

COLUMNISTA INVITADA

Google, un juicio y muchas preguntas

El primer juicio antimonopolio contra Google en EE.UU. pone sobre la mesa lecciones fundamentales para los negocios digitales del futuro.

Karina Montoya

Periodista especializada en economía e investigadora de Open Markets Institute, con sede en Washington D.C.



SOBRE LA AUTORA

Karina es máster en periodismo económico por la Universidad de Columbia en Nueva York (EE.UU.). Escribe sobre finanzas, tecnología, privacidad digital y políticas públicas en diversos medios en EE.UU.. Desde el 2021, es reportera e investigadora para el *think tank* Open Markets Institute, con sede en Washington D.C. En el Perú, fue analista senior de Semana Económica.

Hace apenas unos días, el primer juicio antimonopolio del sector tecnológico post Internet se inició en Washington D.C. (EE.UU.). El protagonista es nada menos que Google, cuyos ingresos superan el valor del PBI peruano. Y lo que se discute son las prácticas presuntamente ilegales que habría usado para mantener un monopolio en los mercados de buscadores *online* y de publicidad en buscadores.

Entre las prácticas cuestionadas está, por ejemplo, el uso de contratos de exclusividad con los cuales Google, valiéndose de su posición de dominio, convirtió a su buscador en la opción de fábrica para *smartphones*, tanto de Apple como de otras marcas. Según el Departamento de Justicia de EE.UU., dichos contratos —cuyas cifras son un secreto comercial— se diseñaron para restringir la preinstalación de otros buscadores (DuckDuckGo, Bing, Yahoo). Ello constituiría una barrera de entrada clave para que Google mantenga un *market share* casi inamovible de 90% en las búsquedas *online*, por al menos una década.

El juicio ha generado controversia en distintos bandos. Para algunos, este es el resultado de un *'techlash'* (hostilidad contra los gigantes del Internet) injustificado, liderado por empresas celosas e incapaces de competir por sus propios méritos. Para otros —como yo— se trata más bien de una bocanada de aire fresco, que nos enseña que toda cultura de negocio es escrutable y que necesitamos cuestionar más seguido cómo se obtienen determinados resultados empresariales, por más maravillosos que sean.

Es cierto que este primer juicio contra Google en EE.UU. —porque hay otros por venir— pone en juego un trasfondo más técnico sobre la interpretación de la competencia desleal y los marcos legales antimonopolio. Pero, incluso sin considerar ese trasfondo, el solo hecho de que Google haya perdido repetidas mociones para desestimar el juicio da indicios de que sus prácticas de negocio son, por lo menos, cuestionables. Y para países que se encuentran en pleno desarrollo de sus ecosistemas de negocios digitales, como el Perú, existen importantes lecciones.

Lo primero es que, hoy, no está en tela de juicio cómo Google llegó a ser el gigante que es, sino cómo ha usado ese poder tras lograrlo. No hay, entonces, por qué temer a ser grandes y buenos como negocio. La cuestión fundamental que este juicio presenta es que el hecho de que algunas empresas nos provean servicios digitales esenciales y nos hayan hecho la vida más conveniente no implica que deben ser veneradas a ciegas.

Un juicio como este también le brinda al público mayor conocimiento sobre cómo estas empresas funcionan. Y ello empujará, a su vez, a que el público exija cada vez más transparencia a las plataformas digitales. Google, Amazon, Apple, Microsoft y TikTok maravillan por lo que hacen con sus algoritmos y nuestros datos. Pero la verdadera prueba de resiliencia se da cuando pasa el asombro.

Por años, Silicon Valley aprovechó el financiamiento barato y un entusiasmo colectivo por la digitalización para blindarse ante una regulación más firme. En el caso de los buscadores, lo que muchos no reparan es que son, por defecto, la ventana desde la

cual apreciamos el mundo. Lejos de ser organizadores “neutrales” de información, son negocios basados en la recolección masiva de datos y en la venta de publicidad. Y, pese a su gran influencia sobre nuestro acceso a la información, no reciben el mismo escrutinio que otros servicios esenciales, como los de telefonía, televisión, transporte o incluso la prensa.

Hace años, pequeños empresarios de EE.UU. que buscaban desafiar a los incumbentes digitales no encontraban apoyo financiero, porque el sector estimaba que no valía la pena; un testimonio que he oído de primera mano aquí, en D.C. Si este juicio, independientemente de quien gane, puede cambiar ese temor, estaremos entrando a una etapa más alentadora para todos. ■

Google perdió mociones para desestimar el juicio. Con lo cual sus prácticas son, por lo menos, cuestionables.