

## **Regulating the internet giants. The world's most valuable resource is no longer oil, but data. The data economy demands a new approach to antitrust rules**

Enviado por cristobalrn en Mié, 05/24/2017 - 12:08

### **Cita:**

The Economist [2017], "Regulating the internet giants. The world's most valuable resource is no longer oil, but data. The data economy demands a new approach to antitrust rules", *The Economist*, London, 6 de mayo, <http://www.economist.com/news/leaders/21721656-data-economy-demands-new-...> [1]

### **Fuente:**

The Economist

### **Fecha de publicación:**

Sábado, Mayo 6, 2017

### **Revista descriptores:**

[Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual](#)

[Estudios de caso: actividades - empresas](#) [3]

[Formas de la competencia entre grandes empresas](#) [4]

[Relaciones entre empresas estados y sociedad](#) [5]

### **Tema:**

La importancia de la información como una mercancía en el capitalismo contemporáneo y los cambios cualitativos de la competencia en la "era de la información"

### **Idea principal:**

Hace cien años el petróleo engendró una industria lucrativa y de rápido crecimiento. La importancia de esta mercancía y las perspectivas de su crecimiento fueron tales que obligaron a las agencias reguladoras antitrust a tomar medidas para contener a los gigantes que controlaban su flujo. Hoy día, una nueva mercancía está generando preocupaciones similares. Esta mercancía es la información, "el petróleo de la era digital". Los gigantes de controlan la información –Alphabet, Amazon, Apple, Facebook y Microsoft– parecen imparables. Son las cinco empresas con mayor valor de mercado en el mundo. Las ganancias colectivas de estos titanes ascendieron a 25 mil millones de dólares en el primer trimestre de 2017.

Estas cinco grandes corporaciones tienen una clara dominancia en los sectores en que operan: Amazon da cuenta de la mitad de todas las ventas en línea en Estados Unidos; Google y Facebook representan casi la totalidad de los ingresos por publicidad en línea en ese país. Esta dominancia ha provocado que surjan voces que exigen que los gigantes tecnológicos sean desmembrados, como se hizo con la Standard Oil a inicios del siglo XX. "Este semanario se ha opuesto en el pasado a una acción tan drástica. El tamaño no es en sí mismo un crimen. El éxito de los gigantes ha beneficiado a los consumidores. Muy pocas personas quieren vivir sin

el motor de búsqueda de Google, sin las rápidas entregas de Amazon o sin las actualizaciones de noticias de Facebook. Por otra parte, estas empresas no encienden las alarmas cuando se les aplican las pruebas antitrust estándar. Lejos de sacarle los ojos a los consumidores, muchos de sus servicios son gratuitos (los usuarios pagan, en efecto, por disponer de aún más datos)". Por otra parte, si se toman en cuenta al conjunto de sus rivales, su participación de mercado parece menos preocupante. Además, están surgiendo nuevas empresas que pueden competir con las líderes.

Aun cuando las pruebas antitrust estándar no enciendan las luces de alarma, hay razones para preocuparse. "El control de la información de las compañías de internet les da un enorme poder. Las viejas formas de pensar en la competencia, concebidas en la era del petróleo, se muestran obsoletas en lo que se ha dado en llamar la 'economía de la información'. Una nueva aproximación es necesaria".

El desarrollo del internet ha hecho que la información sea más abundante, ubicua y mucho más valiosa. Prácticamente cualquier actividad que hacemos (correr por el parque, ver la televisión, estar sentado en el tráfico) crea un "rastreo digital" que es la materia prima para las destilerías de datos. Conforme más dispositivos se conectan a internet, el volumen de la información aumenta. Esta información es utilizada por medio de algoritmos por las técnicas de inteligencia artificial para predecir qué comprará un consumidor, cuándo se descompondrá una máquina o si una persona está en riesgo de contraer algún padecimiento. De esta forma, toda esa materia prima de datos brutos se convierte en información valiosa.

"Esta abundancia de datos cambia la naturaleza de la competencia". Los gigantes tecnológicos siempre se han beneficiado de los "efectos de redes": conforme más usuarios se unen a Facebook, más atractivo es unirse para otros. La información genera también efectos de redes: "al recolectar más información, las empresas tienen mejores posibilidades para mejorar sus productos, lo cual atrae a una mayor cantidad de usuarios, que generan aún más información, y así sucesivamente". Grandes cantidades de información pueden, por tanto, servir como "fosas protectoras."

"El acceso a la información protege también a las compañías de sus rivales de otra manera. [...] Los sistemas de vigilancia de los gigantes tecnológicos abarcan toda la economía: Google puede ver lo que la gente busca, Facebook lo que comparten, Amazon lo que compran. Son dueños de las tiendas de aplicaciones y de los sistemas operativos, y rentan su poder computacional a los *startups*. Los gigantes tecnológicos tienen una 'vista de dios' sobre las actividades en sus propios mercados y mucho más allá. Pueden ver cuando un nuevo producto o servicio gana terreno, lo que les permite copiarlo o simplemente comprar al nuevo emprendimiento antes de que se convierta en una verdadera amenaza. [...] Al traer consigo barreras a la entrada y sistemas de alerta temprana, la información puede suprimir la competencia".

La naturaleza de los datos hace que las regulaciones antitrust del pasado sean cada vez menos útiles. Desintegrar a Google en cinco, de manera análoga a lo que se hizo con la Standard Oil, no evitaría que los efectos de red se repitieran ni que tarde o temprano una de esas cinco empresas se volviera dominante de nuevo. Por tanto “es necesaria una reconsideración radical –y mientras los contornos de una nueva aproximación comienzan a vislumbrarse, dos ideas sobresalen”.

La primera es que las autoridades antitrust deben pasar de la era industrial hacia el siglo XXI. En adelante, para evaluar el potencial impacto de una fusión no deben centrarse únicamente en el tamaño de las empresas sino también debe tomarse en consideración el tamaño de los “activos de datos” [data assets] de las empresas. Asimismo, los “cazadores de trusts” [trustbusters] deben adquirir mayores conocimientos sobre el manejo de información en sus análisis de la dinámica de mercados para determinar mejores formas de promover la competencia.

La segunda idea que sobresale consiste en hacer menos fuerte el dominio que los gigantes tecnológicos tienen sobre la información y en dar mayor control de ésta a quienes la proporcionan. “Una mayor transparencia podría ayudar: las compañías podrían ser obligadas a revelar a los consumidores qué información tienen y cuánto dinero obtienen a partir de ella. Los gobiernos podrían estimular la emergencia de nuevos servicios al abrir más sus propias bóvedas de datos o al manejar partes cruciales de la economía de datos como infraestructura pública”. Las autoridades antitrust también podrían ordenar la repartición y el acceso público a cierto tipo de datos, con el consentimiento de los usuarios.

“Reiniciar la política antitrust en la era de la información no será una tarea fácil. Esto traerá consigo nuevos riesgos: compartir una mayor cantidad de datos, por ejemplo, puede amenazar la privacidad. Sin embargo, si los gobiernos no quieren una economía de la información dominada por unos cuantos gigantes, tendrán que actuar pronto”.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El símil entre petróleo e información es pertinente para situar el carácter estratégico de la información (como materia prima) y del conocimiento (como mercancía de consumo masivo y altamente rentable). Desde la perspectiva de la economía material asistimos a la creación de nuevas infraestructuras esenciales, fuertemente polarizadas en unos cuantos países, entre los cuales el liderazgo de Estados Unidos es muy sólido. Desde la perspectiva de las empresas, la nueva economía da lugar a formas colaborativas inéditas: a pesar de su peso, los gigantes de la información se necesitan unos a otros, así como de las empresas nacientes, para mantener sus posiciones. Colaboración y competencia hablan de un capitalismo con fuertes movimientos de concentración y centralización...

La competencia económica y la legislación anti-monopolios son temas centrales en las discusiones del pensamiento liberal. En este sentido, es relevante que para *The Economist* la competencia ha experimentado transformaciones cualitativas en lo que denominan la “economía de la información”; estas transformaciones afectan también a la política anti-monopolio, que en su concepción actual se ha vuelto obsoleta. No nos encontramos ya en el capitalismo de libre competencia que existió durante el siglo XIX; ni siquiera en el capitalismo de los grandes monopolios característico del siglo XX. El cambio cualitativo radica en que nunca antes el

tamaño de una empresa o su preponderancia en un mercado habían significado omnisciencia: ... El control privado de la información da la posibilidad a los gigantes tecnológicos de erradicar a los potenciales competidores antes de que se desarrollen y puedan convertirse en una potencial amenaza. Dicho de otro modo, la omnisciencia de los gigantes tecnológicos les permite deshacerse de sus posibles competidores cuando aún están en la cuna, absorbiéndolos y desarrollando lo mejor que estos traían consigo, lo cual los fortalece, aumenta sus ganancias y acrecienta aún más su omnisciencia (pensemos, por ejemplo, en la compra de WhatsApp por Facebook en 2014).

Una opción que plantea *The Economist* para impulsar la competencia y poner a la regulación anti-monopolios a la altura de las exigencias de la “economía de la información” es, paradójicamente, la socialización de la información privada que manejan los gigantes tecnológicos. Una medida como esta trasladaría la omnisciencia de un puñado de titanes del internet al conjunto de las corporaciones y los capitales, que tendrían acceso a toda la información que los usuarios de internet generan con todos sus dispositivos aun sin saberlo (por ejemplo, con las “huellas de información” que se generan cuando caminamos por la calle, que dan cuenta de forma precisa de los lugares en que hemos estado, la velocidad de nuestros traslados, etc.). Además de constituir una grave amenaza a la privacidad, el control total de esta información por parte de las corporaciones y el estado abre la puerta a formas inéditas de control social y a un autoritarismo que busque –también– deshacerse en la cuna de todas las potenciales alternativas de transformación social.

---

**Source URL (modified on 2 Junio 2017 - 11:34am):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1367>

#### **Links**

- [1] <http://www.economist.com/news/leaders/21721656-data-economy-demands-new-approach-antitrust-rules-worlds-most-valuable-resource>
- [2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>
- [3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>
- [4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>
- [5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>