

[SESIÓN 4] • INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMPETENCIA ECONÓMICA

EL DESARROLLO TECNOLÓGICO QUE CONLLEVA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL HA GENERADO DIVERSAS PROBLEMÁTICAS Y TIENE LA VERTIENTE IMPORTANTE DE PODER GARANTIZAR REGLAS QUE PERMITAN DINÁMICAS DE COMPETENCIA ECONÓMICA ABIERTA Y NO MONOPÓLICA EN MÉXICO PARA LA CONTRIBUCIÓN DE INVESTIGACIÓN QUE GENERE UN BENEFICIO SOCIAL. POR TALES MOTIVOS SE ORGANIZÓ LA SESIÓN “INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMPETENCIA ECONÓMICA”, LA CUAL SE LLEVÓ A CABO EL 20 DE MARZO DE 2024 DE MANERA HÍBRIDA.¹⁸

18 Coordinadores: Pedro Salazar Ugarte, Jesús Eulises González Mejía y Pablo Pruneda Gross.
Asistentes editoriales: Pamela Montserrat Hurtado Kim y Ana Violeta Ragués Ortiz.

PROGRAMA DE LA SESIÓN

BIENVENIDA

- **Priscilla Ruiz** | Coordinadora legal del Programa de Derechos Digitales de ARTICLE 19 México y Centroamérica. (Moderadora).

MESA I COMPETENCIA ECONÓMICA EN LA ERA DIGITAL

- **Alexandre Ruiz Feases** | Case Hundler de la DMA en DG Connect.
- **Nicole Zingale** | Escuela de Derecho de Río de Janeiro.
- **Andrea Marván Saltiel** | Comisionada presidenta de la Comisión Federal de Competencia Económica.
- **Julio César Vega Gómez** | Asociación de Internet MX.
- **Maria Luisa Stasi** | Senior Legal Officer Law and Policy de ARTICLE 19.

MESA II PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

- **Camila Leite Contri** | Instituto Brasileño de la Defensa del Consumidor.
- **Felipe Alonso Hernández Maya** | Instituto Federal de Telecomunicaciones.
- **Gustavo Alonso González del Castillo** | Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- **Martha Tudón** | Oficial del Programa de Derechos Digitales de ARTICLE 19 México y Centroamérica. Moderadora.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

> BIENVENIDA

PRISCILLA RUIZ

...

El impulso para regular las grandes empresas de tecnología está incrementando en todo el mundo; la Unión Europea ha estado liderando esta lucha durante la última década, mediante sus leyes antimonopolio, leyes de protección de datos y otros instrumentos regulatorios para recuperar el control de la industria. De igual forma, el gobierno de China ha iniciado una ofensiva sin precedentes contra su sector tecnológico para promover la prosperidad común y garantizar que sus gigantes tecnológicos no dominen al Estado. Asimismo, en Estados Unidos el Congreso está reevaluando la necesidad de modificar las leyes antimonopolio de su país, además de promulgar una ley federal de privacidad o revisar su absoluta postura sobre la libertad de expresión en línea.

Cada imperio digital tiene una visión diferente de la economía digital; sin embargo, los regímenes regulatorios de la Unión Europea, China y Estados Unidos pueden estar convergiendo en su visión sobre la necesidad de una revolución en los modelos regulatorios. En este caso, Estados Unidos ha sido pionero en un modelo impulsado por el Estado y la Unión Europea, un modelo impulsado por los derechos.

El modelo regulatorio estadounidense se centra en la libertad de expresión, la libertad de internet y los incentivos para innovar. En cambio, el modelo chino se basa en una visión de economía digital impulsada por el Estado, en el que busca maximizar el dominio tecnológico manteniendo la armonía y el control gubernamental. Por otra parte, el enfoque regulatorio europeo difiere de estos dos últimos modelos, pues se necesita una intervención regulatoria para defender los derechos fundamentales de las personas.

> [MESA I]

COMPETENCIA ECONÓMICA EN LA ERA DIGITAL

ALEXANDRE RUIZ



La Comisión Europea promovió en 2019 un paquete de medidas que contenía la DMA y la regularización hermana que es la *Digital Service Act* (DSA); la DSA se concentra más en el bienestar de los usuarios *online*, en cambio la DMA se centra más en la competitividad de mercado. Antes de estas medidas en las plataformas digitales, la responsabilidad de estas plataformas era limitada, por lo que la Unión Europea ha llevado a cabo acciones de derecho de la competencia; sin embargo, el problema de las investigaciones de competencia es que son lentas, pues conllevan varios casos de procedimiento en la investigación y ocupan muchos recursos.

Este paquete de medidas intenta cambiar la mentalidad de cómo se debe aproximar la regularización de mercados y servicios digitales; de igual forma, representa una decisión para intervenir de una manera ágil y eficaz.

Respecto al reglamento de mercados digitales, se entiende que es una recaudación horizontal, es decir, se aplica a cualquier sector, por lo que en la DMA se identifican los llamados guardianes de acceso, los cuales una vez que son designados, se les imponen obligaciones para disminuir los problemas que surgen con conductas desleales que limitan la contestabilidad del mercado y que otros competidores puedan ofrecer los servicios en igualdad de condiciones, y de esta forma hacer que los mercados sean mucho más competitivos.

La DMA tiene un listado de diez servicios, y si los proveedores de alguno de estos servicios tienen que notificar a la Comisión que los provee, serán designados dependiendo de una serie de límites, número de

usuarios y cotización del mercado. Entre los servicios básicos que tiene la DMA está cubrir los servicios esenciales para el usuario desde que inicia su día hasta que lo termina.

En el caso de la regulación del mercado, la Unión Europea pretende regular *ex-ante* el mercado, pero con la visión de poder reducir las normas para que haya un mercado menos regulado en el que entren normas de competencia; sin embargo, en el mercado de servicios digitales es lo contrario, pues las normas de competencia siempre intervienen después de haber encontrado algún tipo de infracción. Y el nuevo paradigma sería aplicar la DMA mucho antes de que se puedan producir efectos anti-competitivos por este tipo de empresas reguladas que caen dentro del sistema regulatorio de la DMA.

NICOLO ZINGALES



Existe una consulta pública sobre la regulación exacta de mercados digitales que anteriormente era una consulta parlamentaria que creaba una base participativa sobre la mejor forma de regular los mercados digitales. Es importante incluir regulaciones en mercados como los que ofrece Marketplace o Amazon, puesto que se han presentado dificultades para acompañar dichos mercados, por lo que surgieron una serie de propuestas legislativas; una de ellas es que se están identificando canales esenciales para el desenvolvimiento de las transacciones *online*.

Se identificó la necesidad de regular que tengan una posición de mercado estratégica al abrir su mente con poder de mercado y tener la capacidad de influenciar a los consumidores, lo que representa un componente principal o requisito para tener esa posición estratégica en la utilización de tecnologías digitales.

En Alemania, un actor constituye una importancia primordial entre los mercados, a efecto de partir con una investigación que analiza las características de sus mercados. En cambio, en la Unión Europea, el mercado no es un factor determinante. Se han identificado una serie de fallas de mercado que son relevantes en algunos tipos de actividades de platafor-

ma, y de ahí surgió la necesidad de debatir cuáles son las obligaciones más apropiadas para diferentes tipos de plataformas.

La Unión Europea avanzó con una regulación procurada por obligaciones de transparencia y justo proceso en plataforma de intermediación, padrones de transparencia que Brasil está aplicando y respetando, por lo que se puede identificar que la mayor parte de *players* globales actúan tanto en Brasil como en otras jurisdicciones, inclusive la Unión Europea cumple con ese requisito.

Se están preparando nuevos mercados, los cuales han conseguido identificar los efectos materiales y conductas que son problemáticas; de estas, aún se estudian los remedios.

Diversos países tienen objetivos relevantes para regularizar las plataformas digitales y, en el caso de Brasil, se tiene como propósito los siguientes objetivos:

- La defensa del consumidor.
- La reducción de desigualdades sociales.
- La ampliación de participación social.

Surge la interrogante de si se tiene un marco normativo fortalecido, si se necesita más regulación o menos, si se requiere mayor o menor innovación, y de la misma forma con los derechos. En la actualidad se tiene el rol de las *Big Tech*, como Google, Apple y Microsoft, que tienen ponderado todo el mercado en servicios digitales.

ANDREA MARVÁN SALTIEL

...

La economía digital llegó a revolucionar al mundo en muchos sentidos, como en el sector salud, servicios electrónicos, etc. En México, el comercio digital ha crecido a pasos exponenciales, lo que representa un gran beneficio, pues los que no tenían acceso a los consumidores, ahora tienen más opciones de bienes y servicios por parte de las pequeñas empresas que solo podían vender sus productos en un mercado

reducido; sin embargo, hubo una gran apertura en los mercados geográficos, lo que genera beneficios, pero también riesgos.

En la economía digital, se le da valor a los datos y a la información que se quiera ofrecer, pero se obtiene más valor incluso con la cantidad de usuarios que existan, ya que es importante saber quiénes tienen acceso a la infraestructura y a los datos, qué tanta transparencia hay en esa información y cómo se configuran los algoritmos.

La política de competencia tiene dos grandes versiones, el control preventivo y el control correctivo, como podría tener cualquier aplicación de política pública. Una de las herramientas más importantes en materia de competencia es el control de concentraciones, el cual podemos observar cuando una operación supera una fusión con determinado monto, y esa operación tiene que ser revisada de manera preventiva por la Comisión, con el fin de asegurarse de que en el mercado no exista un problema de competencia posterior a la operación.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones ha tratado de romper el vínculo de asimetrías de la información que existen entre los usuarios y las empresas de telecomunicaciones, lo cual no es una tarea sencilla porque implica ir al fondo de los temas y saber qué es lo que les interesa a los usuarios. Reino Unido ha sido de las principales brújulas respecto al regulador de telecomunicaciones, pues tiene claro que todo el ecosistema está circulando alrededor del usuario y todo lo que tiene que ver con los temas económicos más complicados, como los desacuerdos de interconexión.

Es importante conocer la parte de la oferta y de tarifario que se hace al mes o cada trimestre; de igual forma, se debe analizar la parte de la demanda, ya que con este componente se logra una complementariedad que establece la oferta-demanda para cruzar datos y saber exactamente lo que los usuarios están consumiendo afuera, cómo lo consumen, sus niveles de satisfacción, sus patrones de consumo, entre otros.

Entre los retos que conlleva la economía digital en México, destaca la comunicación entre los reguladores para establecer las medidas pertinentes, se debe evaluar cuáles son las herramientas que tienen las instituciones para determinar si es necesario una regulación *ex-ante*, como la tomada en Reino Unido, y así examinar hacia dónde encaminan estas herramientas.

Sin embargo, el gran reto entre los reguladores es cómo lograr eliminar o detener los riesgos sin frenar la innovación, por lo que se debe encontrar una balanza sin perjudicar al consumidor o a las empresas.

JULIO CÉSAR VEGA GÓMEZ

...

Existe una fricción entre las tecnologías disruptivas y los servicios que derivan de ellas, con la regulación que hoy en día se tiene y cómo algunas herramientas utilizadas en el campo de la competencia económica pueden o no ser válidas para hacer una óptima evaluación de lo que sucede en el entorno digital.

Una era es un extenso periodo histórico caracterizado por una gran innovación de la vida y la cultura. El inicio de la era digital sucedió con el surgimiento de internet, lo que se combina con la aparición de la inteligencia artificial y la Ley de Moore. Esta era está constituida por un elemento esencial: los datos. Se cree que la innovación tecnológica incrementará en los próximos diez años en gran cantidad, más de lo que ha crecido en los últimos 50 años, por lo que, si las herramientas regulatorias actuales nos alcanzan para poder regular a las empresas tecnológicas, en un futuro se tendrán mayores avances y los servicios que hoy en día conocemos se encontrarán modificados en los próximos años.

Se debe observar cuáles son los pilares tecnológicos de esta era digital, ya que, a partir de su estudio, se puede realizar una construcción a futuro de un marco regulatorio adecuado para la realidad que se vivirá paulatinamente y hacer frente a lo que en la actualidad es importante, pero que en algún momento será intrascendente. Internet debe ser analizado, pues evoluciona de manera constante y ha permitido que otras tecnologías surjan.

De igual forma, se debe observar el Internet de las cosas, el cual no hubiera sido concebido sin el 5G (quinta generación de tecnología celular). Otra tecnología que debe ser estudiada es la computación en la nube, la cual fue fundamental para el surgimiento de la era digital y ha dado pie a lo que conocemos como inteligencia artificial o el uso común de las redes neuronales sintéticas. Es de gran importancia el amplio

estudio y entendimiento de estas tecnologías, puesto que son la capa anterior a los servicios que hoy en día están funcionando y a los futuros servicios que vienen en camino.

Las tecnologías emergentes en la era digital son transversales, aplican en servicios en distintos ámbitos de la vida cotidiana y son acumulativas. El abordaje regulatorio debe ser coherente entre sí, abordar distintas materias sin afectar otros ámbitos. Los datos personales son el motor de la era digital, por lo que la protección de estos debe estar en un instituto que perteneciera al sector economía y no a uno autónomo.

No solamente se debe analizar el marco regulatorio en cuanto a las competencias de las autoridades, también se debe abordar los presupuestos, pues se les concede un número amplio de facultades a las autoridades, las cuales no siempre son atendidas en su totalidad por el presupuesto. Por último, los servidores públicos deben tener una capacitación continua y de vanguardia para poder estar en la misma sintonía que los regulados, es decir, deben tener un conocimiento basto y de vanguardia que les permita tener discusiones de altura con los representantes de la industria.

La política de competencia es parte de la política industrial; la industria mexicana se debe fortalecer para que provea servicios en el ámbito nacional e internacional, como impulsar la digitalización de las empresas, la creación de empresas de base tecnológica, la actualización de planes de estudios técnicos, entre otras acciones que deben ser impulsadas por la ley. Se debe educar a los consumidores y atender lo que sucede en otras latitudes, los grados de maduración de los mercados, las políticas públicas de fomento en la innovación y el emprendimiento, entre otros aspectos, suelen diferir entre jurisdicciones.

La fe entre los propios entes regulados por medio de la autorregulación se puede extinguir, por lo que se debe fomentar la autorregulación en las empresas porque se corre el riesgo de perseguir un espejismo regulatorio, en el que no se alcance una regulación adecuada.

MARIA LUISA STASI



Hoy en día cuando se trata de nuestra libertad de expresión *online*, las condiciones y las garantías para el ejercicio de este derecho fundamental no depende solamente del poder público, sino del poder privado. Estamos en una situación de mercado en el que tenemos muy pocas empresas con muchísimos poderes; se ha hablado de potentes aspectos de red, economías de escala, ecosistemas en los que sustancialmente las empresas tienen todo el interés de poner en el mercado efectos de cautividad y falta de multiconexión para los usuarios, para que no se puedan mover fácilmente de una plataforma a otra.

Todos los elementos mencionados, incluso una fuerte integración vertical, crean muchas barreras a la entrada, por lo que hay una posición afianzada al poder económico y de control sustancial de acceso al mercado y muy pocas empresas en este, de aquí es muy fácil que surjan las prácticas desleales o los abusos de posición dominante.

Dichos datos resultan relevantes, pues los resultados generan precios más altos cuando se trata de servicios que se pagan con dinero o con otros elementos como los datos o la *privacy*. También se tiene una calidad más baja de los servicios si no hay presión de competencia y las empresas no tienen ningún incentivo para ofrecer mejores servicios. Asimismo, hay menos opciones como usuarios y menos innovación, pues hay un reto esencial que es regular sin bloquear la innovación, pero también es cierto que si el mercado está bloqueado o está controlado y no hay entradas de nuevos competidores, tampoco hay incentivos para la innovación.

El derecho a la competencia y la política de competencia siempre han considerado las cuestiones económicas, de ahí la importancia del vínculo de por qué necesitamos tener en cuenta la competencia económica como un marco normativo cuando tenemos una agenda de defensa de derechos humanos de libertad de expresión.

Hablando de guardianes de acceso que tienen un poder regulatorio en el mercado, si se piensa bien, la mayoría de dichos servicios son bastante masivos con impacto en nuestra vida personal y las conexiones co-

merciales impuestas para estas plataformas son las que regulan cuánta privacidad tenemos en el mercado.

No es solo un poder económico, sino que es un poder que va mucho más allá y estamos en una situación de desequilibrio en el que la oferta (las compañías) dicta las condiciones sin escuchar mucho a la demanda (los usuarios).

El poder concentrado y la falta de responsabilidad en prácticas desleales también son relevantes para los derechos humanos.

El reto más grande en una perspectiva de derechos humanos se enfoca en que el Estado se encargue de evitar que haya obstáculos al ejercicio de los derechos fundamentales, pero también en poner las condiciones para que este ejercicio sea fácil y se garantice para todos.

Ahora bien, al hablar de poder privado, si vemos al derecho internacional público y al derecho internacional de los derechos humanos, tenemos a los principios rectores sobre la empresa de los derechos humanos, que son muy útiles, pero la realidad es que todavía se está en el ambiente del derecho indicativo y la aplicación de estos principios de manera correctiva resulta muy difícil porque no existe una autoridad global que pueda aplicarlos.

Se cuenta con un instrumento muy potente que es el derecho a la competencia económica y la política de la competencia, que desde su origen nació como una manera para mantener bajo control el poder privado y evitar que la concentración de poder económico se convierta en poder privado político y que sea un riesgo o peligro para la democracia.

Para utilizar de mejor manera el derecho a la competencia económica y las políticas de competencia para contribuir a una agenda de protección y garantías a los derechos humanos en los mercados digitales, necesitamos varios elementos, como la contención holística de los desafíos, considerar varias teorías del daño, abrir la discusión en cuanto a regulación y que esta forme parte del control preventivo o correctivo a las partes interesadas, incluyendo al consumidor y considerando que existe todavía una asimetría informativa. También se requiere investigación basada en la evidencia e independiente y enfocarse más en la identificación y generación de medios y herramientas con los que se pueda lograr más de un objetivo a la vez.

ARTICLE 19 se ha enfocado en el mercado de redes sociales y la teoría del daño, es decir, la observación del impacto objetivo de conductas de

las principales redes sociales es que el mercado se encuentra muy cerrado, las redes sociales ofrecen una cantidad de posibilidades como un paquete único y la realidad es que se está hablando de una estrategia de *business*, innecesaria desde un punto de vista técnico; de esta manera resulta más difícil para otros proveedores que se quieran enfocar en un solo servicio al entrar en el mercado.

Por su parte, la moderación y el posicionamiento de contenidos pueden tener un impacto enorme sobre la libertad de expresión en lo individual y unitario. Estas conductas pueden crear tanto un problema económico como uno de derechos.

Una posible solución es pedir que la fornitura de sus servicios en el mercado se abra y que las compañías de redes sociales se vean obligadas a garantizar el acceso a proveedores terceros.

> [MESA II]

PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

FELIPE ALONSO HERNÁNDEZ MAYA

...

En términos de competencia económica, los principales problemas en la industria son lo que se conoce como asimetrías de la información, las cuales, en la economía de un Estado, pueden nivelar el equilibrio que existe tratándose de agentes económicos.

Desde la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) se ha estado trabajando en romper el círculo de asimetrías de la información que hay entre los usuarios y las empresas de telecomunicaciones, lo cual implica dos etapas: la primera es ir al fondo de los temas y saber qué es lo que realmente le interesa a los usuarios, pues un usuario empoderado puede sacar cuentas y determinar cuánto es lo que está gastando en servicios de telecomunicación dentro de un determinado periodo de tiempo. El IFT realiza un minucioso análisis de todas las tarifas que existen en el mercado de manera mensual y trimestral; este es un trabajo de fondo que permite saber cómo está la oferta de todos los operadores.

La segunda etapa resulta retadora para cualquier Estado y cualquier regulador y se basa en saber cómo hacer que dicha información esté disponible de manera sencilla para los usuarios, pues los primeros reportes emitidos por el IFT se encontraban estructurados para economistas, abogados y el círculo rojo de la industria. Si un usuario se dedicaba a consultar 50 o 60 hojas de reportes, de nada le iba a servir.

Al evaluar los mejores países que llevaban mayor ventaja en el terreno de las telecomunicaciones, Reino Unido ha sido una de las principales

brújulas, pues Ofcom, el regulador de telecomunicaciones, trae en su ADN el tema del usuario, es decir, no es únicamente un tema de dogma o de política, sino que tienen claro que todo el ecosistema está circulando alrededor del usuario.

Al tener el fondo claro y estructurado, surge la pregunta de cómo se lleva a la forma. Lo que se hizo básicamente fue crear aplicativos, sin ningún tercero, pues se detectó desde el inicio hace diez años que, por ejemplo, tratándose de tarifas, había productos que tenían “arañas” o robots informáticos que entraban a las páginas de prestadores de servicios y con la ayuda de ciertos algoritmos tomaban la información, pero esta no era completamente certera.

Han surgido muchas aplicaciones. Básicamente la herramienta más importante que ha estado incidiendo en el tema de consumos, información, asimetrías y de tratar de nivelar el piso entre usuario, consumidor y empresas, es el comparador de tarifas. De igual manera, surge la herramienta “Conozco mi consumo”, que permite simular el consumo mensual, ya sea de servicios fijos o móviles, en cuanto a megas y de ahí automáticamente se vincula al comparador para saber cuál es el paquete que mejor se ajusta a sus necesidades. Existen otras herramientas como “Conoce tu velocidad”, “Mapa de quejas” y “Calidad del servicio móvil”, esta última es una herramienta interactiva de políticas de privacidad, lo cual es muy importante, pues se trata de que el usuario esté familiarizado con sus servicios de telecomunicaciones.

El IFT ha levantado encuestas trimestrales en las que, además de conocer la parte de la oferta del tarifario que se hace cada mes, también se analiza la demanda, por lo que se tiene el elemento de complementariedad que permite cruzar datos y saber exactamente qué es lo que los usuarios están consumiendo, cuáles son sus niveles de satisfacción y cuáles son sus patrones de consumo.

Toda la información recabada por el IFT se encuentra georreferenciada y abierta para consulta y se ha compartido con agencias como el Inegi o la Subsecretaría de Infraestructura, es decir, con muchos tomadores de decisiones en materia de ciberseguridad.

Lo que se ha detectado por medio de estas encuestas, es que de alguna manera los usuarios, si bien le dan cierta importancia al tema, no es hasta que ven afectado algún carácter patrimonial cuando toman decisiones al respecto. Medidas como la verificación de dos pasos en

aplicaciones de redes sociales como WhatsApp o Facebook, ayudan al fortalecimiento de cuestiones de seguridad para el usuario.

La misión del IFT como regulador es que el usuario ahorre más y que tenga en la canasta de servicios más posibilidades. Se ha analizado no únicamente una disminución en los precios, sino también un aumento en la canasta de servicios, lo cual representa un doble efecto y beneficio en los usuarios.

Se analiza también el tema de competencia económica, en donde los agentes que se denominan preponderantes han reducido su participación de mercado en los mercados en los que han sido regulados y este resulta un efecto interesante tratándose de competencia económica. Se ha visto cómo los operadores móviles virtuales que traen nuevas ofertas han tenido una mayor participación.

Tratándose de privacidad y ciberseguridad, el esfuerzo tiene que ser de manera conjunta. Se desarrolló un microsítio en materia de ciberseguridad, único en su tipo en el mundo, creado en conjunto entre la Guardia Nacional y el Instituto Federal de Telecomunicaciones y se encuentra dividido por temáticas. Está destinado a las pymes, a padres de familia, a niñas, niños y adolescentes y cuenta con un apartado específico para mujeres, pues es un grupo vulnerable por sí mismo, independientemente de que se trate de personas de la tercera edad o no.

El microsítio de ciberseguridad se nutre con información de todas las instituciones del país y se actualiza permanentemente.

CAMILA LEITE CONTRI



El Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor (IDEC) ha trabajado por más de 30 años en la defensa de consumidores con una visión muy general de campos que les afectan intensamente. Se trabaja con salud, consumo sostenible, alimentación y diversas áreas; algunas de ellas son las telecomunicaciones y los derechos digitales.

Se tiene la visión de que el acceso a internet de calidad es importante, la protección de datos, el poder económico de las plataformas y cómo se puede resolver dicha situación de manera inclusiva sin aumentar inequi-

dades y desigualdades de las personas consumidoras con una mirada de derechos humanos.

El IDEC cuenta con dos libros sobre dichos asuntos; uno habla de la relación entre datos, competencia y derechos de los consumidores y el otro trata el asunto específico para sistemas financieros.

Las personas consumidoras deben entender cuáles son sus derechos y cómo ejercerlos, lo cual es aún muy difícil cuando se trata de plataformas digitales, por lo que resulta importante hablar de las características de dichas plataformas para entender por qué es relevante tener el abordaje holístico como teoría central para pensar en políticas digitales.

Internet es un mundo de posibilidades, pero también hay problemas que nos hacen concentrarnos en ciertas plataformas y, aunque eso pueda traer eficiencia, no se tiene mucha alternativa, además de que las personas no piensan que puede haberla. Hablando especialmente de las *Big Tech*, se hace referencia a plataformas de múltiples lugares que conectan a consumidores, usuarios de internet con anunciantes, anunciantes que pagan y consumidores que no pagan, por lo que se tiene una relación sin precio cuando hablamos de consumidores que no pagan, lo cual torna la calidad de los servicios de manera muy importante, aunque no tenga precio.

Si tenemos un mercado de precios cero, la moneda de cambio son los datos de las personas para hacer la conexión entre consumidores y anunciantes, es decir, las plataformas son intensivas en el uso de datos y son cada vez más grandes mientras más personas las utilicen, es por eso que se habla de economías de escala.

Un ejemplo de esto es Google, que es un buscador, pero también es una plataforma de anuncios, entonces los datos que se logran obtener dentro de la plataforma de búsqueda alimentan su actuación en el mercado de anuncios. Esto amplía los ecosistemas para diferentes brazos de trabajo y crea lo que conocemos como *Big Tech*.

Se pueden tener alternativas y ciertos competidores, pero la realidad es que no es una competencia real, se está hablando de imperios que representan no solo un problema de competencia, sino de afectación y exclusión del mercado, lo que afecta a los consumidores con servicios de peor calidad.

Se tiene un problema de competencia, de consumidor, y si los mercados son intensivos en el uso de datos, la protección de estos puede ser la moneda que disminuye la calidad del servicio.

Se propone ver la problemática por medio de un abordaje holístico y observando los mitos sobre *big data* y derechos de la competencia:

- Las leyes de protección de la intimidad tienen objetivos distintos de las leyes de competencia.
- Las herramientas antimonopolio actuales abordan plenamente los problemas del *big data*.
- Los mercados resuelven actualmente cualquier problema de privacidad.
- Las industrias *online* basadas en datos no están sujetas a efectos de red.
- Las industrias *online* basadas en datos tienen bajas barreras de entrada.
- Los datos tienen poca o ninguna importancia competitiva, ya que los datos son ubicuos, de bajo coste y ampliamente disponibles.
- Los datos tienen poca o ninguna importancia, ya que las empresas no pueden excluir el acceso de las empresas más pequeñas a los datos clave o utilizar los datos para obtener una ventaja competitiva.
- Los responsables de la competencia no deben preocuparse por las industrias basadas en datos porque la competencia siempre proviene de fuentes sorprendentes.
- Los responsables de la competencia no deben preocuparse por las industrias basadas en datos porque los consumidores se benefician invariablemente de los servicios gratuitos en línea.
- Los consumidores que utilizan estos servicios gratuitos no tienen ninguna expectativa razonable de privacidad.

La realidad es mucho más matizada, por lo que el abordaje holístico piensa en la competencia, involucrada con la protección de datos, con los derechos de los consumidores, los servicios en línea, que la información sea apta para los consumidores y que sean suficientemente protectores de la privacidad.

Algunas medidas pueden ser la interoperabilidad de datos y brindar transparencia al consumidor.

El derecho del consumidor tiene importancia en los mercados digitales, por lo que resulta importante tener un ecosistema de *enforcement* en plataformas digitales. Existen intervenciones que pueden ocurrir después y antes de una conducta. Después se tiene el *enforcement*, que trata precisamente de la competencia en donde hay un poder fuerte de sanciones, de consumidor y de protección de datos; el reto de morosidad,

la tardanza en el análisis de conductas; la onerosidad de entender las especificidades de los mercados digitales; la carga de la prueba en mercados que no son transparentes y el reto de la diferencia de competencia entre diversas autoridades.

Antes de la conducta, la autoridad tiene competencia para analizar concentraciones para compras de empresas y compañías, pero hay un reto en mercados digitales en los que el valor económico no siempre corresponde al valor real de la compañía que tiene muchos datos, por lo que ciertas concentraciones pasan desapercibidas por las autoridades.

Una posibilidad puede ser la cooperación entre diferentes autoridades para solucionar el problema de competencia de cada autoridad, cuanta más cooperación y más autoridades formen parte de una política integral, mejor será el resultado. También se puede pensar en diferentes regulaciones.

Para hablar de la relación entre el derecho del consumidor en plataformas en línea y la democracia, está el caso de la Secretaría Nacional del Consumidor, que notificó a plataformas digitales sobre la diseminación de contenidos violentos en línea. El secretario determinó que no se puede aceptar una supuesta libertad de expresión al difundir el odio por medio de información falsa, lo que pone en riesgo la salud y la seguridad de los consumidores. Las personas están recibiendo los contenidos de manera poco transparente y sin una preocupación por la democracia.

Otro caso por discutir es que durante la semana de votación de un proyecto de ley en Brasil (proyecto de ley de *fake news*), Google puso en su página principal “el PL de las *fake news* puede aumentar la confusión de lo que es verdad o mentira”, lo cual redirigía a un *blog post* con la opinión de Google al respecto; a lo que la autoridad de competencia y la autoridad del consumidor intervinieron y emitieron una medida cautelar para que Google hiciera saber que se trataba de un *post* patrocinado y era la opinión exclusiva de Google; también le solicitaron responder por qué estaba involucrando sus intereses personales y cambiando el orden de las informaciones.

Por último, se presenta el caso de WhatsApp, que cambió su política de privacidad de manera que no había más alternativa que aceptar esa política que disminuía la protección de datos de las personas, incluso con compartimiento de datos entre WhatsApp y Facebook; sobre lo cual el IDEC actuó en colaboración con diferentes organismos de gobierno que

en conjunto emitieron una recomendación para que WhatsApp ofreciera una alternativa a las personas.

GUSTAVO ALONSO GONZÁLEZ DEL CASTILLO

...

En un entorno digital, los consumidores se encuentran en desventaja, pues vienen de una relación comercial con gigantes tecnológicos como Google, Amazon o Meta y de ahí surge la necesidad de que los gobiernos y las regulaciones protejan a los consumidores, por lo que las dos políticas resultan complementarias: la política de competencia económica y la política de derechos del consumidor, esto con la finalidad de equilibrar las asimetrías que existen entre empresas y consumidores, y conectar la razón de ser del consumidor con las dinámicas.

Las plataformas tecnológicas y la inteligencia artificial tienen impactos notables en los mercados digitales, en la disrupción de industrias, esto por los efectos de red que mientras más usuarios agregan, más benefician a la compañía, por ejemplo, Airbnb, que modificó los servicios de hospedaje, o Uber en los servicios de taxi. Dichas plataformas definieron la manera en la que los usuarios consumen y acceden a productos y servicios, incluyendo en la actualidad a la inteligencia artificial, en donde ahora los algoritmos pueden mostrar opciones personalizadas para cada consumidor, que no necesariamente son ciertas, pues no hay transparencia en los algoritmos o no son creadas para el perfil del usuario.

En México hay tres marcos regulatorios diferentes y tres autoridades distintas que deberían velar por la protección del consumidor. Por un lado, están los derechos del consumidor, cuya autoridad encargada de su promoción y protección es la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco); por otro lado, está el derecho a la competencia económica que busca equilibrar el mercado y el actuar de las empresas, cuya cabeza es la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) en la mayoría de los sectores; en telecomunicaciones y radiodifusión es el IFT, y el encargado de la protección de datos personales es el INAI.

Los datos son el nuevo petróleo, se utilizan nuestros datos como insumo, pues se ofrecen servicios que probablemente son gratuitos, pero

en realidad no hay gratuidad detrás de estos, se están cobrando con nuestros datos en la manera en la que después los usan para vender lo que quieran presentar las plataformas.

El bienestar del consumidor en la era digital protege la autonomía de este para empoderarlo a tomar decisiones informadas; lo que se busca es que el consumidor esté consciente de cómo ejercer el conocimiento para poder realizar transacciones que le beneficien, mientras que el derecho a la competencia permite que haya diferentes opciones en el mercado de bienes y servicios. Por otra parte, el derecho a la protección de datos en la era digital es muy importante porque el derecho a la privacidad es un derecho humano y debería estar regulado con mayor fuerza por parte de las autoridades.

En la protección al consumidor no se puede esperar que cada línea, cada derecho o institución se quede únicamente en su línea de acción, debería existir una coordinación entre el derecho de la competencia, el derecho del consumidor y la protección de datos personales para proteger al consumidor en el ecosistema digital.

Los consumidores están en una situación de desventaja frente a tecnológicos gigantes. La mayoría de los servicios cuentan con contratos preestablecidos; usas el servicio al aceptar o simplemente no se tiene acceso a este, y es por esa misma situación de desventaja que resulta de suma importancia proteger los datos de las personas.

También es relevante fomentar el acceso a la inclusión digital de las personas y la alfabetización digital de los derechos que los consumidores tienen para ejercer en su uso de estas plataformas y eso se logra mediante el fomento de la competencia, la innovación y la educación.

Los beneficios de la competencia económica para plataformas tecnológicas e inteligencia artificial son la herramienta más eficaz hasta ahora para prevenir y sancionar los abusos de las empresas tecnológicas, tal y como se ha visto en jurisdicciones como las de Estados Unidos y Europa. En general, el objetivo de la competencia económica es la promoción de la innovación y como consecuencia de la innovación, hay mayores servicios, mayor oferta y, por lo tanto, mejores precios. Asimismo, trae una protección y un incremento al bienestar de los consumidores, pues la competencia económica estimula la economía y crea diversidad para estos.

México aún no cuenta con una legislación específica como en Europa, sino que inciden leyes distintas y regulaciones diferentes en el uso de tecnologías. Está la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley Federal

de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la Ley Federal de Competencia Económica, la Ley Federal de Telecomunicaciones y de manera más específica la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, que es la única regulación para un tipo de servicios que pretende fomentar la competencia financiera y proteger al consumidor.

El marco regulatorio de la Unión Europea para plataformas tecnológicas prácticamente son cuatro pilares. Uno es el Reglamento General de Protección de Datos, que se encarga de proteger los datos de los usuarios frente a las plataformas; la Ley de Servicios, que se encarga de crear un entorno unificado para las plataformas, y la Ley de Mercados Digitales, que crea la figura de los *gatekeepers* o guardianes de acceso para las grandes empresas, con la finalidad de nivelar el campo de juego en el mercado. Recientemente fue aprobado en el Parlamento Europeo el Reglamento de Inteligencia Artificial, que establece una categorización de los tipos de inteligencia artificial.

Por otro lado, se encuentra Estados Unidos, que tiene un enfoque más tradicional porque confía en las leyes que ya tienen sus sistemas y en las instituciones que ya existen para que estas mismas leyes protejan al consumidor y al mercado en contra y en las plataformas tecnológicas. La protección al consumidor por medio de la *Federal Trade Commission*, que también tiene las facultades en competencia económica, es mediante la aplicación de las leyes antimonopolio y la regulación y política sobre inteligencia artificial, pues el año pasado Joe Biden emitió una orden ejecutiva al respecto en la cual se establecen parámetros para regularla y que sea el inicio de la discusión en la cual trabajarán en primera instancia el Ejecutivo de Estados Unidos y sobre la que se podrá empezar a discutir en el Congreso.

En el contraste regulatorio, México debe abordar un enfoque holístico que confíe en las instituciones y en el marco regulatorio que ya existe, pero que dé un paso más para coordinarse e identificar si hay necesidad de emitir mayor regulación.

Es importante la necesidad de promover una regulación que fomente la competencia, que proteja a los consumidores y a sus datos, a la vez que no se impida la innovación y se proteja la propiedad intelectual en las plataformas digitales.

RESPUESTAS A PREGUNTAS DEL PÚBLICO

Gustavo Alonso González del Castillo:

1. *¿Es un contrato de adhesión leonino?, ¿sería posible darle participación al dinero recabado a las personas usuarias?*

No creo que las empresas estén dispuestas a hacer partícipe de los beneficios a los propios consumidores porque básicamente lo que te están vendiendo es la posibilidad de usar sus servicios. Tú pagas mediante el uso de tus datos.

Veo complicado algún tipo de regulación de ese tipo, pero lo que sí ha ocurrido en Alemania es el famoso asunto en el que la autoridad de competencia confirmó por tribunales la solicitud de un ciudadano, que permitió el avance hacia la protección de datos en el marco europeo, en donde él pidió el acceso a sus datos de Facebook.

Camila Leite Contri:

1. *Es un contrato de adhesión.*

No necesitamos tener un abordaje entre estar, no estar en una plataforma o recibir algo al usar una plataforma, hay un medio término en el que podemos pensar.

La compensación económica es posible en algunos países, pero también hay otras posibilidades de aumentar los derechos de las personas consumidoras; se debe tener información suficiente de cómo se usan los datos.

Con las reglas actuales sí podremos avanzar en nuestro derecho a la información, por lo menos garantizando que las personas sepan lo que están dando a las plataformas; no debemos dejar la carga a las personas consumidoras, debemos facilitar en lo máximo posible el uso de estas plataformas porque los consumidores son entes vulnerables ante las grandes plataformas.

Felipe Alonso Hernández Maya:

2. *En materia de comercio digital transnacional, ¿cómo afecta el capítulo de comercio digital del T-MEC a nuestros derechos?, ¿cómo afectan los acuerdos comerciales transnacionales a los derechos a nivel país?*

En México, los tratados internacionales tienen la misma validez que la Constitución e inclusive por jurisprudencia se encuentran por encima de las leyes federales.

Tratándose de la transterritorialidad en la aplicación de este tipo de situaciones, es necesario saber lo que está pasando en otras latitudes, entonces es importante analizar estos temas *vis a vis* de lo que sucede en el derecho internacional y cuando no exista o de alguna manera se imposibilite la implementación de algún marco legislativo, la cooperación se vuelve un factor fundamental.

Camila Leite Contri:

1. *¿Es ingenuo plantearse no sucumbir ante el poder de las grandes empresas tecnológicas, cuando ellas son las que desarrollan y básicamente generan innovación?, ¿es posible y es deseable detener u obstaculizar su desarrollo?*

De cierta manera, con la situación actual, sí. Es por eso el porqué de las discusiones tan relevantes sobre el rol de las autoridades.

Lo que sucede es que por un discurso y una narrativa de innovación se olvidan muchos derechos y quienes lo sufren son las personas más vulnerables. Se tiene que encontrar un balance mejor entre avance de la innovación, pero también protección a las personas.

Felipe Alonso Hernández Maya:

1. *Las autoridades deben tomar medidas relevantes contra las plataformas.*

Hay que tener claro que hoy en día se habla de inteligencia artificial, pero hay cosas que anteriormente precedieron a esta y de ahí proviene la importancia de saber cuál es el contexto actual de cada uno de los ciudadanos. En México es muy importante saber qué tanto conocimiento tienen las personas, desde las tecnologías de la información, la ciberseguridad y hasta la inteligencia artificial.

Es indispensable que cualquier país tenga un diagnóstico claro y puntual de cuál es la usabilidad de las plataformas tecnológicas de cada uno de sus habitantes, para no perder la brújula y no creer que lo que sucede del otro lado del mundo necesariamente es lo que va a pasar en la latitud del continente americano, lo cual parte de diagnósticos.

Las tecnologías de la información y la comunicación deben ser justamente el punto de lanza para la innovación y el desarrollo de los países; sin embargo, resulta difícil tratar de limitar la innovación y el desarrollo si solo ponemos sobre la balanza el tema de las afectaciones a los derechos que podrían tener las personas. Como país, debemos transparentar las relaciones entre empresas prestadoras de servicios y telecomunicaciones. Resulta indispensable la alfabetización por parte de los gobiernos, que el usuario sepa cuáles son sus derechos.