

LO QUE FACEBOOK NO TE DIRÁ

POR QUÉ ES UN PROBLEMA PARA LA COMPETENCIA

“ Es mejor comprar que competir” – [Mark Zuckerberg \(2008\)](#)


Facebook es la compañía más importante en el mercado global de las redes sociales. Miles de millones de personas en todo el mundo usan los servicios de Facebook (Facebook, WhatsApp, e Instagram) para comunicarse con amigos y familiares. No hay alternativas fuertes a los servicios de Facebook. WhatsApp tiene dos mil millones de usuarios. Esto da poder suficiente como para obligar a la gente a que acepte cualquier cambio en las reglas.

WhatsApp domina el mercado de los mensajes de mensajería en unos 25 países. Es la aplicación de mensajería más extendida del mundo, con niveles de penetración entre usuarios de internet de 16 a 64 años de edad y en más del 90% de estos usuarios en países como [Kenia, Sudáfrica, Nigeria, Argentina, Colombia, Malasia y Brasil](#). La dominación creciente en el mercado de las plataformas digitales deriva de los “datos” personales que recolectan de modo gratuito entre sus usuarios y que luego usan para armar sus perfiles.

LAS AUTORIDADES DE COMPETENCIA RECONOCEN EL DATOPOLIO DE FACEBOOK

“En su calidad de compañía dominante, Facebook está sujeto a obligaciones especiales bajo la ley de competencia”. En el ejercicio de su modelo de negocios la compañía debe tomar en cuenta que los usuarios de Facebook no pueden cambiar de red social. En vista del poder de Facebook sobre el mercado, una aceptación forzada de los términos y condiciones de la compañía no es un punto de partida adecuado para un procesamiento de datos tan intensivo. La única opción que tiene el usuario es o bien aceptar esta combinación comprensiva de los datos o dejar de usar la red social. En una situación tan difícil, la opción de los usuarios no puede pensarse como un consentimiento voluntario. – [Bundeskartellamt de Alemania \(autoridad de competencia\)](#), 2019

LAS AUTORIDADES DE COMPETENCIA TIENEN LAS HERRAMIENTAS PARA LIMITAR EL PODER DE MARK ZUCKERBERG'S

 En 2017, [la Autoridad de Competencia Italiana](#) multó a WhatsApp Inc. por 3 millones de euros a causa de la violación del Código del Consumidor Italiano que supuso pedir a los usuarios que aceptaran completamente los “términos y condiciones”, particularmente en lo que se refiere al hecho de compartir sus datos personales con Facebook.

-  En 2019 [el Bundeskartellamt alemán \(autoridad de competencia\)](#) sostuvo que la extensión con la que Facebook recolecta, combina y usa los datos en las cuentas de los usuarios constituye un abuso de su posición. La autoridad impuso restricciones de largo alcance en el procesamiento de datos de Facebook para evitar que lo combinara con diferentes fuentes de datos, incluyendo fuentes que le pertenecen a Facebook, como es el caso de WhatsApp.
-  En diciembre de 2020 [la Comisión Federal de Comercio](#) y [48 fiscales generales](#) demandaron a Facebook, alegando conductas ilegales y anticompetitivas y pidiendo que se disuelva a Facebook.
-  En enero de 2021 [la Autoridad de Competencia Turca](#) comenzó una investigación sobre Facebook y WhatsApp, enfocándose en los cambios de la aplicación a sus reglas para compartir datos. La autoridad emitió una orden de suspensión de las nuevas reglas de recolección de datos de WhatsApp en Turquía.
-  En marzo de 2021, la Comisión de Competencia de la India encontró que en los cambios propuestos en 2021 por WhatsApp, con los que se busca compartir datos con Facebook, es a prima facie un abuso de su predominio y [ordenó una investigación](#) que deberá completarse dentro de 60 días.

Necesitamos que más organismos reguladores actúen antes de que sea demasiado tarde.