Imprimir

La debacle causada por la pandemia de Covid-19 ha devastado economías nacionales, multiplicado el desempleo, la marginación, el hambre y la pobreza y la crisis o quiebra de empresas de todos los tamaños. Pero algunas compañías y algunos de los más ricos del mundo han ganado en grande con esta pandemia.

Se aceleró la preocupante tendencia que ya existía a la digitalización (junto con la robotización y uso de inteligencia artificial) de muchas actividades industriales y financieras, así como de nuevos sistemas de vigilancia y control ciudadano.

Las principales ganadoras de la pandemia son las grandes plataformas digitales: Amazon, Microsoft, Apple, Google (Alphabet), Facebook, Baidu, Alibaba, Tencent. Las primeras cinco, conocidas como Gafam, tienen matriz en Estados Unidos. Las otras tres, con el ahora sugestivo acrónimo de BAT, en China.

Otras plataformas digitales, como las de entretenimiento, Zoom y algunas de entregas a domicilio también han crecido. Unas más, como Uber y Airbnb, han tenido pérdidas, aunque su meteórico ascenso y competencia desleal con las compañías regulares de taxis y hoteles (mayormente al no pagar impuestos) les habían dado abultadas ganancias.

La primacía de mercado y ganancias de las ocho mayores plataformas (Gafam y BAT) es abrumadora. Según el informe 2019 sobre economía digital de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad), 70 plataformas digitales tienen 90 por ciento del mercado mundial, pero las siete más grandes tienen dos tercios. Esas megaplataformas han aumentado significativamente sus ganancias en 2020, al igual que sus fundadores, Jeff Bezos (Amazon), Bill Gates (Microsoft) y Mark Zuckerberg (Facebook).

Según la Unctad, las empresas estadunidenses y chinas controlan 75 por ciento de las nubes de cómputo, 75 por ciento de las patentes sobre cadenas de bloque (*blockchain*) y representan 90 por ciento del valor de capitalización de mercado de todas las plataformas digitales.

Han seguido el mismo patrón que otros rubros industriales: las megaempresas se tragan a competidores más pequeños, logrando un control oligopólico del mercado. En años recientes, Facebook compró Whatsapp e Instagram; Microsoft adquirió Skype y Amazon a Souq, la principal plataforma de Medio Oriente. Facebook controla dos terceras partes de la redes sociales y Google más de 90 por ciento de las búsquedas. Amazon, la mayor ganadora con la pandemia, superó a Walmart como la mayor en ventas minoristas a escala global.

Uno de los nichos de dominación de mercado es que ofrecen almacenar los datos de otras empresas e instituciones públicas en sus servicios de nubes, donde también pueden manejar esos datos con inteligencia artificial. Esta capacidad de almacenamiento y uso de datos (extracción, minería de datos, gestión, interpretación, venta) es el motor fundamental de sus ganancias.

Siendo un factor de importancia creciente en economías nacionales y rubros industriales esenciales, las grandes plataformas no tienen casi fiscalización, regulación o supervisión pública. Básicamente establecen sus propias reglas, y alegando su carácter global están entre los mayores evasores de impuestos, lo que significa cifras astronómicas, mayores que el PIB de decenas de países enteros.

El factor fundamental de ganancia son los datos que les entregamos al usar estas redes. No solamente como individuos. También hay gobiernos que entregan o facilitan a esas plataformas los datos de sectores enteros de la población. Por ejemplo, Luis Hernández Navarro explica que la Secretaría de Educación Pública (SEP) pretende que la educación a distancia se realice a través de las herramientas que ofrecen Google y Youtube, con lo que éstas tendrán acceso a una multiplicidad de datos de profesores, alumnos e instituciones, incluyendo intereses, edad y ubicación geográfica (*La Jornada*, 14/04/20 https://tinyurl.com/y8q7788x).

Otra importante fuente de datos es el aumento exponencial de sistemas de vigilancia y control. Con la pandemia se ha extendido el uso de aplicaciones que siguen a las y los ciudadanos de ciudades o países enteros, supuestamente para alertar si son o no un riesgo

de contagio. Esto, a su vez, se cruza con el uso de cámaras y lentes *inteligentes*, conectados a bases de datos estatales o privadas, que ya se usan extensivamente en China, Rusia, Corea y otros países asiáticos, y va en rápido aumento en Europa y América del Norte y del Sur. El negocio es tan lucrativo que los clásicos competidores de sistemas operativos, Google y Apple, colaboran ahora en ofrecer una aplicación gratuita de monitoreo durante la pandemia, que probablemente luego incorporarán por defecto a todos los dispositivos.

Las implicaciones de control, vigilancia y potencial represión gubernamental de estos sistemas quitan el aliento. Pero son aún más amplias las consecuencias políticas y económicas que tienen al otorgar acceso masivo de los datos de los ciudadanos a estas empresas y la *inducción* que las que compran los datos ejercen para vender desde productos a preferencias electorales, como sucedió con Facebook y Cambridge Analytica. No es sólo un tema de privacidad de datos personales. Se trata de los nuevos gerentes del mundo y cómo vamos a enfrentarlos colectivamente.

Silvia Ribeiro, Investigadora del Grupo ETC

Fuente: https://www.jornada.com.mx/2020/05/09/opinion/023a1eco