



Lo que TikTok y Tesla nos dicen sobre el pragmatismo en EEUU y China



FOTOS: BLOOMBERG

POR JOHN THORNHILL

Cuando Washington mira a China, ve una superpotencia ideológica, intervencionista y autoritaria que favorece a sus propias compañías mientras subvierte a sus rivales extranjeros. Cuando se mira en el espejo, Washington ve a Estados Unidos como una superpotencia pragmática, capitalista y democrática que defiende la libertad de

expresión y una competencia robusta. Sin embargo, cuando se trata del trato que reciben TikTok en EEUU y Tesla en China, esos estereotipos parecen haberse difuminado. Es EEUU el que se está volviendo más dogmático, mientras que China se está volviendo más pragmática.

Hace unos días, el Presidente Joe Biden firmó una ley que prohibirá el acceso de TikTok a las plataformas

Tanto Washington como Beijing hacen malabarismos con los temores en materia de seguridad con los intereses comerciales y la influencia política.

estadounidenses a menos que su matriz china, ByteDance, le venda la empresa a un comprador autorizado. En una rara muestra de unidad bipartidista, el Congreso argumentó que la propiedad de la plataforma de intercambio

de videos por parte de una compañía relacionada con China ponía en peligro la seguridad nacional.

TikTok proporciona un atractivo servicio de videos cortos utilizado por 170 millones de estadounidenses y 7 millones de empresas, para gran disgusto de rivales estadounidenses como Instagram, YouTube y Snapchat, los cuales han estado envenenando los oídos de los políticos. TikTok también ha hecho todo lo posible por convencer a los legisladores de EEUU de que los datos de los usuarios están seguros y libres de manipulación extranjera. Durante casi tres años, TikTok ha invertido US\$ 1.500 millones en la construcción de una infraestructura de datos protegida,

en colaboración con Oracle.

Sin embargo, sigue habiendo razones de peso para la prohibición de TikTok. La primera es el principio de reciprocidad. Beijing ya ha bloqueado en China aplicaciones de redes sociales estadounidenses, como Facebook, Instagram y X, por lo que difícilmente puede oponerse a que Washington imponga restricciones a TikTok.

Además, TikTok ha reforzado los temores del Congreso sobre la interferencia política al hacer una campaña enérgica contra la prohibición. Los investigadores han descubierto que, en comparación con Instagram, en TikTok tiende a restar importancia a los contenidos sobre Taiwán y Ucrania, mientras que se promocionan los videos que coinciden con las opiniones oficiales de China e Irán.

Tesla en China

Pero la agresión estadounidense contra TikTok contrasta

con el acomodo brindado a Tesla por parte de China. Recientemente, Elon Musk se reunió con el primer ministro chino, Li Qiang, y cerró un acuerdo favorable con el gigante tecnológico Baidu para acceder a sus sistemas de mapeo y navegación.

La gran ambición del CEO de Tesla es convertirla de una potencia de hardware en una de software. La conducción autónoma será fundamental para esa transición, y tener acceso a los datos chinos será de gran ayuda. Si Tesla pudiera aplicar la autonomía a una amplia flota de autos, "podría ser la mayor revalorización de activos de la historia", afirmó Musken llamada con analistas.

Está claro por qué Musk debería ser amable con China. Por qué China debería corresponder, no es tan obvio, especialmente cuando fabricantes nacionales de vehículos eléctricos como BYD ven a la compañía de EEUU como un rival mortífero. Pero puede que existan buenas razones pragmáticas para cortejar a Tesla.

Los analistas sugieren que Beijing está dispuesta a reactivar la inversión extranjera, la cual ha caído a su nivel más bajo en 30 años. Tesla, que invirtió más de US\$ 2 mil millones en la construcción de una gigafábrica en Shanghai en 2019 y ahora tiene 1,6 millones de autos en las carreteras chinas, podría contribuir a revertir la tendencia. La inversión de Tesla también ha estimulado el desarrollo de la industria china de vehículos eléctricos. Y llegar a un entendimiento con Tesla sobre la seguridad de los datos en los autos conectados puede ayudar a anular la preocupación cuando China venda sus propios autos en el extranjero.