

Google, la reina del “lobby”

Rosa Jiménez Cano – El País – 27/01/2018

La actividad de los grupos de presión en Estados Unidos es legal, está aceptada, pero la influencia forma parte del juego en Washington. En 2017, Google se ha convertido en la empresa que más invierte en estas prácticas, con un récord de 18 millones de dólares para influir en los legisladores. Las empresas de Silicon Valley fueron las que más dinero han gastado estos últimos años en mejorar su imagen y entrar en el entramado de poder. Esta cifra es bastante mayor de lo que emplearon otras grandes empresas de telecomunicaciones. Según los datos recolectados desde hace 30 años por el Centro de Política Responsiva este es el primer registro de una empresa concreta liderando la lista. A la investigadora Sarah Bryner no le sorprende que los nuevos líderes tecnológicos estén ejerciendo su influencia más allá de la web. Ella no cree que tenga un efecto inmediato, pero sí que consiguen que sus opiniones se escuchen y aporten puntos de vista diferentes. “Google siempre ha mantenido el lema *don't be evil* y no hay nada de malo en gastar dinero en política, pero sí es importante que la opinión pública lo sepa, que lo vigile”, argumenta Sarah. Amazon, siendo de los que más destacan, gastó 13 millones de dólares, y Facebook se quedó en un gasto de 11 millones. Apple no está entre las empresas que más gastan en estas labores, quedándose en 7 millones de dólares, aunque llama la atención que su partida haya aumentado un 51% en un solo año. Mientras Google, Apple y Facebook no han explicado esta actividad Amazon, lo ha hecho mediante un comunicado escueto: “Como uno de los grandes creadores de empleo de este país, hemos ampliado nuestro equipo en Washington D.C. para asegurarnos de que podemos estar encima de temas legislativos importantes que afectan a nuestros empleados y nuestros consumidores”.

Investigador: Nicolás Varela Andrade. Filosofía 4ºESO. Curso 2018-2019.