

Momentum

Journalism & Tech task force

¿Cómo puede responder la política de competencia al poder de las big tech? Hablamos con Karina Montoya sobre las lecciones de las experiencias internacionales en la regulación de los mercados digitales, los desafíos para hacer frente a la concentración de poder de las plataformas y el papel de la política de competencia en la construcción de un ecosistema digital más justo para el periodismo y la sociedad.

*Karina Montoya Guevara es directora de programas del Center for Media & Digital Governance (CMDG), donde dirige investigaciones sobre sostenibilidad de los medios, política de competencia, privacidad de datos y regulación de las grandes tecnológicas. Ha trabajado en medios de referencia en Perú cubriendo los sectores de infraestructura, telecomunicaciones, tecnología y economía, además de trabajar en Bloomberg News y en el BID. Tiene un máster en Periodismo, con especialización en Negocios y Economía, por la Universidad de Columbia, y es licenciada en Comunicación y Periodismo por la Pontificia Universidad Católica del Perú.



***Momentum:* Brasil está debatiendo actualmente el Proyecto de Ley 4.675/2025, que establecerá un nuevo marco de competencia para los mercados digitales al ampliar las facultades de la autoridad de defensa de la competencia del país, el Consejo Administrativo de Defensa Económica (CADE). Entre otros cambios, la versión más reciente del proyecto fortalece los mecanismos de consultas públicas, convocatorias públicas para la presentación de evidencia y la participación de la sociedad civil en los procedimientos regulatorios del CADE. Con base en la experiencia internacional, ¿cuáles son las mejores prácticas para garantizar que estos mecanismos participativos tengan una influencia efectiva sobre las decisiones regulatorias, especialmente considerando el poder de lobby de las grandes tecnológicas?**

Karina Montoya: Es una vía de doble sentido. Para que estos mecanismos funcionen, se espera que la sociedad civil y las partes privadas afectadas participen activamente, especialmente en casos de alto perfil, donde las empresas incumbentes sujetas a regulación tienen un fuerte interés en involucrarse. Los reguladores necesitan recibir la mayor cantidad posible de aportes, provenientes de diversas fuentes, para construir una visión lo más precisa posible de la realidad de los mercados. Desde la perspectiva de las autoridades regulatorias, su principal objetivo debe ser la defensa del interés público, lo que no equivale a mantener el statu quo de un pequeño grupo de empresas bajo el pretexto de que los mercados funcionan “perfectamente bien” con ellas al mando.

Además, reguladores como el CADE suelen tener la facultad de establecer procedimientos para definir, por ejemplo, conceptos y definiciones fundamentales para la aplicación de una nueva regulación. Es importante que los reguladores no dejen los umbrales de cumplimiento y las definiciones técnicas a la interpretación de las empresas incumbentes, y que esas discusiones se resuelvan con rapidez a partir de aportes específicos y basados en evidencia provenientes también de otros participantes del mercado. Una experiencia de la que Brasil puede aprender y que puede superar es la implementación, por parte de la Comisión Europea, de las obligaciones de intercambio de datos impuestas al motor de búsqueda de Google en el marco de la Ley de Mercados Digitales (Digital Markets Act – DMA). Este cambio de conducta ha sido extremadamente difícil de hacer cumplir, como señalaron en 2024 competidores más pequeños como DuckDuckGo. Solo en julio de 2026 la Comisión Europea lanzó nuevos requisitos de cumplimiento relacionados con la interoperabilidad de IA para Android y el motor de búsqueda de Google, lo que podría finalmente permitir una implementación efectiva de las obligaciones de intercambio de datos previstas por la DMA.

Otro aspecto importante, pero frecuentemente pasado por alto, para que los mecanismos participativos sean efectivos es la disponibilidad de personal y recursos financieros para que los reguladores puedan analizar las contribuciones recibidas, organizar consultas públicas y resolver disputas con los actores incumbentes del mercado. Atraer nuevo talento a las agencias regulatorias para gestionar estos procesos también es una consideración clave.

Momentum

Journalism & Tech task force

Momentum: El Reino Unido ha ampliado las facultades de su autoridad de competencia mediante un régimen regulatorio *ex ante*, mientras que Estados Unidos ha recurrido principalmente a la aplicación de la legislación antimonopolio a través de los tribunales y las agencias federales para abordar el poder de mercado de las grandes tecnológicas. Al observar estas experiencias, ¿qué decisiones institucionales son más importantes para los países que buscan enfrentar la concentración de poder en los mercados digitales?

Karina Montoya: La aplicación de la legislación de competencia siempre ha sido y seguirá siendo una tarea difícil, independientemente de que un país la lleve a cabo mediante instancias administrativas específicas o a través del sistema judicial ordinario. Lo cierto es que los mercados, especialmente los mercados digitales, son muy dinámicos. Sin embargo, ese “dinamismo” no es sinónimo de una competencia justa y saludable, ni significa que los nuevos actores estén logrando desafiar los modelos de negocio de las empresas incumbentes. Esas son, al menos, las características que imagino cuando pienso en mercados verdaderamente dinámicos, y no es eso lo que tenemos hoy. Desde hace al menos una década, los mercados digitales ya no son necesariamente difíciles de predecir, porque la dirección de la innovación, de la inversión y la capacidad de llevar productos al mercado de forma efectiva y a gran escala dependen de las decisiones de un pequeño grupo de actores corporativos.

Debemos ser conscientes de que el nivel de concentración de poder sobre los flujos globales de información es extraordinariamente alto en comparación con tecnologías anteriores. Basta con imaginar lo siguiente: no más de cinco a siete corporaciones actúan simultáneamente como propietarias de infraestructura crítica —física y digital— y como guardianas de los flujos de información, a través de sistemas como la publicidad digital, las redes sociales y los motores de búsqueda, incluyendo el emergente y cambiante ámbito de la inteligencia artificial. Su dominio se extiende desde la computación en la nube y la conectividad satelital hasta los sistemas algorítmicos que moldean el debate público y los modelos de IA integrados en prácticamente todas las capas de nuestra economía de la información. Nos hemos acostumbrado tanto a esta realidad que apenas cuestionamos cómo una estructura de mercado diferente podría generar más innovación, productos de mejor calidad y una remuneración más justa para quienes ven su trabajo y creatividad absorbidos por el complejo de las grandes tecnológicas.

Si la experiencia europea (la Unión Europea y el Reino Unido) nos deja alguna enseñanza, es que los países probablemente necesitarán tanto mecanismos regulatorios *ex ante* como *ex post*, además de una sólida cooperación internacional y espacios para el intercambio de experiencias, para hacer frente a esta concentración sin precedentes. Considero que la urgencia de abordar este problema debería ser comparable a la necesidad de enfrentar esquemas internacionales de corrupción que perjudican el interés público. Dependiendo de cómo cada país haya estructurado su sistema de justicia y la aplicación de la legislación empresarial, los gobiernos deberían considerar el uso de ambas herramientas. Además, en el ámbito específico de la política de competencia, también importa la forma en que las autoridades enfrentan los monopolios en otros sectores de la economía. Si la experiencia de Estados Unidos ofrece alguna lección, es que la aplicación de la legislación antimonopolio a los mercados digitales no funciona de manera aislada: solo será tan sólida como lo haya sido para dismantelar otros tipos de monopolios en el conjunto de la economía.

Momentum: Los debates internacionales reconocen cada vez más que la relación entre las grandes tecnológicas y los medios de comunicación no es solo una cuestión de derechos de autor, sino también de poder de mercado. A medida que distintos países exploran diferentes enfoques regulatorios, ¿qué papel debería desempeñar la política de competencia para crear condiciones más equitativas en las negociaciones entre plataformas y medios de comunicación? ¿Y dónde ve usted los límites del derecho de la competencia para abordar estos desafíos?

Karina Montoya: La eficacia de la política de competencia para equilibrar las condiciones entre plataformas y medios de comunicación dependerá de la economía política de cada país. En algunos contextos, esta política puede proporcionar una base fundamental para reducir el abuso de poder de las plataformas. Australia, Canadá, Sudáfrica y, más recientemente, el Reino Unido forman parte de ese primer grupo.

Momentum

Journalism & Tech task force

Ya sea mediante legislación específica o a través de la actuación de las autoridades de competencia, se activaron herramientas de política de competencia que permitieron a los medios de comunicación abrir nuevas vías para negociar una remuneración y recuperar cierto control sobre la manera en que su contenido es utilizado por estas plataformas, incluidos los productos de inteligencia artificial generativa.

En otras jurisdicciones, como la Unión Europea, las directivas sobre derechos de autor y su incorporación a las legislaciones nacionales también han permitido que los medios reclamen condiciones de remuneración más justas. Ante la inminente avalancha de sistemas de IA y de todas las aplicaciones que surgirán a partir de ellos, considero que ya no será posible recurrir a la política de competencia y a la protección de los derechos de autor como herramientas aisladas. Necesitaremos ambas, junto con cláusulas específicas en la legislación o normas de conducta que impidan que las plataformas tomen represalias contra los medios de comunicación, obligaciones de transparencia y deberes fiduciarios para nuevos servicios como los agentes de IA, así como estándares más específicos de responsabilidad sobre productos. Es probable que la política de competencia siga ocupando un lugar central en estas discusiones, porque estamos hablando de conductas empresariales y estructuras de mercado. Sin embargo, no deberíamos descartar el uso de otros instrumentos regulatorios a medida que se vuelvan necesarios para abordar nuevos riesgos para la democracia y la libertad de prensa.