

Big data como síntese de convergência e concentração de negócios na rede: rumo a um regulamento global

Big data como síntesis de la convergencia y la concentración empresarial en la red: hacia una regulación global

Big data as a synthesis of business convergence and concentration on the network: towards a global regulation

Gustavo Buquet

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, profesor de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay), a cargo del área de Economía de la Comunicación y la Cultura.

Contato: gustavo.buquet@fic.edu.uy

Federico Beltramelli

Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Es profesor a tiempo completo y coordinador del Departamento de Medios y Literatura de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay).

Contato: federico.beltramelli@fic.edu.uy

Eduardo Alonso

Doctor en Ciencia Política por la Universidad de la República, Profesor del Departamento de Ciencias humanas y sociales de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay), integrante del Sistema Nacional de Investigadores.

Contato: eduardo.alonso@fic.edu.uy

Submetido em 01.08.2021- Aprovado em 10.12.20



Creative Commons



Atribuição



NãoComercial



Compartilhalgal



Resumo

O processo de convergência das TIC gerou, em um grupo de corporações, um alto grau de concentração em escala global onde o *big data* é seu recurso principal. As regulamentações dos EE.UU., Reino Unido e da UE evidenciam um impacto limitado em seu desempenho e também mostram assimetrias significativas entre os órgãos de controle e essas empresas. O estudo apresenta os modelos de negócios das plataformas, e a lógica das políticas dos EE.UU., Reino Unido e da UE. Concluímos que o principal déficit nas novas propostas regulamentares é desconsiderar o *big data* como um bem público.

Palavras-chave: Plataformas. *Big data*. Concentração. Regulação.

Resumen

El proceso de convergencia de las TIC generó, en un grupo de corporaciones, un alto grado de concentración a escala global, en el cual el *big data* es su recurso principal. Las regulaciones de los EE.UU., Reino Unido y la UE evidencian un impacto limitado en sus resultados y además muestran asimetrías significativas entre los organismos de control y estas empresas. Este estudio presenta los modelos de negocio de las plataformas, y los fundamentos de las políticas de EE.UU., Reino Unido y la UE. Según concluimos, las formas de evitar estos niveles de concentración, sería convertir el *big data* en un bien público.

Palabras clave: Plataformas. *Big data*. Concentración. Regulación.

Abstract

The ICT convergence process generated in a group of corporations a high degree of concentration on a global scale, where big data is their main resource. USA, United Kingdom and EU regulations have had a limited impact on their results and show significant asymmetries between the control agencies and these companies. This study presents the business models of the platforms, and the rationale for USA, United Kingdom and EU policies. We conclude that the main shortcoming of the new regulatory proposals is the failure to consider big data as a public good.

Keywords: Platforms. Big Data. Concentration. Regulation.



Introducción

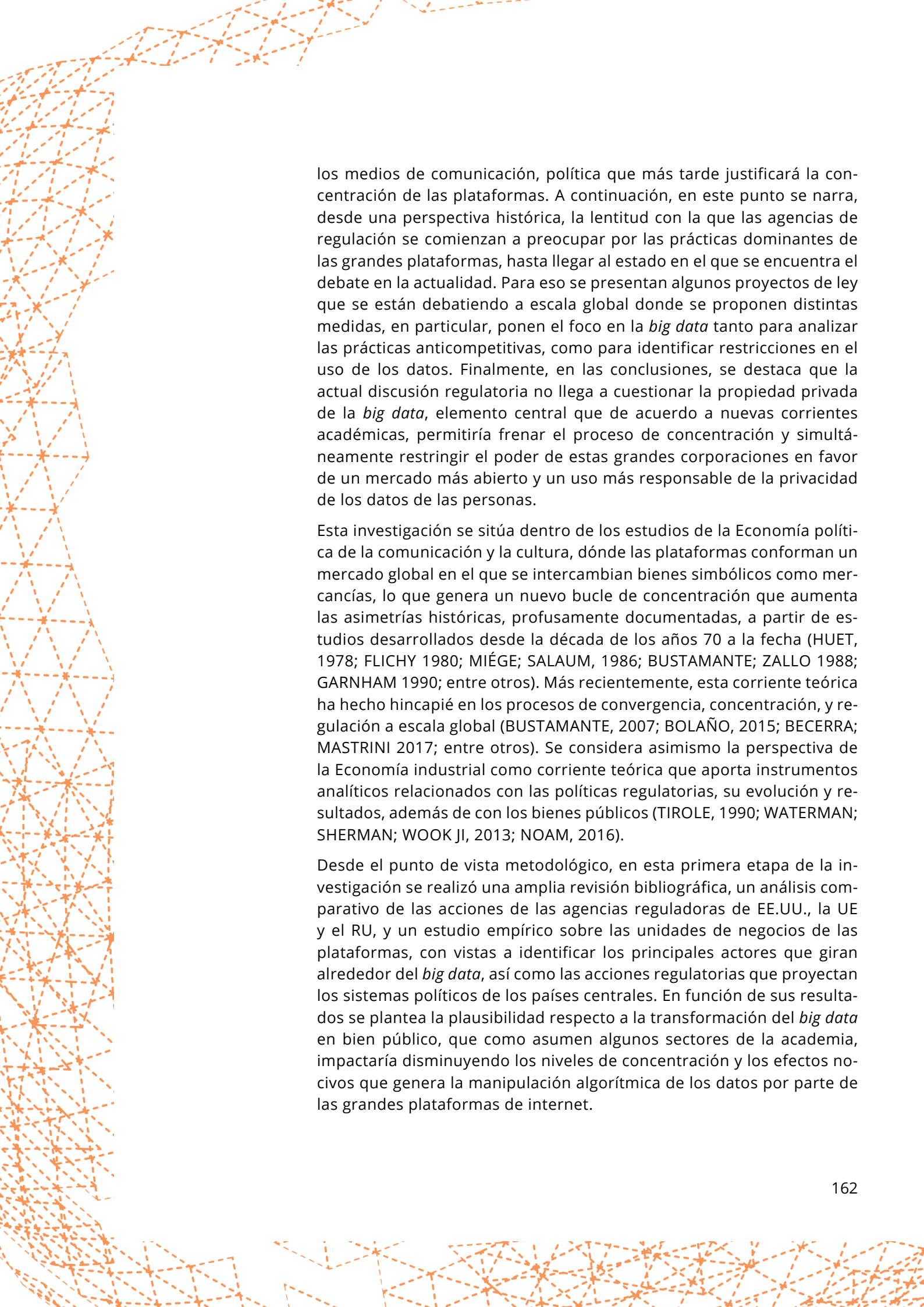
Este artículo presenta el estado de evolución y consolidación de la economía de plataformas, al momento que aporta datos sobre la estructura empresarial de los principales actores y sus modelos de negocios. Simultáneamente, se reconstruye sintéticamente la conformación de las estructuras de mercados globales, y se analiza la evolución y los actuales ensayos regulatorios en EE.UU., Reino Unido y Europa.

Las regulaciones actuales a escala global encuentran limitaciones para restringir los procesos de concentración de estas grandes empresas digitales. En este sentido, el concepto de *big data*, se instala como elemento central en la discusión sobre los mecanismos que deben implementar los nuevos modelos normativos. Si bien hoy la discusión incluye este concepto como fundamental, ninguna agencia regulatoria cuestiona la propiedad de la extracción de datos. Algunos abordajes académicos más recientes, comienzan a considerar el análisis del *big data* en términos de bien público universal.

Este trabajo constituye un avance de una investigación en curso sobre Regulaciones de la convergencia en TICS, impulsada por la Universidad de la República. En sus fundamentos se da cuenta sobre el contexto regulatorio que impacta sobre la manipulación masiva de datos por parte del grupo de las más grandes empresas tecnológicas a escala mundial, tanto en el ámbito de los mercados afectados, como en el estado de indefensión de los usuarios respecto a sus datos personales.

En este sentido, se avanza en el mapeo de la evolución de la convergencia de industrias asociadas a las TIC en el ámbito de internet, y se identifican los principales ejes a los que se orientan las nuevas regulaciones políticas a nivel global.


En la segunda parte de este trabajo, se establecen los conceptos fundamentales abordados en esta investigación, y cómo se relacionan entre ellos; como ser convergencia, *big data*, plataformas, y bienes públicos. La convergencia ha generado un proceso de concentración sin precedentes; la economía de plataformas permite que estas empresas aumenten su rentabilidad abriendo cada vez más áreas de negocio, al momento que permiten una extracción de datos cada vez mayor, lo que refuerza la concentración de las empresas y sus prácticas dominantes. En la tercera parte, se identifican desde el punto de vista práctico y empírico quiénes son los principales actores de la convergencia en el mundo privado. De allí surgen las principales plataformas de internet, y las empresas de telecomunicaciones a escala mundial. El objetivo es mostrar la convergencia de negocios que tienen tanto entre las propias plataformas, como entre las plataformas y los grupos de telecomunicaciones. En la parte cuatro, se presenta la consolidación histórica de la regulación antimonopolio en los EE.UU., así como el cambio de tendencia hacia su liberalización, mostrando en particular cómo a fines del siglo XX se comienza a permitir una elevada concentración dentro de



los medios de comunicación, política que más tarde justificará la concentración de las plataformas. A continuación, en este punto se narra, desde una perspectiva histórica, la lentitud con la que las agencias de regulación se comienzan a preocupar por las prácticas dominantes de las grandes plataformas, hasta llegar al estado en el que se encuentra el debate en la actualidad. Para eso se presentan algunos proyectos de ley que se están debatiendo a escala global donde se proponen distintas medidas, en particular, ponen el foco en la *big data* tanto para analizar las prácticas anticompetitivas, como para identificar restricciones en el uso de los datos. Finalmente, en las conclusiones, se destaca que la actual discusión regulatoria no llega a cuestionar la propiedad privada de la *big data*, elemento central que de acuerdo a nuevas corrientes académicas, permitiría frenar el proceso de concentración y simultáneamente restringir el poder de estas grandes corporaciones en favor de un mercado más abierto y un uso más responsable de la privacidad de los datos de las personas.

Esta investigación se sitúa dentro de los estudios de la Economía política de la comunicación y la cultura, dónde las plataformas conforman un mercado global en el que se intercambian bienes simbólicos como mercancías, lo que genera un nuevo bucle de concentración que aumenta las asimetrías históricas, profusamente documentadas, a partir de estudios desarrollados desde la década de los años 70 a la fecha (HUET, 1978; FLICHY 1980; MIÉGE; SALAUM, 1986; BUSTAMANTE; ZALLO 1988; GARNHAM 1990; entre otros). Más recientemente, esta corriente teórica ha hecho hincapié en los procesos de convergencia, concentración, y regulación a escala global (BUSTAMANTE, 2007; BOLAÑO, 2015; BECERRA; MASTRINI 2017; entre otros). Se considera asimismo la perspectiva de la Economía industrial como corriente teórica que aporta instrumentos analíticos relacionados con las políticas regulatorias, su evolución y resultados, además de con los bienes públicos (TIROLE, 1990; WATERMAN; SHERMAN; WOOK JI, 2013; NOAM, 2016).

Desde el punto de vista metodológico, en esta primera etapa de la investigación se realizó una amplia revisión bibliográfica, un análisis comparativo de las acciones de las agencias reguladoras de EE.UU., la UE y el RU, y un estudio empírico sobre las unidades de negocios de las plataformas, con vistas a identificar los principales actores que giran alrededor del *big data*, así como las acciones regulatorias que proyectan los sistemas políticos de los países centrales. En función de sus resultados se plantea la plausibilidad respecto a la transformación del *big data* en bien público, que como asumen algunos sectores de la academia, impactaría disminuyendo los niveles de concentración y los efectos nocivos que genera la manipulación algorítmica de los datos por parte de las grandes plataformas de internet.



1 Original: “[...] como um processo econômico, político e cultural que está fazendo convergir para um novo regime de informação e comunicação, enquanto modelo de negócios, regras legais e práticas sociais, o conjunto da cadeia produtiva da indústria cultural [...]”

Convergencia, *big data*, y regulación


El proceso de la convergencia ya consolidado en el mercado de contenidos, pero también en general en las empresas de telecomunicaciones y de internet que, como lo define Dantas (2010), puede ser asumido “[...] como un proceso económico, político y cultural que está convergiendo hacia un nuevo régimen de información y comunicación, como modelo de negocio, normas legales y prácticas sociales en toda la cadena productiva de la industria cultural [...]” (DANTAS, 2010, p. 41, traducción nuestra)¹. Estas industrias culturales o grandes plataformas, se han expandido a otros sectores, no necesariamente simbólicos, pero igualmente que los primeros, capaces de generar efectos sobre el comportamiento de los usuarios. Las plataformas utilizan los datos por igual de aquellos que provienen de negocios culturales o simbólicos, de aquellos que no lo son. Al mismo tiempo, tanto las plataformas, como las empresas de telecomunicaciones se van expandiendo a las mismas áreas de negocio (GARCÍA CASTRILLEJO, 2010). Por eso, como se verá más adelante, se propone que el elemento que termina sintetizando este proceso convergente es el de *big data*, entendido como la capacidad de operar, almacenar, clasificar y analizar grandes cantidades de datos.

La reducción de la realidad a datos habilita a los servidores a operar mediante algoritmos (que son instrucciones y órdenes que los ingenieros les dan a las máquinas) y meta algoritmos (aprendizaje automático o *machine learning*) y a su vez este aprendizaje automático permite perfeccionar los sistemas de predicción (MAHRENBACH *et al.*, 2018).

La cantidad de información promedio generada por el uso de los diferentes dispositivos se estima en 1.000 millones de terabytes por día y las proyecciones indican que esta cifra se duplicará todos los años (DESJARDINS, 2019). Con el pasaje del tiempo, los únicos que tienen capacidad de almacenar, además de clasificar y analizar, volúmenes de datos a gran escala son las empresas con negocios en la nube (*cloud computing*), es decir grandes plataformas de internet, y proveedores y operadores de telecomunicaciones.

Una plataforma es un empresa o corporación que opera en internet y que permite la ejecución de diversas aplicaciones en diferentes dispositivos, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de un mismo entorno. Las plataformas se volvieron una forma eficiente de monopolizar, extraer, analizar y usar la cantidad cada vez mayores de datos (SRNICEK, 2018).

La capacidad que poseen estas empresas en la retroalimentación de datos generada por sus propios usuarios, les permite perfeccionar continuamente sus algoritmos y meta algoritmos, esto es, instrumentos de inteligencia artificial que mejoran de forma constante su capacidad de análisis y predicción de la realidad, llevándolos a un círculo virtuoso, consolidando una brecha cada vez mayor entre las grandes tecnológicas y el resto de las empresas (FURMAN, 2019; KOMISSAROV, 2019).



Por su parte, Stucke y Grunes (2018) plantean que las grandes plataformas de internet, además de los efectos de red tradicionales, incluyen efectos de red relacionados con la escala de datos, el alcance de los datos, y con ello acumular información en varios mercados de forma simultánea. Aquí se ve cómo los efectos de red basados en datos refuerzan los diferentes negocios de una misma corporación. Bajo estos efectos, el algoritmo, junto con el autoaprendizaje, puede identificar el universo probable de respuestas relevantes para proyectar distintos escenarios en distintos mercados estratégicos (STUCKE; GRUNES, 2018).

Como observó la OCDE, el *big data* favorece la concentración y el dominio del mercado. Los mercados basados en datos pueden llevar a un resultado del ganador se lo lleva todo, donde la concentración es una probabilidad resultado del éxito del mercado (OECD, 2018).

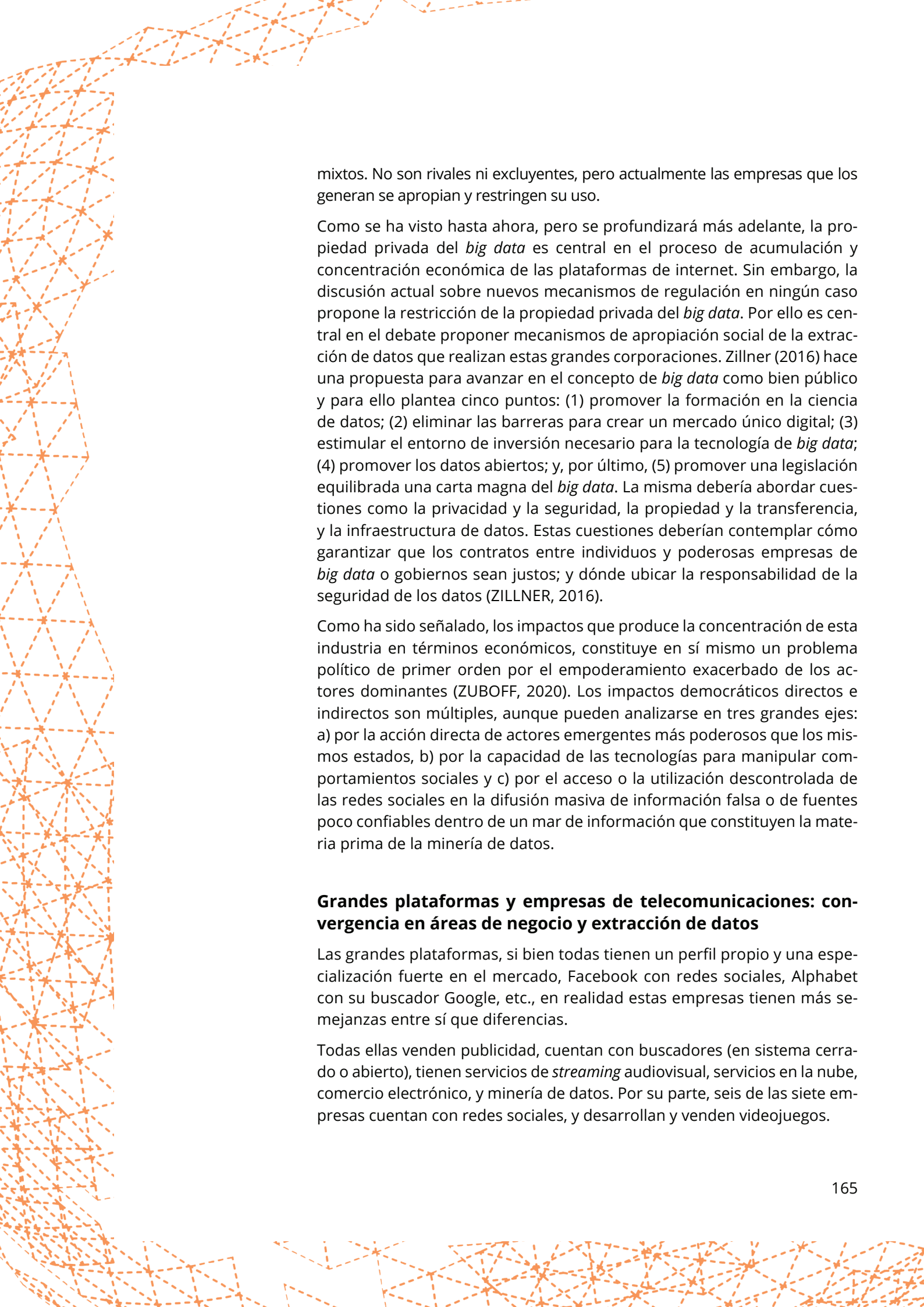
Esto es lo que ha inclinado a Google a aprovechar esta información para invertir en sectores tecnológicos estratégicos, en particular en inteligencia artificial, proceso que siguen de cerca también otras grandes de Internet (SRNICEK, 2018).

No es casualidad que, como sintetiza Marta Peirano (2019), en 2015 Google se convirtió en la corporación Alphabet Inc. junto con otras ocho empresas, incluidas dos divisiones financieras; Capital G (fondo de capital de riesgo) y GV (inversión de capital riesgo); dos laboratorios de investigación médica, Calico (biotecnológica para la longevidad) y Verily (investigación genética y de enfermedades); tres de infraestructura de cable (Google Fiber); sensores (Nest) y Smart Cities (Sidewalk Labs) (PEIRANO, 2019).

Zuboff (2020) va más lejos y propone para este proceso el concepto de capitalismo de vigilancia, que lo define por la extracción de datos y la predicción, por su necesidad de construir y elaborar unos medios de modificación conductual que orientan todas las operaciones hacia la búsqueda del control, creando así el marco propicio para un poder instrumental sin precedentes (ZUBOFF, 2019).

El uso del *big data* por las grandes corporaciones, es un nuevo principio de ordenamiento social que está produciendo una nueva forma de poder. Las ciencias de datos, particularmente la minería de datos y su alcance de predicción pueden llegar a modificar el comportamiento de las personas. El *big data*, además de producir economías de alcance, genera un nuevo fenómeno: las economías de acción; es decir la capacidad que tiene estas grandes corporaciones de modificar el comportamiento de las personas a través de la predicción (ZUBOFF, 2019).

Desde una perspectiva económica, el *big data* puede ser considerado como bien público. Los bienes públicos se definen por dos características centrales: por una parte, estos no son bienes rivales, lo que admite el uso simultáneo por parte de otros usuarios; ni excluyentes, lo que no impide que otros potenciales usuarios se sirvan de ellos en el futuro. En realidad, cuando los bienes públicos contemplan mecanismos de apropiación privada se convierten en bienes



mixtos. No son rivales ni excluyentes, pero actualmente las empresas que los generan se apropian y restringen su uso.

Como se ha visto hasta ahora, pero se profundizará más adelante, la propiedad privada del *big data* es central en el proceso de acumulación y concentración económica de las plataformas de internet. Sin embargo, la discusión actual sobre nuevos mecanismos de regulación en ningún caso propone la restricción de la propiedad privada del *big data*. Por ello es central en el debate proponer mecanismos de apropiación social de la extracción de datos que realizan estas grandes corporaciones. Zillner (2016) hace una propuesta para avanzar en el concepto de *big data* como bien público y para ello plantea cinco puntos: (1) promover la formación en la ciencia de datos; (2) eliminar las barreras para crear un mercado único digital; (3) estimular el entorno de inversión necesario para la tecnología de *big data*; (4) promover los datos abiertos; y, por último, (5) promover una legislación equilibrada una carta magna del *big data*. La misma debería abordar cuestiones como la privacidad y la seguridad, la propiedad y la transferencia, y la infraestructura de datos. Estas cuestiones deberían contemplar cómo garantizar que los contratos entre individuos y poderosas empresas de *big data* o gobiernos sean justos; y dónde ubicar la responsabilidad de la seguridad de los datos (ZILLNER, 2016).

Como ha sido señalado, los impactos que produce la concentración de esta industria en términos económicos, constituye en sí mismo un problema político de primer orden por el empoderamiento exacerbado de los actores dominantes (ZUBOFF, 2020). Los impactos democráticos directos e indirectos son múltiples, aunque pueden analizarse en tres grandes ejes: a) por la acción directa de actores emergentes más poderosos que los mismos estados, b) por la capacidad de las tecnologías para manipular comportamientos sociales y c) por el acceso o la utilización descontrolada de las redes sociales en la difusión masiva de información falsa o de fuentes poco confiables dentro de un mar de información que constituyen la materia prima de la minería de datos.

Grandes plataformas y empresas de telecomunicaciones: convergencia en áreas de negocio y extracción de datos

Las grandes plataformas, si bien todas tienen un perfil propio y una especialización fuerte en el mercado, Facebook con redes sociales, Alphabet con su buscador Google, etc., en realidad estas empresas tienen más semejanzas entre sí que diferencias.

Todas ellas venden publicidad, cuentan con buscadores (en sistema cerrado o abierto), tienen servicios de *streaming* audiovisual, servicios en la nube, comercio electrónico, y minería de datos. Por su parte, seis de las siete empresas cuentan con redes sociales, y desarrollan y venden videojuegos.

Tabla 1 – Las siete compañías tecnológicas más grandes del mundo y sus principales negocios (por capitalización bursátil, año 2021)

Fuente: PWC (2021) y elaboración propia a partir de las memorias anuales de las compañías.

Nombre de la empresa	Apple	Microsoft	Amazon	Alphabet	Facebook	Tencent	Alibaba
Capitalización bursátil en mM USD	1.568	1.505	1.337	953	629	599	577
País de origen	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	China	China
Negocio principal	Hardware	Software	Comercio electrónico	Buscadores	Redes sociales	Redes sociales	Comercio electrónico
Publicidad	X	X	X	X	X	X	X
Buscadores	X	X	X	X	X	X	X
Redes sociales		X	X	X	X	X	X
Venta de aplicaciones	X	X	X	X		X	X
Streaming de video	X	X	X	X	X	X	X
Videjuegos	X	X	X	X		X	X
Servicios en la nube	X	X	X	X		X	X
Big data	X	X	X	X	X	X	X
Comercio electrónico	X	X	X	X	X	X	X

Google y Tencent son los dos grandes jugadores en buscadores, pero no por ello, otros actores no pierden la esperanza en ese mercado, como Apple y Microsoft. En redes sociales manda Facebook, pero es acompañado de cerca por las redes sociales de las empresas chinas. Los videojuegos son negocios importantes para Microsoft, Amazon y Tencent.

Por último, todos tienen ventas de aplicaciones, servicios en la nube, y por lo tanto todos estos actores tienen comercio electrónico, y por supuesto, todas estas grandes empresas son las principales propietarias de la generación de datos, del *big data* a escala mundial.

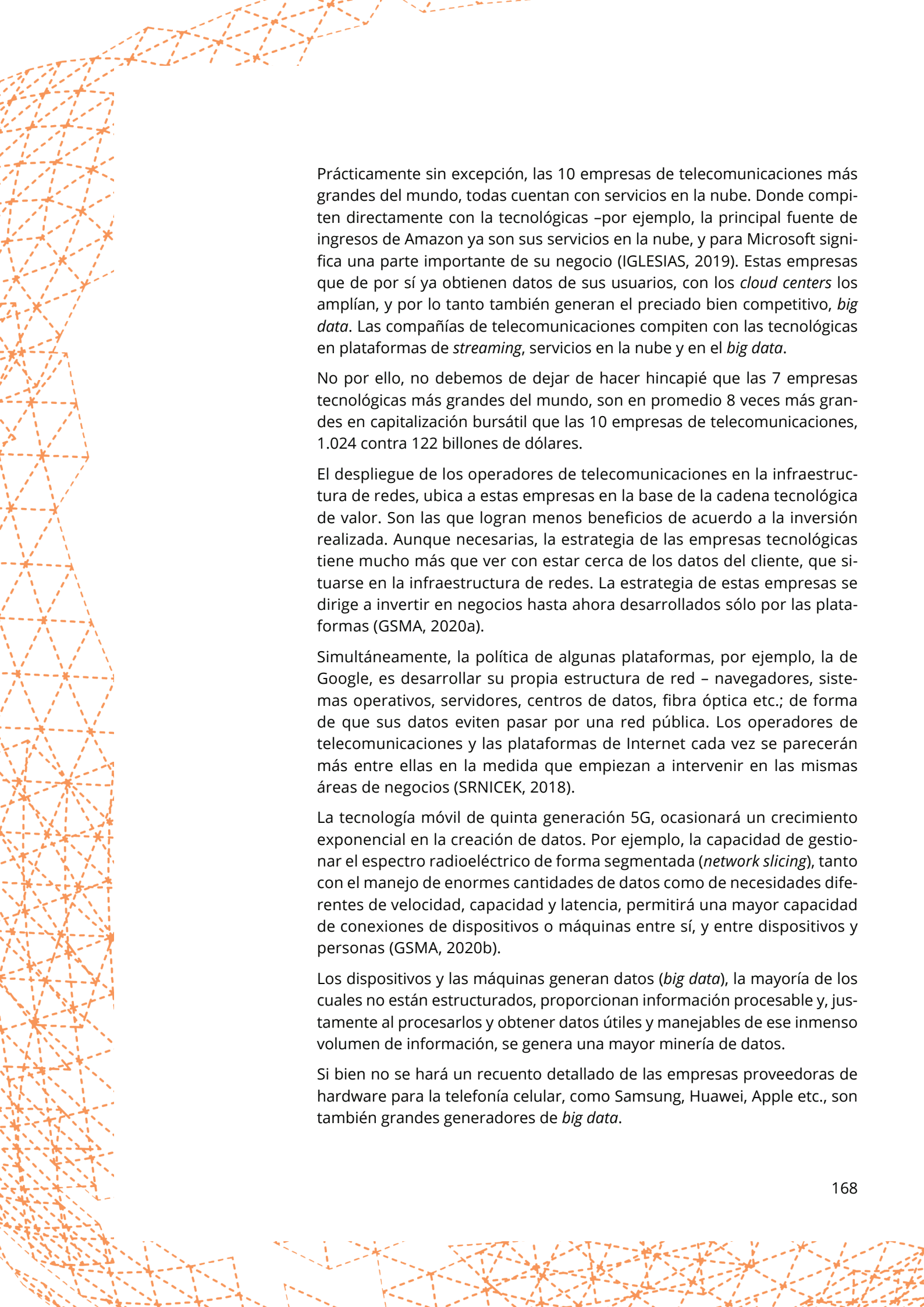
Por su parte, el principal negocio de las empresas de telecomunicaciones es la venta de servicios de voz y datos al consumidor final. Sin embargo, desde el inicio de la convergencia, en los años 90, estas empresas comenzaron a realizar estrategias adquiriendo nuevos negocios. La posibilidad tecnológica permitió que muchas de ellas, con el llamado *triple play*, ofrecieran voz, datos y televisión, por lo que varias de estas empresas son además operadores de TV por cable.

Sin seguir cronológicamente el crecimiento, y las estrategias de integración vertical y horizontal, algunos ejemplos de concentración en este sector fueron los siguientes: Comcast adquirió los estudios Universal, con su cadena de TV abierta NBC, y señales de TV deportivas, de ficción, etc. Por su parte, AT&T en el 2018 adquirió el grupo Warner, con su cadena de TV abierta, sus operadores de cable, sus estudios de producción de contenidos, y la producción de sus señales como CNN, o HBO etc. En estos dos casos, la adquisición de contenidos por parte de operadores de telecomunicaciones, refleja una de las posibles estrategias para competir con las grandes tecnológicas en las plataformas de Internet. HBO + es un claro ejemplo de competencia con Netflix. En este mismo sentido, prácticamente todas la telefónicas analizadas (excepto la China Mobile y la japonesa Softbank) han lanzado plataformas propias para vender contenidos audiovisuales a través de sus celulares. Por lo tanto, AT&T, Comcast, y otros operadores de telecomunicaciones compiten también en el mercado publicitario.

Tabla 2 – Las 10 principales empresas de telecomunicaciones a escala mundial y sus principales negocios (por capitalización bursátil, año 2021)

Fuente: PWC (2021) y elaboración propia a partir de las memorias anuales de las compañías.

Nombre de la empresa	Verizon	AT&T	Comcast	China M	T-Mobile	Softbank	Deutsche T	America M	Vodafone	Telefonica
Capitalización bursátil en Mm USD	226	216	178	138	130	120	82	57	48	23
País de origen	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	China	EE.UU.	Japón	Alemania	México	UK	España
Voz y datos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicidad	X	X	X							
Buscadores	X					X				
Streaming de video	X	X	X		X		X	X	X	X
Servicios en la nube	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Big data	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cable TV	X	X	X					X	X	X
Otros medios		X	X							



Prácticamente sin excepción, las 10 empresas de telecomunicaciones más grandes del mundo, todas cuentan con servicios en la nube. Donde compiten directamente con las tecnológicas –por ejemplo, la principal fuente de ingresos de Amazon ya son sus servicios en la nube, y para Microsoft significa una parte importante de su negocio (IGLESIAS, 2019). Estas empresas que de por sí ya obtienen datos de sus usuarios, con los *cloud centers* los amplían, y por lo tanto también generan el preciado bien competitivo, *big data*. Las compañías de telecomunicaciones compiten con las tecnológicas en plataformas de *streaming*, servicios en la nube y en el *big data*.

No por ello, no debemos de dejar de hacer hincapié que las 7 empresas tecnológicas más grandes del mundo, son en promedio 8 veces más grandes en capitalización bursátil que las 10 empresas de telecomunicaciones, 1.024 contra 122 billones de dólares.

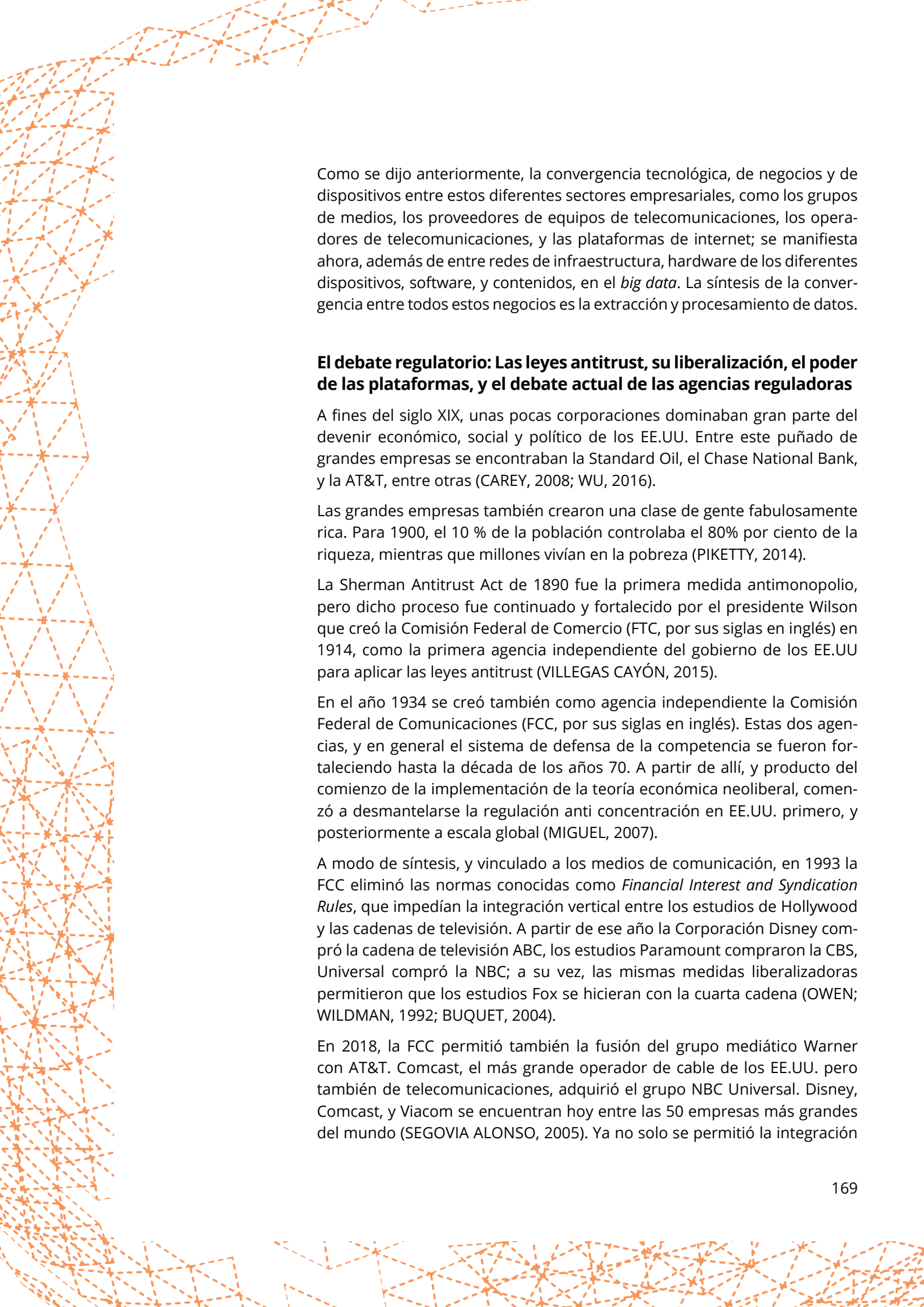
El despliegue de los operadores de telecomunicaciones en la infraestructura de redes, ubica a estas empresas en la base de la cadena tecnológica de valor. Son las que logran menos beneficios de acuerdo a la inversión realizada. Aunque necesarias, la estrategia de las empresas tecnológicas tiene mucho más que ver con estar cerca de los datos del cliente, que situarse en la infraestructura de redes. La estrategia de estas empresas se dirige a invertir en negocios hasta ahora desarrollados sólo por las plataformas (GSMA, 2020a).

Simultáneamente, la política de algunas plataformas, por ejemplo, la de Google, es desarrollar su propia estructura de red – navegadores, sistemas operativos, servidores, centros de datos, fibra óptica etc.; de forma de que sus datos eviten pasar por una red pública. Los operadores de telecomunicaciones y las plataformas de Internet cada vez se parecerán más entre ellas en la medida que empiezan a intervenir en las mismas áreas de negocios (SRNICEK, 2018).

La tecnología móvil de quinta generación 5G, ocasionará un crecimiento exponencial en la creación de datos. Por ejemplo, la capacidad de gestionar el espectro radioeléctrico de forma segmentada (*network slicing*), tanto con el manejo de enormes cantidades de datos como de necesidades diferentes de velocidad, capacidad y latencia, permitirá una mayor capacidad de conexiones de dispositivos o máquinas entre sí, y entre dispositivos y personas (GSMA, 2020b).

Los dispositivos y las máquinas generan datos (*big data*), la mayoría de los cuales no están estructurados, proporcionan información procesable y, justamente al procesarlos y obtener datos útiles y manejables de ese inmenso volumen de información, se genera una mayor minería de datos.

Si bien no se hará un recuento detallado de las empresas proveedoras de hardware para la telefonía celular, como Samsung, Huawei, Apple etc., son también grandes generadores de *big data*.



Como se dijo anteriormente, la convergencia tecnológica, de negocios y de dispositivos entre estos diferentes sectores empresariales, como los grupos de medios, los proveedores de equipos de telecomunicaciones, los operadores de telecomunicaciones, y las plataformas de internet; se manifiesta ahora, además de entre redes de infraestructura, hardware de los diferentes dispositivos, software, y contenidos, en el *big data*. La síntesis de la convergencia entre todos estos negocios es la extracción y procesamiento de datos.

El debate regulatorio: Las leyes antitrust, su liberalización, el poder de las plataformas, y el debate actual de las agencias reguladoras

A fines del siglo XIX, unas pocas corporaciones dominaban gran parte del devenir económico, social y político de los EE.UU. Entre este puñado de grandes empresas se encontraban la Standard Oil, el Chase National Bank, y la AT&T, entre otras (CAREY, 2008; WU, 2016).


Las grandes empresas también crearon una clase de gente fabulosamente rica. Para 1900, el 10 % de la población controlaba el 80% por ciento de la riqueza, mientras que millones vivían en la pobreza (PIKETTY, 2014).

La Sherman Antitrust Act de 1890 fue la primera medida antimonopolio, pero dicho proceso fue continuado y fortalecido por el presidente Wilson que creó la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) en 1914, como la primera agencia independiente del gobierno de los EE.UU para aplicar las leyes antitrust (VILLEGAS CAYÓN, 2015).

En el año 1934 se creó también como agencia independiente la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés). Estas dos agencias, y en general el sistema de defensa de la competencia se fueron fortaleciendo hasta la década de los años 70. A partir de allí, y producto del comienzo de la implementación de la teoría económica neoliberal, comenzó a desmantelarse la regulación anti concentración en EE.UU. primero, y posteriormente a escala global (MIGUEL, 2007).

A modo de síntesis, y vinculado a los medios de comunicación, en 1993 la FCC eliminó las normas conocidas como *Financial Interest and Syndication Rules*, que impedían la integración vertical entre los estudios de Hollywood y las cadenas de televisión. A partir de ese año la Corporación Disney compró la cadena de televisión ABC, los estudios Paramount compraron la CBS, Universal compró la NBC; a su vez, las mismas medidas liberalizadoras permitieron que los estudios Fox se hicieran con la cuarta cadena (OWEN; WILDMAN, 1992; BUQUET, 2004).

En 2018, la FCC permitió también la fusión del grupo mediático Warner con AT&T. Comcast, el más grande operador de cable de los EE.UU. pero también de telecomunicaciones, adquirió el grupo NBC Universal. Disney, Comcast, y Viacom se encuentran hoy entre las 50 empresas más grandes del mundo (SEGOVIA ALONSO, 2005). Ya no solo se permitió la integración



vertical entre los grandes estudios y las grandes cadenas de televisión, sino que entre los ya consolidados grupos mediáticos de EE.UU. con las más grandes empresas de telecomunicaciones (LEE; KANG, 2019).

Por su parte, la conformación de los grandes monopolios tecnológicos y su poder de influencia a nivel económico, político y social, al inicio del siglo XXI, tienen poca diferencia con los poderosos carteles formados a fines del siglo XIX.

De las 10 empresas más grandes del mundo, 7 son tecnológicas, 5 norteamericanas, y 2 chinas. Las 5 norteamericanas representan el 22% del total del valor de las 100 empresas más grandes del mundo, las 2 empresas chinas, por su parte, representan el 4% (PWC, 2021). Por supuesto, que los dueños de estas empresas están entre las personas más ricas del mundo (LOS 50..., 2021).

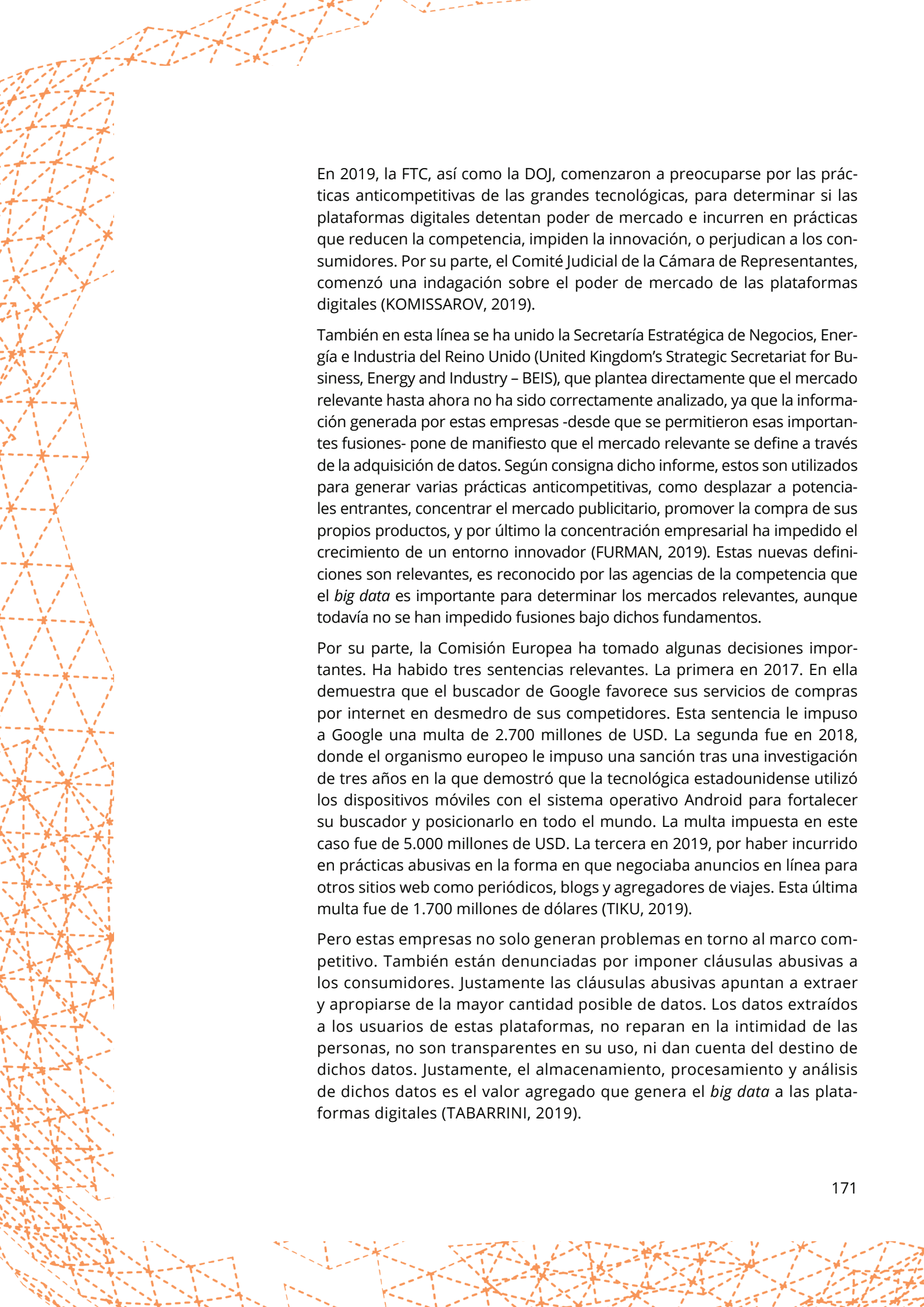
Y si hablamos de concentración, también se puede hablar de pobreza. El 10% de la población mundial posee el 82% de la riqueza (SHORROCKS *et al.*, 2019), de este modo el nivel de concentración de la riqueza es el mismo que en los albores del siglo XX. En los años 1970, en pleno sistema de bienestar, tanto en Europa como en EE.UU., el 10% de la población poseía el 60% de la riqueza, 22 puntos menos que en el 2020 (PIKETTY, 2014).

Hoy existe la legislación antimonopolio, pero, por una parte, la desregularización la ha hecho más permisiva, y por otra, las herramientas que tiene para analizar el nuevo tipo de empresas, los mercados y la competencia han quedado obsoletas. La regulación actual no ha permitido generar argumentos que impidan fusiones de empresas que décadas atrás hubieran sido violatorias de cualquier regla básica de concentración (ANDREWS; IOSFIDIS, 2019).

Peor aún, las regulaciones y las decisiones de los organismos reguladores siguen siendo nacionales cuando en realidad las empresas, sus características, y las formas cómo sortean las normativas contra las prácticas anti-competitivas son globales. Este es el otro desafío regulatorio del siglo XXI (RIOUX; VERDUGO ULLOA, 2017).

En el siglo XXI, la Comisión Federal de Comercio de los EE.UU. (FTC), y la División Antimonopolio del Departamento de Justicia (DOJ), las agencias vinculadas a la competencia en el Reino Unido, y la Dirección de la Competencia de la Comisión Europea (además del resto de agencias vinculadas a la competencia y defensa de los derechos del consumidor a escala mundial), han permitido la absorción de empresas como WhatsApp e Instagram y otras 80 empresas por parte de Facebook; o YouTube o Waze y sus más de 200 adquisiciones de empresas en diferentes mercados por parte de Alphabet, o el propio ingreso con Android al mercado de sistemas operativos de telefonía celular que tiene esta misma corporación (CRÉMÉR *et al.*, 2019).

Sin embargo, directivos de estas propias agencias gubernamentales, y también académicos han manifestado que el instrumental de análisis que han utilizado para permitir estas fusiones y/o absorciones está totalmente perimido.



En 2019, la FTC, así como la DOJ, comenzaron a preocuparse por las prácticas anticompetitivas de las grandes tecnológicas, para determinar si las plataformas digitales detentan poder de mercado e incurren en prácticas que reducen la competencia, impiden la innovación, o perjudican a los consumidores. Por su parte, el Comité Judicial de la Cámara de Representantes, comenzó una indagación sobre el poder de mercado de las plataformas digitales (KOMISSAROV, 2019).

También en esta línea se ha unido la Secretaría Estratégica de Negocios, Energía e Industria del Reino Unido (United Kingdom's Strategic Secretariat for Business, Energy and Industry – BEIS), que plantea directamente que el mercado relevante hasta ahora no ha sido correctamente analizado, ya que la información generada por estas empresas -desde que se permitieron esas importantes fusiones- pone de manifiesto que el mercado relevante se define a través de la adquisición de datos. Según consigna dicho informe, estos son utilizados para generar varias prácticas anticompetitivas, como desplazar a potenciales entrantes, concentrar el mercado publicitario, promover la compra de sus propios productos, y por último la concentración empresarial ha impedido el crecimiento de un entorno innovador (FURMAN, 2019). Estas nuevas definiciones son relevantes, es reconocido por las agencias de la competencia que el *big data* es importante para determinar los mercados relevantes, aunque todavía no se han impedido fusiones bajo dichos fundamentos.

Por su parte, la Comisión Europea ha tomado algunas decisiones importantes. Ha habido tres sentencias relevantes. La primera en 2017. En ella demuestra que el buscador de Google favorece sus servicios de compras por internet en desmedro de sus competidores. Esta sentencia le impuso a Google una multa de 2.700 millones de USD. La segunda fue en 2018, donde el organismo europeo le impuso una sanción tras una investigación de tres años en la que demostró que la tecnológica estadounidense utilizó los dispositivos móviles con el sistema operativo Android para fortalecer su buscador y posicionarlo en todo el mundo. La multa impuesta en este caso fue de 5.000 millones de USD. La tercera en 2019, por haber incurrido en prácticas abusivas en la forma en que negociaba anuncios en línea para otros sitios web como periódicos, blogs y agregadores de viajes. Esta última multa fue de 1.700 millones de dólares (TIKU, 2019).

Pero estas empresas no solo generan problemas en torno al marco competitivo. También están denunciadas por imponer cláusulas abusivas a los consumidores. Justamente las cláusulas abusivas apuntan a extraer y apropiarse de la mayor cantidad posible de datos. Los datos extraídos a los usuarios de estas plataformas, no reparan en la intimidad de las personas, no son transparentes en su uso, ni dan cuenta del destino de dichos datos. Justamente, el almacenamiento, procesamiento y análisis de dichos datos es el valor agregado que genera el *big data* a las plataformas digitales (TABARRINI, 2019).

2 Original: "Despite repeated promises to its billions of users worldwide that they could control how their personal information is shared, Facebook undermined consumers' choices".

3 Original: "The ICO's investigation found that between 2007 and 2014, Facebook processed the personal information of users unfairly by allowing application developers access to their information without sufficiently clear and informed consent....These failings meant [that the] company GSR, harvested the Facebook data of up to 87 million people worldwide, without their knowledge. A subset of this data was later shared with other organisations, including SCL Group, the parent company of Cambridge Analytica who were involved in political campaigning in the US".

4 Original: "Facebook, Google and Twitter accept to change their terms of services to make them customer-friendly and compliant with EU rules".

También relativo a la privacidad de los usuarios, la FTC de los EE.UU. multó con 5.000 millones de dólares a Facebook en el año 2019. El fundamento de la Comisión Federal de Comercio fue que "a pesar de las repetidas promesas a sus miles de millones de usuarios en todo el mundo de que podrían controlar cómo se comparte su información personal, Facebook socavó las opciones de los consumidores" (UNITED STATES, 2019, traducción nuestra)². Por su parte, la Information Commission Officer's del Reino Unido (ICO) impuso una multa de 500 millones de libras a la misma compañía. Según la ICO,


la investigación descubrió que entre 2007 y 2014, Facebook procesó la información personal de los usuarios de manera injusta al permitir a los desarrolladores de aplicaciones acceder a su información sin un consentimiento suficientemente claro e informado (...) Estas fallas significaron finalmente que la empresa GSR recopilara datos de hasta 87 millones de personas sin su conocimiento. Posteriormente, un subconjunto de estos datos se compartió con otras organizaciones, incluido SCL Group, la empresa matriz de Cambridge Analytica que participó en campañas políticas en los EE.UU. (UNITED KINGDOM, 2018, traducción nuestra)³.

Estas prácticas monopólicas están relacionadas con las cláusulas abusivas que se imponen a los usuarios; sin estos últimos, no contarían con el *big data*, ni podrían generar los algoritmos que le aseguran su dominio en el mercado.

También en este sentido ha habido otros avances específicos de la UE, como el nuevo Reglamento General de Protección de Datos Personales del Parlamento Europeo y del Consejo, que regula el tratamiento que realizan personas, empresas u organizaciones de los datos personales relacionados con personas en la Unión Europea (UNIÓN EUROPEA, 2016). En este sentido, "Facebook, Google y Twitter aceptaron cambiar sus términos de condiciones para que sean amigables con el cliente y cumplan con nueva normativa de la UE" (EUROPEAN COMMISSION, 2018, traducción nuestra)⁴.

Por supuesto que además las grandes plataformas tecnológicas están acusadas de no remunerar los derechos, sean de los periódicos online, de los músicos, o tener constantes violaciones a la libertad de expresión. Las grandes plataformas son un gran problema para la democracia, y en general para la sociedad actual y futura (AMNISTÍA INTERNACIONAL, 2019).

También desde EE.UU., y Europa se escuchan las primeras voces para impedir algún tipo de absorciones como en el caso la compra de Fitbit por parte de Google. Por su parte, legisladores en EE.UU. hablan de la posibilidad de regulaciones más estrictas para las tecnológicas. Por ejemplo, el senador demócrata por Nueva York Michael Gianaris declaró que "Nuestras leyes antimonopolio tienen alrededor de un siglo y fueron creadas para una economía diferente [...] nadie podía contemplar un motor de búsqueda que



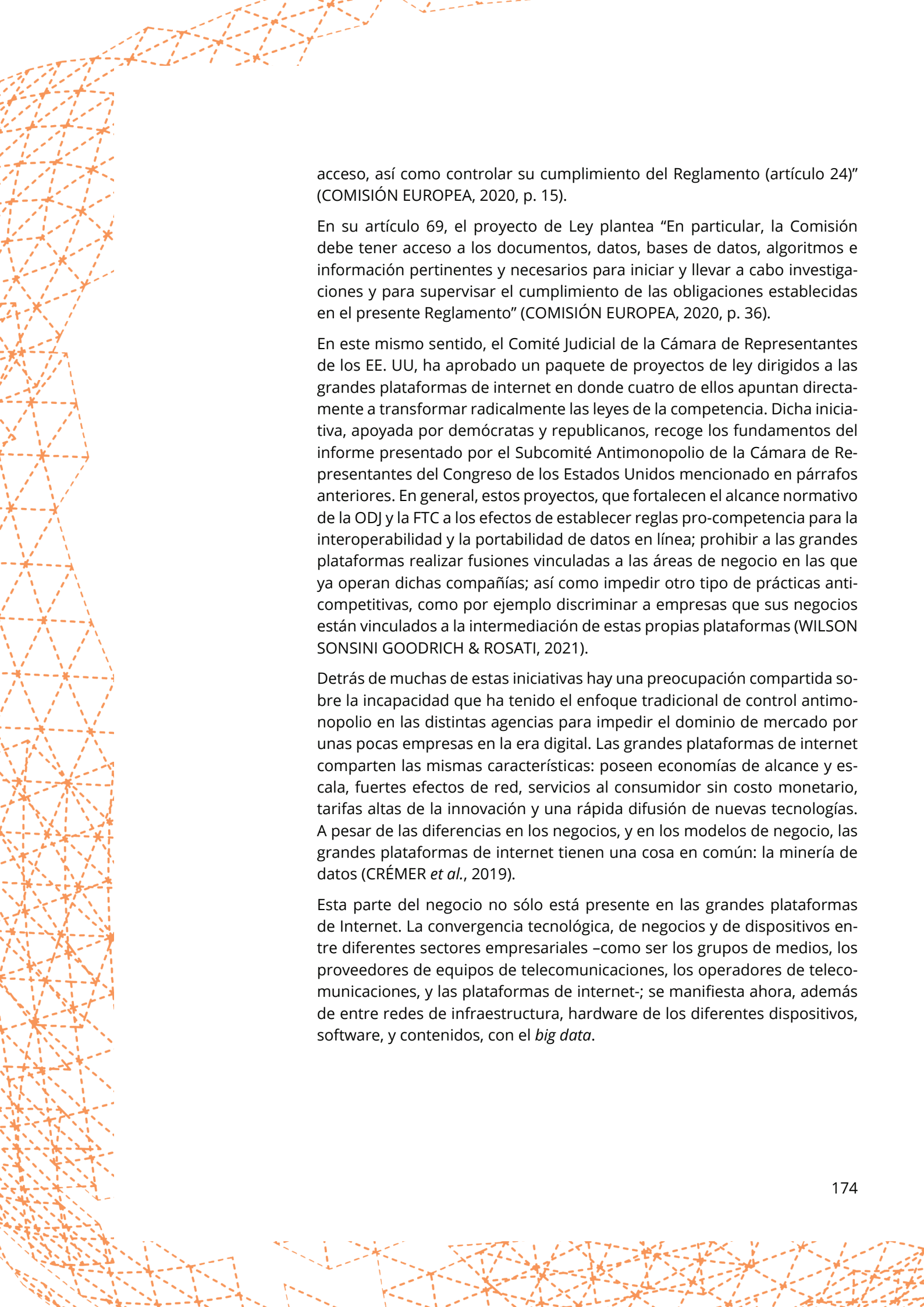
5 Original: "Our antitrust laws are about a century old and were built for a different economy [...] no one could see a search engine which could prioritize one's own products over competitors."

priorizara sus productos sobre los de la competencia" (SUNDARAM, 2020, traducción nuestra)⁵. El Reino Unido, en esta dirección, por primera vez se plantea estudios ex ante, esto es seguimiento de las grandes tecnológicas previo a que existan demandas (PETROS; LEIGHTON, 2019).

A fines del año 2020, las reflexiones realizadas por las agencias reguladoras o antimonopolio de EE.UU. y el Reino Unido, sobre posibles medidas contra las grandes tecnológicas terminaron en iniciativas concretas. El Subcomité Antimonopolio de la Cámara de Representantes del Congreso de los Estados Unidos presentó el Informe *Investigation of Competition in Digital Markets* sobre las corporaciones GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon), donde sus propuestas abarcan desde la separación estructural imponiendo la desinversión a estas grandes corporaciones; hasta la transformación de las leyes antimonopolio para que puedan ser más efectivas en el futuro (NADLER; CICELLINE, 2020). Por su parte, la FTC, en conjunto con los fiscales de 48 Estados de los Estados Unidos, demandó en diciembre de 2020 a Facebook exigiéndole la venta de Whatsapp e Instagram, y solicitando impedir nuevas fusiones y adquisiciones en el futuro (UNITED STATES, 2020). Por su parte, el gobierno del Reino Unido creó, dentro de las competencias de la Competition Markets Authority (CMA), la Digital Market Unit (DMU), agencia que coordinará con la OFCOM y otras agencias vinculadas, y tendrá como objetivo realizar y hacer cumplir un nuevo marco normativo que garantice la competencia en el mercado de las grandes plataformas de internet (UNITED KINGDOM, 2020).

Una vez que los organismos de gobierno de la UE y los EE.UU. han tomado conciencia de las prácticas de las grandes plataformas de internet, tanto de abuso sobre protección de datos personales, como de sus prácticas anticompetitivas, estos gobiernos presentaron proyectos de ley a ser considerados por sus parlamentos. La Comisión Europea ha enviado sendos proyectos al Parlamento Europeo. Se trata de la Digital Services Act (DSA) y Digital Markets Act (DMA). En la primera de ellas se destaca que "Varias partes interesadas, en particular la sociedad civil y el mundo académico, señalan la necesidad de realizar auditorías algorítmicas de rendición de cuentas y transparencia, especialmente en relación con la forma de priorizar y personalizar la información" (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 10), proponiendo entre otras cosas "un sistema de gobernanza de la UE con competencias reforzadas de supervisión y ejecución" (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 12).

Por su parte, "la propuesta de Ley de Mercados Digitales se ocupa de los desequilibrios económicos, las prácticas comerciales desleales de los guardianes de acceso y sus consecuencias negativas, como la reducida disputabilidad de los mercados de plataformas" (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 3). Entre ellas, "los procedimientos previstos en el Reglamento se incluyen la capacidad de la Comisión para solicitar información, realizar entrevistas y tomar declaraciones e inspecciones *in situ*, adoptar medidas provisionales y hacer que las medidas voluntarias sean vinculantes para los guardianes de



acceso, así como controlar su cumplimiento del Reglamento (artículo 24)” (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 15).

En su artículo 69, el proyecto de Ley plantea “En particular, la Comisión debe tener acceso a los documentos, datos, bases de datos, algoritmos e información pertinentes y necesarios para iniciar y llevar a cabo investigaciones y para supervisar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento” (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 36).

En este mismo sentido, el Comité Judicial de la Cámara de Representantes de los EE. UU, ha aprobado un paquete de proyectos de ley dirigidos a las grandes plataformas de internet en donde cuatro de ellos apuntan directamente a transformar radicalmente las leyes de la competencia. Dicha iniciativa, apoyada por demócratas y republicanos, recoge los fundamentos del informe presentado por el Subcomité Antimonopolio de la Cámara de Representantes del Congreso de los Estados Unidos mencionado en párrafos anteriores. En general, estos proyectos, que fortalecen el alcance normativo de la ODJ y la FTC a los efectos de establecer reglas pro-competencia para la interoperabilidad y la portabilidad de datos en línea; prohibir a las grandes plataformas realizar fusiones vinculadas a las áreas de negocio en las que ya operan dichas compañías; así como impedir otro tipo de prácticas anti-competitivas, como por ejemplo discriminar a empresas que sus negocios están vinculados a la intermediación de estas propias plataformas (WILSON SONSINI GOODRICH & ROSATI, 2021).

Detrás de muchas de estas iniciativas hay una preocupación compartida sobre la incapacidad que ha tenido el enfoque tradicional de control antimonopolio en las distintas agencias para impedir el dominio de mercado por unas pocas empresas en la era digital. Las grandes plataformas de internet comparten las mismas características: poseen economías de alcance y escala, fuertes efectos de red, servicios al consumidor sin costo monetario, tarifas altas de la innovación y una rápida difusión de nuevas tecnologías. A pesar de las diferencias en los negocios, y en los modelos de negocio, las grandes plataformas de internet tienen una cosa en común: la minería de datos (CRÉMER *et al.*, 2019).

Esta parte del negocio no sólo está presente en las grandes plataformas de Internet. La convergencia tecnológica, de negocios y de dispositivos entre diferentes sectores empresariales –como ser los grupos de medios, los proveedores de equipos de telecomunicaciones, los operadores de telecomunicaciones, y las plataformas de internet-; se manifiesta ahora, además de entre redes de infraestructura, hardware de los diferentes dispositivos, software, y contenidos, con el *big data*.

Conclusiones

Ante el disruptivo cambio tecnológico, en un principio, los gobiernos no tomaron ningún tipo de medidas. Las grandes plataformas de internet operaron sin mayores restricciones hasta 2007, año en que la Comisión Europea actualizó la Directiva Audiovisual definiendo tímidamente los Servicios de Comunicación Audiovisual no lineales.

Agencias reguladoras y distintas instituciones siguieron con acciones como las ejercidas por la Comisión Europea. Pero esto no sucedió hasta el año 2016 con la actualización de la Directiva de Protección de Datos Personales, y con importantes multas a las grandes plataformas en los años 2017, 2018 y 2019. La Oficina de Información (ICO) del Reino Unido en 2018, y la Comisión Federal de Comercio (FTC) de los EE.UU. durante 2019 hicieron lo propio.

Todas estas agencias e instituciones como la FTC, la división antimonopolio de la DOJ, el Congreso de los EE.UU., la Comisión Europea, y la Secretaría Estratégica de Negocios, Energía e Industria (BEIS) del Reino Unido, entre otras, están discutiendo además propuestas que sean capaces de generar nuevos instrumentos que impidan a las grandes plataformas, tanto las acciones anticompetitivas como el uso abusivo de datos.

Sus planteos en general coinciden con que la manipulación de los datos a gran escala por estas grandes plataformas es utilizada para desplazar a potenciales entrantes, concentrar el mercado publicitario, promover la compra de sus propios productos, impedir el crecimiento de un entorno innovador, además de vulnerar la protección de datos personales.

A pesar de que algunas de estas regulaciones propuestas restringirán el poder de las plataformas, tanto en el uso de los datos personales, como en sus comportamientos anticompetitivos; incluso tomando en cuenta uno de los proyectos de Ley en el Congreso de los EE.UU. que propone la interoperabilidad y portabilidad de los datos de las grandes plataformas, hay un elemento que todavía no se pone en el centro de la discusión y es la condición conceptual y propietaria de los *big data*.

Tanto desde la academia, como desde las agencias regulatorias se han realizado varias preguntas y algunas propuestas; pero ¿cuándo se llegará al tratamiento del *big data* de forma global, tomando en cuenta posibles regulaciones que limiten su apropiación privada y admitan tratarlo como un bien público de libre acceso? Tanto desde la academia como de sectores de la sociedad civil crecientemente se está planteando la necesidad de considerar al *big data* como un bien público a escala global.

Referencias

ALIBABA GROUP. **Annual Report**. 2020. Disponible en: <https://doc.irasia.com/listco/hk/alibabagroup/interim/2021/intrep.pdf>. Acceso el 10 oct. 2020.

ALPHABET. **Annual Report**. 2019. Disponible en: https://abc.xyz/investor/static/pdf/20200204_alphabet_10K.pdf?cache=cdd6dbf. Acceso el 10 oct. 2020.

AMAZON. **Annual Report**. 2019. Disponible en: https://s2.q4cdn.com/299287126/files/doc_financials/proxy/2019-Proxy-Statement.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

AMÉRICA MÓVIL. **Annual Report**. 2019. Disponible en: https://s22.q4cdn.com/604986553/files/doc_financials/2019/ar/2019-20-F-EN.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

AMNISTÍA INTERNACIONAL. **Gigantes de la vigilancia**: la amenaza que el modelo de negocios de Google y Facebook representa para los derechos humanos. Londres: Amnistía Internacional, 2019. Disponible en: <https://www.amnesty.org/download/Documents/POL3014042019SPANISH.PDF>. Acceso el 10 oct. 2020.

ANDREWS, L.; IOSFIDIS, P. Regulating the internet intermediaries in a post-truth world: Beyond media policy? **The International Communication Gazette**, v. 82, n. 3, 2019. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1748048519828595>. Acceso el 10 oct. 2020.

APPLE. **Annual Report**. 2020. Disponible en: [https://s2.q4cdn.com/470004039/files/doc_financials/2020/ar/_10-K-2020-\(As-Filed\).pdf](https://s2.q4cdn.com/470004039/files/doc_financials/2020/ar/_10-K-2020-(As-Filed).pdf). Acceso el 10 oct. 2020.

AT&T INC. **Annual Report**. 2019. Disponible en: <https://investors.att.com/~media/Files/A/ATT-IR/financial-reports/annual-reports/2019/complete-2019-annual-report.pdf>. Acceso el 10 oct. 2020.

BECERRA, M.; MASTRINI, G. **La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015**: nuevos medios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Observacom, 2017.

BOLAÑO, C. **The Culture Industry, Information and Capitalism**. London: Palgrave Macmillan, 2015.

BUSTAMANTE, E. **Industrias creativas**: Amenazas sobre la cultura digital. Barcelona: Gedisa, 2007.

BUSTAMANTE, E. (Coord.). **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación**. Madrid: Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003.

BUSTAMANTE, E.; ZALLO, R. **Las industrias culturales en España**: Grupos multimedia y transnacionales. Madrid: Akal Comunicación, 1988.

BUQUET, G. **El Poder de Hollywood**: un Análisis Económico del Mercado Audiovisual en Europa y Estados Unidos. Madrid: Fundación de Autor, 2005.

CAREY JR., C. Corporations and Big Business. **Nineteenth Century U.S. Newspapers**, Cengage Learning, 2008. Disponible en: <https://www.gale.com/intl/essays/charles-w-carey-jr-corporations-big-business>. Acceso el 10 oct. 2020.

CHINA MOBILE. **Annual Report**. 2019. Disponible en: <https://www.china-mobileltd.com/en/ir/reports/ar2019.pdf>. Acceso el 10 oct. 2020.

COMCAST. **Annual Report**. 2020. Disponible en: <https://www.cmcsa.com/static-files/0ff6a41f-c1ff-4c25-b07e-4ec8424907cf>. Acceso el 10 oct. 2020.

COMISIÓN EUROPOEA. **COM(2020) 825 final 2020/0361 (COD)**. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/C Bruselas, 2020. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0825&from=es>. Acceso el 10 oct. 2020.

COMISIÓN EUROPEA. **COM(2020) 842 final 2020/0374 (COD)**. Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del consejo sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (Ley de Mercados Digitales). Bruselas, 2020. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0842&from=es>. Acceso el 10 oct. 2020.

CRÉMER, J.; DE MONTJOYE, Y.; SCHWEITZER, H. **Competition Policy for the digital era**. Directorate-General for Competition, European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponible en: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1>. Acceso el 14 abr. 2020.

DANTAS, M. Convergência digital: entre os "jardins murados" e as praças públicas. In: SEL, S. **Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo: América Latina y sus encrucijadas**. Buenos Aires: CLACSO, 2010. p. 41-68.

DESJARDINS, J. How Much Data is Generated Each Day? **Visual Capitalist**, 15 abr. 2019. Disponible en: <https://www.visualcapitalist.com/how-much-data-is-generated-each-day/>. Acceso el 4 set. 2020.


DEUTSCHE TELEKOM. **Annual Report**. 2019. Disponible en: https://report.telekom.com/annual-report-2019/servicepages/downloads/files/entire_dtag_ar19.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

EUROPEAN COMMISSION. Facebook, Google and Twitter accept to change their terms of services to make them customer-friendly and compliant with EU rules. **Newsroom**, 15 feb. 2018. Disponible en: https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=614254/. Acceso el 7 oct. 2020.

FACEBOOK. **Annual Report**. 2018. Disponible en: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/annual_reports/2018-Annual-Report.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

FLICHY, P. **Les industries de l'imaginaire**. Grenoble: P.U. de Grenoble, 1980.

FURMAN, J. **Unlocking digital competition**: Report of the Digital Competition Expert Panel. Strategic Secretariat for Business, Energy and Industry. London: UK Publishing Services, 2019. Disponible en: <https://assets.publi->



[shing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf](https://www.shing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf). Acceso el 10 oct. 2020.

GARNHAM, N. **Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information**. London: Sage Publications, 1990.

GSMA. **The mobile economy 2020**. 2020a. Disponible en: https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf. Acceso el 25 mar. 2020.

GSMA. **5G Spectrum: GSMA Public Policy Position**. 2020b. Disponible en: <https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2020/03/5G-Spectrum-Positions.pdf>. Acceso el 25 mar. 2020.

HUET, A. **Capitalisme et industries culturelles**. Grenoble: PUG, 1978.

IGLESIAS, A. El principal negocio de Amazon no está en el comercio electrónico, sino en sus servicios cloud. **Business Insider**, 1 feb. 2019. Disponible en: <https://www.businessinsider.es/principal-negocio-amazon-servicios-cloud-368149>. Acceso el 6 oct. 2020.

KOMISSAROV, S. ¿La competencia realmente está a un click de distancia? Propuestas antitrust para Silicon Valley. **Chasqui**, Quito, n. 142, dic. 2019. Disponible en: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i142.4106>. Acceso el 10 oct. 2020.

LEE, E.; KANG, C. U.S. Loses Appeal Seeking to Block AT&T-Time Warner Merger. **New York Times**, 26 feb. 2019. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2019/02/26/business/media/att-time-warner-appeal.html>. Acceso el 21 ene. 2021.

LOS 50 más ricos 2021. **Forbes**, 09 abr. 2021. Disponible en: <https://forbes.co/2021/04/09/editors-picks/los-50-mas-ricos-del-mundo-2021/>. Acceso el 22 jun. 2021.

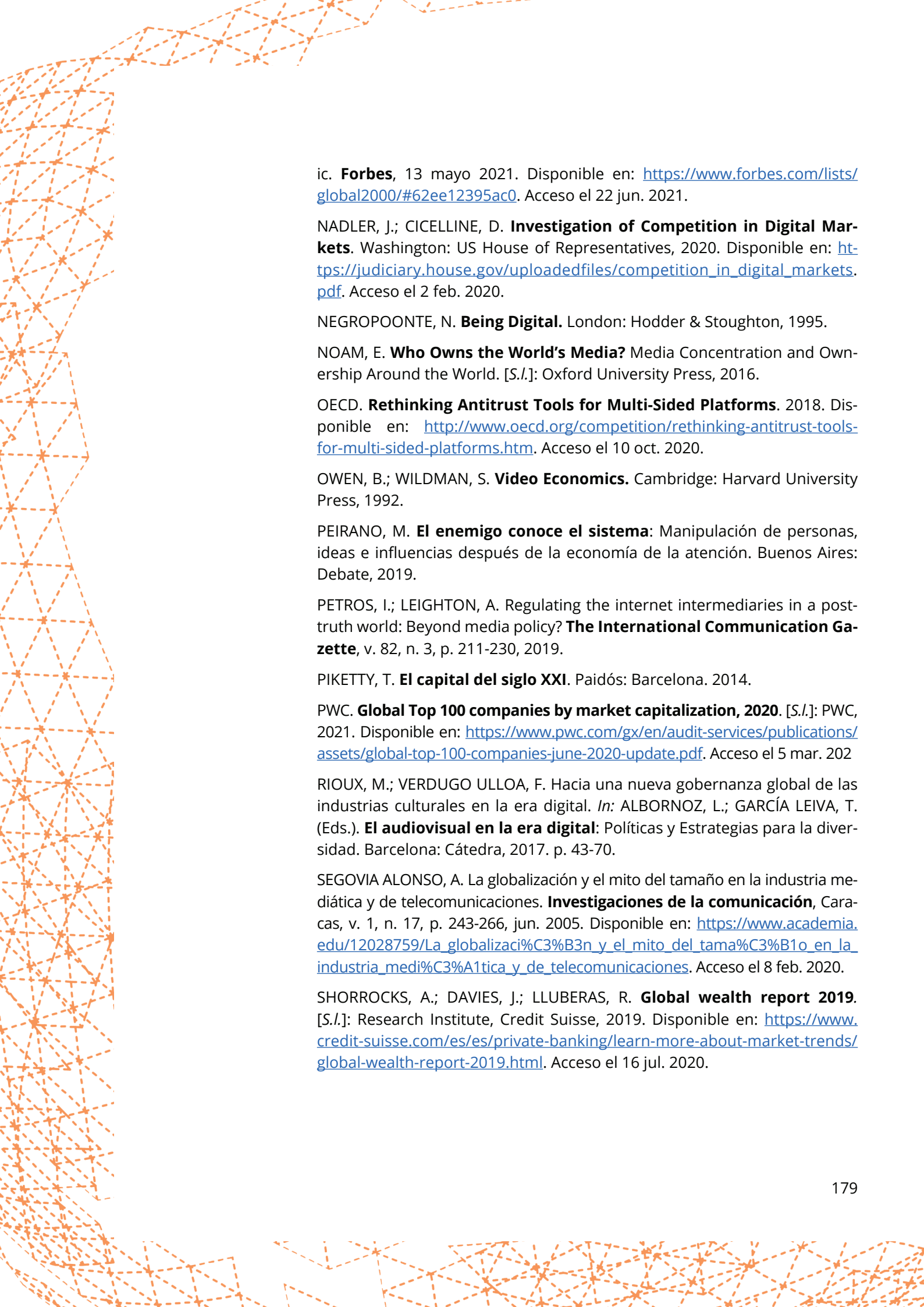
MAHRENBACH, L.; MAYER, K.; PFEFFER, J. Policy visions of big data: views from the Global South. **Third World Quarterly**, v. 39, n. 10, p. 1861-1882, oct. 2018. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/01436597.2018.1509700>. Acceso el 10 oct. 2020.

MICROSOFT. **Annual Report**. 2020. Disponible en: <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar20/download-center/>. Acceso el 10 oct. 2020.

MIÈGE, B.; SALAUM, J. **L'Industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Aubier, 1986.

MIGUEL, J. Caracterización de la regulación de la FCC. **Zer - Revista de estudios de comunicación**, Bilbao, v. 12, n. 23, p. 119-137, nov. 2011. Disponible en: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3648>. Acceso el 10 oct. 2020.

MURPHY, A; HAVERSTOCK, E; GARA, A; HELMAN, C; VARDI, N. Global 2000: How The World's Biggest Public Companies Endured The Pandem-



ic. **Forbes**, 13 mayo 2021. Disponible en: <https://www.forbes.com/lists/global2000/#62ee12395ac0>. Acceso el 22 jun. 2021.

NADLER, J.; CICELINE, D. **Investigation of Competition in Digital Markets**. Washington: US House of Representatives, 2020. Disponible en: https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf. Acceso el 2 feb. 2020.

NEGROPOONTE, N. **Being Digital**. London: Hodder & Stoughton, 1995.

NOAM, E. **Who Owns the World's Media?** Media Concentration and Ownership Around the World. [S.l.]: Oxford University Press, 2016.

OECD. **Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms**. 2018. Disponible en: <http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm>. Acceso el 10 oct. 2020.

OWEN, B.; WILDMAN, S. **Video Economics**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.

PEIRANO, M. **El enemigo conoce el sistema**: Manipulación de personas, ideas e influencias después de la economía de la atención. Buenos Aires: Debate, 2019.

PETROS, I.; LEIGHTON, A. Regulating the internet intermediaries in a post-truth world: Beyond media policy? **The International Communication Gazette**, v. 82, n. 3, p. 211-230, 2019.

PIKETTY, T. **El capital del siglo XXI**. Paidós: Barcelona. 2014.

PWC. **Global Top 100 companies by market capitalization, 2020**. [S.l.]: PWC, 2021. Disponible en: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-june-2020-update.pdf>. Acceso el 5 mar. 2021.

RIOIX, M.; VERDUGO ULLOA, F. Hacia una nueva gobernanza global de las industrias culturales en la era digital. In: ALBORNOZ, L.; GARCÍA LEIVA, T. (Eds.). **El audiovisual en la era digital**: Políticas y Estrategias para la diversidad. Barcelona: Cátedra, 2017. p. 43-70.

SEGOVIA ALONSO, A. La globalización y el mito del tamaño en la industria mediática y de telecomunicaciones. **Investigaciones de la comunicación**, Caracas, v. 1, n. 17, p. 243-266, jun. 2005. Disponible en: https://www.academia.edu/12028759/La_globalizaci%C3%B3n_y_el_mito_del_tama%C3%B1o_en_la_industria_medi%C3%A1tica_y_de_telecomunicaciones. Acceso el 8 feb. 2020.

SHORROCKS, A.; DAVIES, J.; LLUBERAS, R. **Global wealth report 2019**. [S.l.]: Research Institute, Credit Suisse, 2019. Disponible en: <https://www.credit-suisse.com/es/es/private-banking/learn-more-about-market-trends/global-wealth-report-2019.html>. Acceso el 16 jul. 2020.

SOFTBANK BANK GROUP. **Annual Report**. 2020. Disponible en: https://group.softbank/system/files/pdf/ir/financials/annual_reports/annual-report_fy2020_01_en.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

SRNICEK, N. **Capitalismo de plataforma**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

STUCKE, M.; GRUNES, A. **Big data and competition policy**. London: Oxford University Press, 2018.

SUNDARAM, A. New York proposes antitrust bill that would make it easier to sue big tech. **CNBC**, 6 de agosto de 2020. Disponible en: <https://www.cnbc.com/2020/08/06/21st-century-antitrust-act-would-make-it-easier-to-sue-big-tech.html>. Acceso el 9 set. 2020.

T MOBILE. **Annual Report**. 2019. Disponible en: [https://s24.q4cdn.com/400059132/files/doc_financials/2019/ar/TMUS-2019-Annual-Report-WD-\(Final\).pdf](https://s24.q4cdn.com/400059132/files/doc_financials/2019/ar/TMUS-2019-Annual-Report-WD-(Final).pdf). Acceso el 10 oct. 2020.

TABARRINI, C. Understanding the Big Mind. Does the GDPR Bridge the Human-Machine Intelligibility Gap? Forthcoming, **Journal of European Consumer and Market Law**, 1 jun. 2019. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=3533225>. Acceso el 10 oct. 2020.

TELEFONICA **Informe Anual**. 2019. Disponible en: <https://www.telefonica.com/documents/162467/141705147/Cuentas-anuales-consolidadas-2019.pdf/5417b886-f979-72a6-884a-b8619b514d82>. Acceso el 10 oct. 2020.

TENCENT. **Annual Report**. 2020. Disponible en: <https://static.www.tencent.com/uploads/2020/04/02/ed18b0a8465d8bb733e338a1abe76b73.pdf>. Acceso el 10 oct. 2020.

TIKU, N. The EU hits Google with a third billion-dollar fine. So What? **Wired**, 28 mar. 2019. Disponible en: <https://www.wired.com/story/eu-hits-google-third-billion-dollar-fine-so-what/>. Acceso el 3 nov. 2020.

TIROLE, J. **La teoría de la organización industrial**. Barcelona: Ariel, 1990.

UNIÓN EUROPEA. Reglamento 2016/679, abr. 2016. Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos). **Diario Oficial de la Unión Europea**, Luxemburgo, 2016. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN>. Acceso el 27 jun. 2020.

UNITED KINGDOM. Information Commissioner's Office (ICO). ICO issues maximum £500,000 fine to Facebook for failing to protect users' personal information. **News and Blogs**, 25 oct. 2018. Disponible en: <https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/10/facebook-is-sued-with-maximum-500-000-fine/>. Acceso el 17 set. 2020.



UNITED KINGDOM. New competition regime for tech giants to give consumers more choice and control over their data, and ensure businesses are fairly treated. **Press Release**, 27 nov. 2020. Disponible en: <https://www.gov.uk/government/news/new-competition-regime-for-tech-giants-to-give-consumers-more-choice-and-control-over-their-data-and-ensure-businesses-are-fairly-treated>. Acceso el 3 mar. 2021.

UNITED STATES. Federal Trade Commission. FTC Imposes \$5 Billion Penalty and Sweeping New Privacy Restrictions on Facebook. **Press Releases**, 24 jul. 2019. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/07/ftc-imposes-5-billion-penalty-sweeping-new-privacy-restrictions>. Acceso el 18 oct. 2020.

UNITED STATES. Federal Trade Commission. FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization. **Press Releases**, 20 dic. 2020. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization>. Acceso el 3 feb. 2021.

VERIZON. **Annual Report**. 2019. Disponible en: <https://www.verizon.com/about/sites/default/files/2019-Verizon-Annual-Report.pdf>. Acceso el 10 oct. 2020.

VODAFONE GROUP PLC. **Annual Report**. 2020. Disponible en: https://www.vodafone.com/content/dam/vodcom/files/vdf_files_2020/pdfs/vodafone-annual-report-2020.pdf. Acceso el 10 oct. 2020.

VILLEGAS CAYÓN, J. **Las leyes antitrust de los Estados Unidos de América contra los monopolios y las prácticas restrictivas de la competencia**. Disertación (Doctorando en Derecho) – Facultad de Derecho, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2015. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/54581/1/5329913994.pdf>. Acceso el 2 feb. 2020.


WATERMAN, D.; SHERMAN, R.; WOOKJI, S. The economics of online television: Industry development, aggregation, and TV Everywhere. **Telecommunications Policy**, v. 37, n. 9, p. 725-736. 2013. DOI: 10.1016/j.telpol.2013.07.005. Acceso el 10 oct. 2020.

WILSON SONSINI GOODRICH & ROSATI. Package of Ambitious Antitrust Bills Targeted at Large Technology Companies Introduced in the House. **JDSupra**, 16 jun. 2021. Disponible en: <https://www.jdsupra.com/legalnews/package-of-ambitious-antitrust-bills-3393767/>. Acceso el 26 jul. 2021.

WU, T. **El interruptor principal**: auge y caída de los imperios de la información. México: FCE, 2016.

WWW FOUNDATION. **Contract for the web**. [S.l.]: World Wide Web Foundation, 2019. Disponible en: <https://9nrane41lq4966uwmljcfggv-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/Contract-for-the-Web-3.pdf>. Acceso el 25 abr. 2020.

ZILLNER, S. **Big Data-Driven Innovation in Industrial Sectors**. In: CAVANILLAS J.; CURRY, E.; WAHLSTER, W. (Eds.). **New Horizons for a Data-Driven**



en Economy. Cham: Springer, 2016. p. 169-178. Disponible en: https://doi.org/10.1007/978-3-319-21569-3_9. Acceso el 10 oct. 2020.

ZUBOFF, S. **La era del capitalismo de la vigilancia:** la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder. Barcelona: Paidós, 2020.