo, no podría legalmente negar a los usuarios el acceso a los datos que tiene sobre ellos”**
>
>
> **Enrique Dans**
> **Profesor de Innovación de IE University**

Facebook ha cimentado su crecimiento en el cuestionable tratamiento de los datos de sus usuarios. A las marcas dispuestas a entrar en el juego les ofrecía oro: la posibilidad de crear publicidad específica según los intereses individuales de cada usuario. Pero la era de hablar de pizzas frente a tu móvil y al instante recibir cuatro recomendaciones de restaurantes parece estar llegando a su fin. La legislación europea va a acabar con la publicidad hipersegmentada tal y como la conocemos. El escenario para Facebook, que obtiene el 98% de sus beneficios precisamente de esa manera, es mortal de necesidad.

Lee también
El sueño de Mark Zuckerberg de lanzar una criptomoneda se desvanece: adiós a Diem
LA VANGUARDIA

No es la única amenaza que afronta el modelo de negocio de Zuckerberg. Políticas como la de Apple, que ofrece la opción a cada usuario de limitar los datos que regala a Facebook, le han ocasionado pérdidas millonarias en los mercados dominados por iOS (principalmente Estados Unidos) y hacen imposible que pueda seguir ofreciendo a las marcas su receta estrella. Es más, si la ofrece al mismo precio que ahora, es muy probable que las marcas vayan abandonando progresivamente el servicio.

Los cambios tecnológicos que ha introducido Apple le han costado mucho dinero a Meta

“Las empresas que se anuncian en Facebook deben entender que la publicidad que hacen es cada vez peor como resultado de las restricciones que Apple y, pronto, las que va a plantear la legislación europea a la publicidad hipersegmentada, y deben tener un plan B para sustituir a Facebook”, añade Dans.

Facebook cuenta que perderá la posibilidad de rastreo con fines publicitarios para los iPhone (Johanna Geron / Reuters)

Ya que soplan vientos de cambio en Meta, -haber modificado su nombre y su arriesgada apuesta por el metaverso no ofrecen dudas sobre ese viraje-, cobra importancia el debate sobre las redes sociales que vienen. ¿A qué red social me entregaría si cerrasen Facebook e Instagram? TikTok alcanzaba en septiembre la icónica cifra de los mil millones de usuarios usuarios activos mensuales y parece la mayor amenaza para el liderazgo, hasta ahora incuestionable, de Meta. Lo que es seguro, porque la historia nos lo ha enseñado, es que los desheredados de Meta encontrarían pronto nuevas redes donde seguir relacionándose.

Resulta sensato pensar que incluso sus clientes de mayor edad, los seniors que han sido la base del éxito de Facebook durante largo tiempo, podrían encontrar fácilmente pan que llevarse a la boca en otra red social. Si algo han despertado las compañías de Meta durante años es la necesidad de la gente por vivir en un entorno conectado y esa huella es ya tan profunda que se antoja imposible borrarla. Como dice el proverbio americano: “you can kill the man but not the idea” (“puedes matar a la persona pero no a la idea”).

Lee también
Zuckerberg pone la primera pieza del metaverso: un superordenador que entrenará modelos de IA
ÁLEX FRUTOS

Enrique Dans es, además, optimista al respecto desde el punto de vista empresarial y geopolítico al afirmar que “posiblemente esas nuevas redes que surgirían tras un improbable cierre de Facebook responderían a algoritmos menos perversos que los de las redes propiedad de Meta. Incluso podríamos pensar en la posibilidad de que alguna compañía europea decidiera intentar aprovechar el nicho que estaría dejando Facebook con principios más adecuados a la legislación del continente, y podríamos así contar con un gigante tecnológico europeo”.

Europa y Estados Unidos llevan tiempo endureciendo sus legislaciones para acabar con la publicidad invasiva. Es un proceso que parece no tener vuelta atrás, precisamente porque atañe a los derechos fundamentales de las personas y augura el fin de las redes sociales tal y como las conocemos. “Que ya nos hayamos acostumbrado a leer una página sobre cáncer y nos empiecen a bombardear con anuncios de tratamientos magufos sobre el cáncer no quiere decir que eso no sea una aberración de la que la ley debería protegernos”, argumenta Enrique Dans. Facebook sostiene lo contrario, que le permitan seguir atentando con nuestros derechos a cambio de sus servicios. Un pataleo que suena a fin de ciclo.

Participa en el Debate
Examen a las redes sociales
PARTICIPACIÓN

Viber
WhatsApp
Facebook
DEBATE
Redes Sociales

MOSTRAR 15 COMENTARIOS

Joan Josep Pallàs

ANÁLISIS

Segundo seísmo

09/02/2022 00:05 | Actualizado a 09/02/2022 08:32

Fuerte temblor de tierra para el mandato de Joan Laporta, segundo en la escala de seísmos solo por debajo del adiós de Messi. Ferran Reverter, el director general del Barça que solía comparecer ante los medios con aura inalámbrica stevejobsiana, el ejecutivo que barnizaba de modernidad a la junta y le confería una imagen de necesaria rectitud, ha saltado del barco cuando este se enderezaba y tomaba velocidad.

Las maneras del adiós son amistosas, el comunicado oficial aduce “motivos personales y familiares”, y el oficioso y un tanto naíf, que se había vaciado en menos de un año de trabajo, pero los motivos de mayor peso para explicar su marcha no pasan por el estrés sino por una visión de la gestión del club cada vez más divergente respecto a la de Joan Laporta. Deberá apresurarse ahora el presidente para encontrar un relevo a la altura. La campaña que buscó convertir a Reverter en un crack de los despachos había funcionado, así que ahora llenar su vacío no será precisamente fácil.

LV_Ferran Reverter deja el Barça "por motivos personales y familiares"

En el seno de la entidad se tenía constancia de las desavenencias crecientes entre las dos figuras más poderosas de la nave hacía tiempo, pero el desenlace ha sido repentino. Los directivos fueron informados ayer por la mañana por el presidente, que es quien manda. Los motivos de la dimisión son variados, no hay