

Google y Meta forman alianza para lanzar anuncios a jóvenes

Las normas de Google prohíben anuncios personalizados para usuarios menores de 18 años. Y sin embargo, los han acabado utilizando. Así lo demuestra una investigación de FT que nos habla de un pacto secreto entre Google y Meta precisamente con ese preocupante objetivo.

Proyecto secreto. Según documentos filtrados, Google trabajó con Meta en un proyecto de marketing orientado a ofrecer anuncios en YouTube para usuarios de entre 13 y 17 años. En esas campañas se promocionaba precisamente Instagram para que más jóvenes la instalaran y usaran.

Camfulando la idea. La campaña estaba «deliberadamente» orientada a un grupo de usuarios etiquetado como «desconocido» en el sistema de gestión de publicidad de Google. En esa iniciativa se priorizaba que los anuncios llegaran a menores de 18 años, pero además se tomaron medidas para evitar que el objetivo real de dicha campaña estuvieran camuflados.

En medio de la polémica. Este programa publicitario para atraer más usuarios a Instagram estaba en pleno desarrollo justo cuando Mark Zuckerberg apareció ante el Congreso de los EEUU en enero. En aquel momento se disculpó ante las familias por algo que se lleva debatiendo desde hace tiempo y que la propia Facebook admitió: Instagram es tóxica.

Alianza contra TikTok. Google y Meta son eternas rivales, pero en esta ocasión se aliaron para luchar contra un enemigo común: TikTok. La red social china es una de las preferidas de los usuarios más jóvenes, y eso hace peligrar el protagonismo de YouTube o Instagram. El propio Zuckerberg indicó la semana pasada en su conferencia con inversores que sus esfuerzos para atraer a más personas de entre 18 y 29 años estaba dando frutos... pero no habló de públicos más jóvenes aún.

Un piloto que prometía. La campaña se puso en marcha en fase piloto en Canadá entre febrero y abril de 2024 según los documentos filtrados. El éxito de la misma hizo que en mayo se comenzaran a hacer pruebas en EEUU, y la idea era expandirlo a otros mercados a nivel global. Los resultados eran prometedores, y planteaban un futuro aún más sólido para esta alianza.

Pero el proyecto ya se ha cancelado. No obstante Google ha

cancelado esta campaña según fuentes cercanas a la decisión, y la empresa ha indicado a FT que ha iniciado una investigación. La empresa indica que prohíbe anuncios personalizados para menores de 18 años, pero no niega haber usado esa laguna jurídica para utilizar esa etiqueta de «desconocido» en el piloto.

Meta no aclara demasiado. En Meta afirman que la audiencia «desconocida» no implica orientarse a cierta audiencia o evitar ciertas normas, y añaden que se ajustan a sus propias políticas.

Kids Online Safety Act. La semana pasada el Senado de los EEUU aprobó una nueva ley llamada Kids Online Safety Act (Kosa) que precisamente está dirigida a evitar que las redes sociales tengan un impacto negativo en los más jóvenes.

Con información de [Xataka](#)