



COMPETENCIA DESLEAL EN LA ERA DIGITAL:

*Una Visión del Declive
de la Competencia en
los Medios de
Comunicación, la
Inteligencia Artificial
y los Derechos
Humanos*

Por: Marah Vega

Autora: Marianny Esther García Martínez

Ganadora Primera mención de honor
Segunda edición "Escribiendo X la Competencia 2024"

RESUMEN

El mercado actual se erige en un mundo virtual y digital del cual ya no hay marcha atrás. Por esto, es necesario regular la actividad económica dentro de los medios de comunicación, así como prever el impacto de la inteligencia artificial, para evitar la competencia desleal respetando los derechos humanos.

Palabras Clave: Era digital, competencia desleal, inteligencia artificial, medios de comunicación, derechos humanos.

Introducción

Posterior a la Primera Revolución Industrial en el siglo XVIII, las interacciones económicas, políticas, tecnológicas y sociales han experimentado transformaciones significativas, esto al punto de abrir nuevos mercados y generar nuevos actores y servicios¹, los cuales a su vez han desencadenado una serie de procesos e invenciones nunca antes vistas. Gracias a ese periodo de la historia, en la actualidad, la sociedad occidental cuenta con herramientas de producción a gran escala, que han favorecido la dinámica empresarial y mercantil del nuevo mundo globalizado, dando origen al aumento de la productividad, organización sectorial e incluso competencia dentro del mundo del comercio. De hecho, dentro de las industrias que se vieron beneficiadas a raíz de la llegada de esta revolución se encuentran: la de transportación (por la invención del ferrocarril y el barco a vapor), textil, minera, metalúrgica, entre otros².

Ahora bien, aunque las innovaciones en aquella época fueron rápidas de notar, de manera proporcional y en el paso del tiempo, comenzó a agravarse una realidad: la competencia desleal entre agentes económicos, que, al desarrollarse a gran escala y observar la multiplicación de sus inversiones así como de sus ganancias, se situaron en posiciones dominantes, consolidando así sus empresas, a la vez que reducían y limitaban las oportunidades de crecimiento de otras más pequeñas. Este comportamiento se ha perpetuado hasta el siglo XXI, en tanto que hoy, aunque de manera distinta, también se pueden señalar múltiples casos de supremacía comercial, impulsada no solamente por la innovación sino también por actos de engaño, confusión, infracción a la ley, comparación, denigración, etc, siendo todas estas, acciones restringidas por la Ley General de Defensa de la Competencia Número 42-08. En tal sentido, en lo ulterior, se abordará la competencia desleal en el contexto de la era digital en que el comercio global y por tanto, también el dominicano, se desenvuelven. Con tal fin, se hará especial énfasis en cómo las nuevas tecnologías han incursionado en los medios de comunicación y las plataformas digitales, cuál ha sido la influencia de la inteligencia artificial (IA) y cómo se repercuten los derechos humanos en todo el proceso. Esto partiendo de que, el poder competitivo está concentrado en manos de unos pocos (tal como sucedió con la burguesía en el siglo XVIII), se están empleando datos personales de manera indiscriminada y arbitraria, además de que, la manipulación de la información ha socavado el principio de competencia libre, leal y justa, al generar un entorno donde las pequeñas y medianas empresas, al igual que los derechos humanos fundamentales de los ciudadanos, se ven seriamente violentados.

De ahí que, este ensayo se sustente en la teoría de la competencia perfecta (como un entorno que formenta la competencia en igualdad de condiciones)³ y la regulación económica, así como en los postulados de los derechos humanos. Destacando de todos estos la necesidad de proteger la privacidad y la autonomía de los individuos frente a las prácticas comerciales desleales, promoviendo de manera crítica un mercado equilibrado, libre, sostenible y cada vez más eficiente tanto en medios digitales como en el uso de la IA. La relevancia de este tema radica en que como las tecnologías digitales han crecido exponencialmente y por su impacto, cada día más el ser humano depende de ellas, entonces se hace necesario normalizar de manera efectiva el mercado digital, para lo cual se espera sirva esta investigación. La metodología desde la cual se aproximará al tema será el enfoque cualitativo, en tanto que se analizarán documentos y artículos, que abran paso a nuevas propuestas de regulación.

¹ Esteban Greco y María Fernanda Vicens, *Anuario de Libre Competencia*, (Procompetencia, 2023), 620.

² Augusto Gayubas, Revolución Industrial, *Enciclopedia Humanidades*, (2024).

³ María Elena Vásquez Taveras, *Anuario de Libre Competencia*, (Procompetencia, 2023), 99-100.

Competencia Desleal en la Era Digital: Una Visión del Declive de la Competencia en los Medios de Comunicación, la Inteligencia Artificial y los Derechos Humanos

1. Competencia Desleal en los Medios de Comunicación

1.1 Contexto

Dentro del marco mercantil propio de todas las sociedades, existe un sentido de competencia que es íntegro, benéfico e indispensable para el fomento de la eficiencia e innovación de los bienes y servicios que un agente económico ofrece. Dicho interés y habilidad social, se extiende también a los consumidores, en tanto que les estimula a ser críticos, reflexivos e intencionales en sus decisiones, sobre todo, les provee de una gama de opciones, que se ajusten a sus necesidades específicas, de donde comúnmente se dice la frase “el sol sale para todos”. A tal respecto, e indagando en la taxonomía holística del ser humano, es notoria la diversidad que representa a la raza humana, tanto en su composición, capacidades, preferencias, en todo, de manera que se hace imprescindible notar que, al una empresa abusar de su posición dominante (acción que restinge, denuncia y persigue la entidad delegada por el Senado dominicano para ello, es decir, Procompetencia).

Por otra parte, para que hoy se denomine como “Revolución Industrial” a este proceso histórico que marcó un precedente en la historia de la humanidad, fueron necesarias “condiciones adversas”, tales como: la revolución agrícola, el éxodo rural, el incremento demográfico, la abundancia de materia prima o la preeminencia y poder de la burguesía⁴, que dieran lugar a hallazgos y creaciones que actualmente son vitales para la cotidianidad. De la misma manera, existe un símil con el mercado actual contextualizado en la era digital, en el que son ya las tesis tecnológicas las que marcan un precedente a las decisiones a tomar, las innovaciones a realizar y los procesos a optimizar en las empresas. En otras palabras, debido al desarrollo tecnológico que han trazado los grandes agentes económicos tales como Apple, Amazon, Google, entre otros, las diversas plataformas digitales, y con estas últimas se hace referencia a los medios de comunicación como la radio, la televisión, el teléfono, el cine, las redes sociales, son en esta era digital, el medio por el cual se difunde una mayoría de los anuncios y estrategias de competencia entre las diferentes empresas. De modo que, para garantizar el disfrute de una libre y leal competencia en nuestros días, es vital regular el comercio y las prácticas anticompetitivas en los mercados digitales de bienes y servicios.

1.2 Marco Legal y Constitucional

Cabe destacar que, la competencia leal y libre, así como todos los esfuerzos que se hacen en pro de la misma, no son un capricho empresarial, sino más bien un método de defensa y protección del mercado que tiene como objetivo subsanar la dinámica de la economía nacional. Por tal motivo, existe incluso un marco legal y constitucional en la República Dominicana que

⁴ Véase la nota 2.

propone lo anterior, en tanto que “la Constitución de la República Dominicana, en su Sección II, artículo 50, garantiza la libertad de empresa, comercio e industria”⁵. Asimismo, y como se mencionó previamente, se ha establecido un órgano regulador de la competencia, Procompetencia, el cual ha definido desde el 2010, aunque puesto en vigencia hacia el 2017, la Ley General de Defensa de la Competencia, Número 42-08. Por lo tanto, al momento de abordar cada una de las problemáticas e incisos de este ensayo, así como proponer otras medidas regulatorias, se recurrirá, en principio, a dichas normas generales que delimitan y precisan estatutos fundamentales para nuevas políticas de cumplimiento.

1.3 Concentración de Medios

Al aproximarse a las limitaciones y declive de la competencia libre y leal en el ámbito de los medios de comunicación, uno de los principales problemas que se puede encontrar, especialmente en República Dominicana, aunque esto acontece a nivel global, es la concentración de la economía local en un grupo reducido y, por tanto, peligroso de agentes económicos que controlan el paisaje mediático, lo cual implica que, y esto según la UNESCO (2017) “La propiedad de esos medios está concentrada en pocas manos, situación que se agrava por los intereses corporativos de sus accionistas y el vínculo que les ata al poder económico y político de las élites dominicanas y extranjeras”⁶. A esto, hay quienes contra argumentan que las concentraciones son una normalidad en economías insulares como la del país, por lo que la catalogan como un efecto natural. No obstante, esto no tiene por qué ser así, en tanto que, hay nuevos medios de comunicación emergentes que buscan también escalar y crecer, y para ello, incluso se ha facultado al INDOTEL, como la institución que puede prohibir concentraciones (luego de haber realizado un análisis del mercado) al observar operaciones que interrumpen u obstaculicen la libre competencia.⁷

En el contexto dominicano, Rojas (2024) plantea que “los principales oligopolios mediáticos dominicanos son el Grupo de Comunicaciones Corripio, grupo Telemicro, grupo Multimédios del Caribe, RCC Media, entre otras estructuras mediáticas de menor magnitud.”⁸ Siendo esto una alerta y un indicio de que hay algo que debe mejorar. Pues, es bien sabido que existe dentro de la Ley General de Defensa de la Competencia, en el Capítulo II, Sección I, Artículo 5, una medida contra las prácticas colusorias, que pretende, justamente, identificar acuerdos anticompetitivos que puedan levantar barreras en el mercado. En este caso en particular, aplicar esta ley, resultaría en una legislación favorable y oportuna en aras de un ambiente mediático diverso y una interacción social competente y responsable.

⁵ Constitución de la República Dominicana, (2010), 15.

⁶ UNESCO, *Análisis del desarrollo mediático en República Dominicana*, (2017).

⁷ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Aplicación de la ley de competencia*, (2024), 41

⁸ Luis Rojas, Corripio y la propuesta de los candidatos, (2024).

Ganadora Primera mención de honor

Segunda edición “Escribiendo X la Competencia 2024”

1.4 Competencia Desleal en el Mercado Colaborativo de las Plataformas

Dentro del mercado digital es común observar operadores económicos que en busca de reducir los costos se lanzan hacia una competencia desleal que con frecuencia termina por afectar al personal contratado. Procurando abaratar costos en sus procesos mercantiles a través de medidas comunitarias solamente refuerzan el ideal capitalista basado en la relación de empleador-operario o empresa-sociedad. De esta manera, comienzan a incurrir en prácticas desleales para con su propio personal que posteriormente los dirige, hacia la violación de normas generales de competencia.⁹ Todo lo anterior lo hacen bajo la premisa de que el consumo colaborativo es otra forma de un supuesto “ahorro compartido”.¹⁰

Entiendo lo anterior, se puede afirmar que sin lugar a duda las redes sociales, así como otros medios de comunicación, permiten conectar a personas con intereses comunes desde lugares distintos con fines particulares, lo cual vuelve más fácil la localización y colocación de productos y bienes tangibles que sean adecuados para un público en particular. A tal respecto, cabe resaltar nuevamente que las TIC (las tecnologías de la información y comunicación) han sido esenciales al momento de ampliar la perspectiva de la colaboración a niveles que sobrepasan los métodos tradicionales. De ahí que, se ha ascendido de un esquema celular compuesto por amigos y familia a una comunidad coadyuvada, mucho más amplia, denominada como comunidad digital.¹¹ Ahora bien, dentro de estas comunidades, han surgido “plataformas austeras”, denominadas así por Srnicek (2017), o entidades que en su ansia de formar comunidades en las plataformas digitales, han encontrado un nicho en el que pueden invertir menos activos, promover la autonomía, la independencia, productividad, manejo y flexibilidad personal en cuanto a tiempo, labores, actividades, entre otros, y de esa forma han creado una estrategia que lejos de regular las relaciones laborales, provee sus productos y servicios bajo el uso de los recursos de “su empleado”, siendo este el caso de aplicaciones extranjeras que ya se han establecido en el mercado nacional, tales como: Airbnb, Uber, Glovo, etc.¹²

Estas plataformas presentan una variedad de indicadores de competencia desleal, los cuales serán especificados a continuación en conformidad con lo estipulado por la Ley General de Defensa de la Competencia, Número 42-08. En primer lugar, y respecto a los precios, para estas “plataformas austeras” se hace mucho más sencillo e incluso, “clandestino” la práctica de fijar precios muy bajos y así eliminar o distraer a ciertos competidores del mercado, esto justamente debido al medio digital en que se desenvuelve. Aquí se violentarían los artículos 6 y 11 de la Ley 42-08¹³, antes mencionada.

⁹ Fernando Bajaña, Mercado de plataformas: la competencia desleal en la era de la economía colaborativa, (2019), 43

¹⁰ *Ibíd.*, 46

¹¹ *Ibíd.*, 46

¹² *Ibíd.*, 47

¹³ Ley General de Defensa de la Competencia, Número 42-08.

En segundo lugar, estas plataformas se prestan a la evasión de ciertas regulaciones, en tanto que, al no haber medidas específicas para su campo o medio de difusión y trabajo, pueden exponerse a ciertas libertades que realmente no les corresponden. Un ilustración de esto sería, que Airbnb, aprovechando que no es una empresa de hotelería previamente regulada, ofrezca alojamientos sin cumplir con las normativas locales de hotelería, como licencias, impuestos, y normas de seguridad. Con esto, no se está diciendo que lo haga, sino que, a lo que se quiere apuntar es a la urgente necesidad que existe de plantear normativas y medidas que directa e incisivamente aborden los medios de comunicación y las plataformas digitales como la intermediación que muchas empresas utilizan para establecer sus negocios. En tercer lugar, pero no menos importante, este medio digital se presta para la desinformación y la publicidad engañosa, al primariamente desarrollarse en el mundo virtual y por consiguiente, difundir sus contenidos también por ese medio. Por ejemplo, una plataforma de transportación de comida por delivery podría atraer a sus consumidores con ofertas económicas (como obtén un 50% de descuento), que excluya información relevante (en tu primer pedido). Nuevamente, no se establece aquí que ciertas empresas lo haga o no, más bien la preocupación está en que no existe un especificación particular para los múltiples mercados que se está abriendo en el ámbito virtual, digital.

“En tal sentido, actividades comerciales comunes tales como vender, alquilar, comprar, y demás, se transforman, en compartir.”¹⁴ De ahí que se haga imprescindible, el regular la economía colaborativa dentro de ámbito mercantil digital, ofreciendo igualdad de condiciones, tal como existe para los sectores tradicionales. De lo contrario, se puede incurrir en una competencia desleal, autorizada o al menos, permitida por las instituciones cuya función es regularlas.¹⁵ Por esto, se sugiere que la Ley 42-08 promulgada en un contexto, donde es de conocimiento general que el mercado digital no estaba tan desarrollado, pueda ser actualizada, al reflejar las nuevas realidades comerciales y de ese modo, proteger tanto a los consumidores como a los pequeños competidores de prácticas desleales por parte de las grandes plataformas, o de empresas que se encuentran en posición dominante.

1.4. 1 Derechos Humanos Avasallados por Condiciones Laborales Desiguales

Como previamente se mencionó, hay empresas que en su búsqueda de reducir costos emplean prácticas laborales abusivas de las que mayoritariamente ellos obtienen ganancias. En ese sentido, por ejemplo, se ven plataformas digitales empresariales que a menudo consideran a sus trabajadores como “contratistas independientes” en lugar de empleados, lo que les permite evitar ciertos costos laborales como seguros, beneficios, y derechos laborales, tales como el pago de beneficios de salud, seguros, vacaciones pagadas, entre otros, lo que les da una ventaja de costos sobre otras empresas que sí cumplen con estas obligaciones. En muchas plataformas digitales, como las de entrega de comida, transporte y trabajo freelance, los trabajadores son

¹⁴ Bajaña, Mercado de plataformas..., (2019), 48

¹⁵ *Ibid.*, 48

clasificados como contratistas independientes en lugar de empleados. Esta clasificación les niega el acceso a beneficios básicos como seguridad social, seguro de salud, y vacaciones pagadas. Además, los algoritmos que asignan tareas y determinan las compensaciones suelen ser opacos y manipulables, lo que permite a las plataformas maximizar sus ganancias a expensas de los derechos de los trabajadores. Esta situación crea una competencia desleal entre las empresas que utilizan estas plataformas y aquellas que se adhieren a regulaciones laborales más estrictas, erosionando la equidad en el mercado.

Un caso común es el de los conductores de plataformas de transporte, como Uber¹⁶ y Didi, quienes a menudo trabajan largas horas bajo condiciones precarias, con una remuneración que apenas alcanza para cubrir sus costos operativos. Estas plataformas utilizan la flexibilidad laboral como una ventaja competitiva, pero esta “flexibilidad” a menudo se traduce en una falta de estabilidad y seguridad para los trabajadores. La explotación de estas condiciones desiguales no solo viola los derechos laborales de los trabajadores, sino que también perpetúa un ciclo de pobreza y vulnerabilidad que es difícil de romper. En lugar de ofrecer una salida de la pobreza, el trabajo en estas plataformas a menudo atrapa a los trabajadores en un sistema donde sus derechos son sistemáticamente avasallados. En tal sentido, se percibe de parte de estas empresas una vulneración de los derechos de sus empleadores. No obstante, esta situación no solo afecta a los trabajadores, sino que también pone en peligro la sostenibilidad social y económica de las comunidades afectadas, en tanto que perpetúa la pobreza, como se argumentó antes.

El impacto de la competencia desleal en el ámbito digital también tiene profundas implicaciones en los derechos humanos, respecto a la explotación de datos personales sin el consentimiento adecuado, la manipulación de la información y el uso de tecnologías invasivas han generado preocupaciones sobre la privacidad y la autonomía de los individuos. Estas prácticas vulneran derechos fundamentales, tal como lo es el Artículo 3 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos¹⁷. De esta forma, se infringen los derechos del consumidor.

Cabe destacar, que en sí mismas las empresas que controlan grandes volúmenes de datos tienen la capacidad de influir en el comportamiento de los consumidores y en las elecciones políticas, creando un entorno de competencia desleal donde los derechos humanos son sacrificados en favor del beneficio económico, un ejemplo de ello lo fue, el escándalo de Cambridge Analytica¹⁸, el cual demostró cómo la manipulación de datos personales pudo influir en procesos electorales, subrayando la necesidad de una regulación más estricta en la protección de los derechos digitales.

¹⁶ Uber: Una Historia de Explotación Laboral

¹⁷ ONU, Declaración Universal de los Derechos Humanos, 2

¹⁸ Según BBC News

Ganadora Primera mención de honor

Segunda edición “Escribiendo X la Competencia 2024”

Partiendo de este contexto, se propone el desarrollo de una legislación específica que proteja los derechos humanos en el entorno digital, imponiendo obligaciones a las empresas en cuanto a la transparencia y el uso ético de los datos personales. Además, se podría establecer un órgano regulador independiente con la autoridad para supervisar y sancionar prácticas que vulneren los derechos digitales de los ciudadanos, a la vez de un Plan de Cumplimiento dictaminado por la misma empresa, aunque supervisado (en su ejecución) por entidades externas como Procompetencia.

En fin que, la ausencia de un marco legal robusto que proteja a los trabajadores en el entorno digital ha agravado la situación de comodidad y continuidad de parte de las empresas en una posición dominante, dejando a un gran número de personas expuestas a condiciones laborales indignas y sin recursos para defender sus derechos. Así es como, se ha ultrajado el derecho a la dignidad humana e incluso, a la seguridad social en muchos empleadores, muchas veces hasta tomand ventaja del desconocimiento legal que poseen.

2. Competencia Desleal en la Era Digital en el Contexto de la Inteligencia Artificial

En la era digital, la inteligencia artificial (IA) se ha emergido como una de las tecnologías más disruptivas, con el potencial de transformar sectores enteros y redefinir las dinámicas de competencia en el mercado global. No obstante, este avance también ha generado preocupaciones significativas sobre la competencia desleal, donde las prácticas anticompetitivas se han visto maximizadas por el uso de algoritmos y datos masivos. Estas preocupaciones se manifiestan principalmente en áreas clave como la fijación de precios, la innovación y exclusión, y la sostenibilidad empresarial.

Por un lado y respecto a la fijación de precios y manipulación de mercados, cabe resaltar que es uno de los aspectos más preocupantes de la IA en el contexto de la competencia es su uso en la fijación de precios. Puesto que, los algoritmos de fijación de precios permiten a las empresas ajustar sus precios en tiempo real, basándose en datos de consumo, comportamiento de los competidores, y otros factores del mercado. Si bien esto podría parecer una ventaja para la eficiencia del mercado, en la práctica, se ha convertido en una herramienta para la manipulación de precios y la creación de barreras de entrada para nuevos actores.¹⁹

Los algoritmos pueden ser programados para detectar precios de la competencia y ajustar automáticamente las tarifas, lo que lleva a prácticas como la fijación de precios coordinada o la personalización excesiva de precios según el perfil del consumidor.²⁰ A su vez, estas prácticas pueden resultar en un aumento artificial de los precios, reduciendo la competitividad y perjudicando a los consumidores. En un mercado donde unos pocos gigantes tecnológicos

¹⁹ Emilio Fernández, *Pricing a través de la Inteligencia Artificial*.

²⁰ Hernando Ramírez, *Cómo la IA transforma la fijación de precios*, (2024).

Ganadora Primera mención de honor

Segunda edición “Escribiendo X la Competencia 2024”

controlan gran parte de los datos y algoritmos, la posibilidad de manipulación es aún mayor, generando un terreno desigual donde la competencia justa se ve seriamente comprometida.

Por otro lado, existe entre la innovación y exclusión, un dilema competitivo, en tanto que, la innovación, que debería ser el motor de una competencia saludable, se ha visto también afectada por el uso desmedido de la inteligencia artificial. En lugar de fomentar una mayor competencia, la IA ha sido utilizada por algunas empresas para consolidar su posición dominante en el mercado, excluyendo a nuevos competidores y limitando la diversidad de opciones para los consumidores. Esto es especialmente evidente en sectores donde los datos son el recurso más valioso.

Empresas que han acumulado grandes volúmenes de datos a lo largo de los años tienen una ventaja competitiva casi insuperable, lo que les permite desarrollar algoritmos de IA más precisos y eficaces. Esta exclusión no solo afecta a startups y pequeñas empresas, sino que también restringe la innovación a manos de unos pocos. Las nuevas ideas y enfoques innovadores son a menudo absorbidos o bloqueados por los grandes jugadores, creando un ambiente donde la competencia se asfixia y la innovación se convierte en un lujo reservado para aquellos que ya están en la cima.

2.1 Sostenibilidad y Competencia Ética

Respecto a la sostenibilidad, se debe decir que es otro aspecto crucial que se ve afectado en el marco de la IA y la competencia desleal. Las prácticas empresariales sostenibles, que buscan equilibrar el crecimiento económico con la conservación del medio ambiente y la responsabilidad social, pueden verse sacrificadas en aras de maximizar la eficiencia y el beneficio a corto plazo. La inteligencia artificial, al optimizar procesos y reducir costos, puede fomentar un enfoque empresarial centrado en el rendimiento económico, ignorando las implicaciones éticas y ambientales. Por ejemplo, la automatización excesiva de procesos puede llevar a la reducción de la fuerza laboral, aumentando el desempleo y generando desequilibrios sociales. Además, la explotación intensiva de recursos para alimentar los sistemas de IA puede acelerar la degradación ambiental, creando un ciclo donde la sostenibilidad es vista como un obstáculo para la competencia en lugar de un objetivo necesario.

2.2 Necesidad de Regulación

Frente a estos desafíos, la regulación de la inteligencia artificial se presenta como una necesidad urgente para garantizar una competencia leal y equilibrada en la era digital. Sin un marco regulatorio fuerte, la IA tiene el potencial de exacerbar prácticas anticompetitivas que socavan la equidad en el mercado y continúan perjudicando a los consumidores.

En tal sentido, las políticas públicas deben enfocarse en la creación de reglas claras que limiten el uso abusivo de algoritmos de fijación de precios y aseguren que la acumulación de datos no se convierta en una barrera insuperable para la entrada de nuevos competidores. Asimismo, es esencial promover la transparencia en el uso de la IA, motivando a las empresas a revelar cómo se toman las decisiones automatizadas que afectan a los consumidores y al mercado en general.

Ganadora Primera mención de honor

Segunda edición “Escribiendo X la Competencia 2024”

Además, la regulación debe incentivar la innovación ética y sostenible, asegurando que las empresas no solo compitan por el control del mercado, sino también por su contribución al bienestar social y ambiental. Esto incluye la creación de incentivos para que las empresas adopten prácticas sostenibles y respeten los derechos laborales, garantizando que la IA se utilice como una herramienta para mejorar la vida de las personas y no solo como un medio para maximizar las ganancias a cualquier costo.

2.3 Algoritmos y Desinformación

Como se ha venido reiterando, la inteligencia artificial (IA) ha reconfigurado el panorama de los medios de comunicación, transformando la manera en que se produce, distribuye y consume información. Aunque estas tecnologías han traído consigo oportunidades sin precedentes, también han abierto la puerta a nuevas formas de competencia desleal que amenazan la integridad del sector mediático. Este fenómeno es especialmente evidente en la manipulación de la información, la creación de burbujas informativas y la concentración del poder en manos de unas pocas plataformas digitales.

2.3.1 Monopolización de la Visibilidad: Algoritmos y Acceso a la Información

Uno de los efectos más nocivos de la IA en los medios de comunicación es la monopolización de la visibilidad. Los algoritmos que gestionan la distribución de contenidos en plataformas como redes sociales y motores de búsqueda deciden qué información es vista por los usuarios, basándose en patrones de comportamiento y preferencias. Este proceso, que en teoría debería democratizar el acceso a la información, en la práctica favorece a los medios más grandes y con mayor capacidad para optimizar sus contenidos para estos algoritmos.

Los medios independientes, que a menudo no cuentan con los recursos para competir en términos de posicionamiento algorítmico, se ven relegados a una posición de desventaja. Esta situación fomenta una competencia desleal, donde la calidad del contenido es secundada por la capacidad de dominar las reglas del juego dictadas por las grandes plataformas. Como resultado, se crea un entorno en el que solo unos pocos actores controlan la mayor parte del flujo informativo, restringiendo la diversidad de voces y afectando negativamente a la pluralidad mediática.

2.3.2 La Desinformación como Herramienta Anticompetitiva

La inteligencia artificial también ha facilitado la proliferación de la desinformación, que se ha convertido en una poderosa herramienta de competencia desleal, tal como lo especifica el Art. 11 de la Ley 42-08²¹. La capacidad de la IA para generar y distribuir contenidos falsos o manipulados a gran escala permite a actores malintencionados influir en la opinión pública y distorsionar el mercado de la información. Estos contenidos, diseñados para captar la atención

²¹ Véase la nota 13.

a través de tácticas sensacionalistas, a menudo superan en alcance a las noticias legítimas, minando la confianza en los medios tradicionales.

La desinformación no solo impacta en la credibilidad de los medios de comunicación, sino que también puede ser utilizada para atacar a competidores directos, tanto en el ámbito mediático como en otros sectores. Empresas rivales pueden verse afectadas por campañas de desinformación que dañen su reputación, distorsionen la percepción pública de sus productos o servicios, e incluso afecten sus resultados financieros. Esta dinámica genera un entorno en el que la competencia se basa en tácticas desleales y perjudiciales, en lugar de en la innovación y la calidad del servicio.

2.3.3 Concentración del Poder y Exclusión de Competidores

Otra manifestación de la competencia desleal facilitada por la IA es la concentración del poder mediático. Las plataformas digitales que controlan la distribución de contenidos se han convertido en los nuevos intermediarios del flujo de información, acumulando un poder considerable sobre qué se publica y qué queda relegado al olvido. Estas plataformas, a menudo respaldadas por conglomerados tecnológicos, pueden dictar las reglas del mercado, imponiendo condiciones que benefician a los medios más grandes y excluyen a los pequeños competidores.

Este control asimétrico crea barreras de entrada casi insuperables para nuevos actores en el mercado de los medios de comunicación. Las startups y medios independientes, sin los recursos necesarios para cumplir con las exigencias de visibilidad y optimización impuestas por los algoritmos, se ven desplazados, lo que reduce la competitividad y la innovación en el sector. Además, la concentración del poder en un reducido número de plataformas contribuye a la homogeneización de la información, limitando la diversidad de perspectivas y empobreciendo el debate público.

2.3.4 La Necesidad de Regulación para Garantizar una Competencia Justa

Por nueva vez, ante estos desafíos, resulta imperativo establecer un marco regulatorio que aborde las formas de competencia desleal en los medios de comunicación impulsadas por la IA. Las regulaciones deben enfocarse en asegurar que los algoritmos sean transparentes y justos, y que no favorezcan de manera desproporcionada a ciertos actores en detrimento de la pluralidad informativa. Esto incluye la implementación de políticas que obliguen a las plataformas digitales a proporcionar igualdad de condiciones para todos los medios, independientemente de su tamaño o capacidad económica.

Además, es crucial desarrollar estrategias efectivas para combatir la desinformación, que está en el corazón de muchas prácticas anticompetitivas. Las plataformas deben ser responsables de los contenidos que difunden y estar obligadas a implementar mecanismos de verificación de información que minimicen la propagación de noticias falsas. Asimismo, se debe fomentar la

colaboración entre gobiernos, organizaciones no gubernamentales y el sector privado para crear un entorno mediático donde la competencia se base en la calidad y la integridad, y no en tácticas desleales.

Finalmente, se debe incentivar el desarrollo de la libre y leal competencia a través de subvenciones, formación en tecnologías de IA, y acceso equitativo a las plataformas digitales puede contribuir a equilibrar el terreno de juego y a fortalecer el ecosistema mediático.

CONCLUSIONES

En la postrimería de este estudio, se llega a la conclusión de que, “la libre competencia se basa en la libertad de elección tanto para el consumidor”²² como para el proveedor de bienes y servicios, por lo que para su ética ejecución se necesita de integridad y perseverancia en cada uno de los entes que la rigen y practican. Para conseguir esto, se debe continuar aunando esfuerzos en la promoción de la cultura de la competencia, como lo establecen en su Artículo 13, 14 Y 15²³, tal como lo hace Procomptencia a través del Concurso Escribiendo X la Competencia, los talleres, videos, anuarios y demás recursos que otorgan a la comunidad nacional.

Ahora bien, y a raíz de todo lo investigado y planteado previamente, se colige que la competencia libre y leal ya no está solamente limitada al medio tradicional, sino que ha trascendido a al mercado digital, un entorno menos concreto, más abierto, del cual todavía no existe suficiente regulación a nivel nacional. Por esto, y en la medida que este mercado crece, se hace indispensable admitir dentro de la Ley, indicaciones y sanciones específicas que aborden las problemáticas actuales del mundo globalizado en que vivimos. Entonces, se invita a los organismos institucionales generales a tomar acciones y medidas que prevean situaciones antimonopolios o antitrust a raíz del auge de la era digital evidente a través de los medios de comunicación y su amenaza a los derechos humanos, así como el advenimiento de la inteligencia artificial, que cada día más sobrepasa las barreras tecnológicas y empresariales. Esto en tanto que, la libre competencia además de ser responsabilidad de los ciudadanos, “se constituye un requisito fundamental para el buen funcionamiento de la economía de mercado, correspondiéndole al Estado establecer los requisitos mínimos y así impulsar la prosperidad general.”²⁴

Además de todo lo anterior, se puede impulsar a que los agentes económicos dentro de su Plan de Cumplimiento, establezcan normativas particulares relativas a las necesidades de esta era digital, que a su vez se correspondan con sus realidades como empresa, de manera que sea

²² Félix Bautista, La competencia libre y leal, (2019)

²³ Véase la nota 13.

²⁴ Jottin Cury David, *Un examen sobre la libre competencia*, Anuario de Libre Competencia (2023), 43

beneficiados por ellas y como es esperado de las demás convenciones se “minimice el riesgo de incurrir en prácticas anticompetitivas”.²⁵

Finalmente, destacar que, según Vásquez Taveras, “Un mercado vibrante es un lugar donde tanto compradores como vendedores pueden encontrar éxito”.²⁶ En otras palabras, es el espacio abierto en el que de manera libre, organizada e interactiva, tanto el consumidor como el proveedor pueden relacionarse y negociar, sin que uno de los dos lados avasalle al otro, por uno u otro motivo; ¡a ese terreno es al cual se debe llevar el mercado digital!

BIBLIOGRAFÍA

Bautista, Félix. 2019. “La competencia libre y leal.” Listin Diario.

<https://listindiario.com/puntos-de-vista/2019/08/14/578194/la-competencia-libre-y-leal.html>.

BBC Mundo. 2018. “5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día.” BBC.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>.

Congreso Nacional. 2010. “Constitución de la República Dominicana.”

<https://www.cijc.org/es/NuestrasConstituciones/REP%C3%A9BLICA-DOMINICANA-Constitucion.pdf>.

DGII. 2020. “Índice de Concentración de Mercado.” Impuestos Internos.

[https://dgii.gov.do/publicacionesOficiales/estudios/Documents/2020/Concentracion%20de%20Mercado%20\(IHH\)%202020.pdf](https://dgii.gov.do/publicacionesOficiales/estudios/Documents/2020/Concentracion%20de%20Mercado%20(IHH)%202020.pdf).

Fernández, Emilio. n.d. “Cómo determinar el Pricing a través de la Inteligencia

Artificial.” artyco. <https://artyco.com/como-determinar-el-pricing-a-traves-de-la-inteligencia-artificial/>.

²⁵ Lineamientos Generales para Planes de Cumplimiento en Materia de Política de Competencia (2017), 17

²⁶ María Elena Vásquez, *Introducción*, Procompetencia (2023).
Ganadora Primera mención de honor
Segunda edición “Escribiendo X la Competencia 2024”

Forero, Luisa. 2024. “La era digital y el derecho de la competencia: Una mirada a los desafíos de la regulación.” ResearchGate.

https://www.researchgate.net/publication/379587210_La_era_digital_y_el_derecho_de_la_competencia_Una_mirada_a_los_desafios_de_la_regulacionThe_digital_age_and_competition_law_A_look_at_the_challenges_of_regulationA_era_digital_e_o_direito_da_concorren.

Gayubas, Augusto. 2024. “Revolución Industrial: qué es, sus características y causas.” Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/revolucion-industrial/>.

Grullón, Adalberto. 2024. “Análisis del desarrollo mediático en República Dominicana.” UNESCO. <https://www.unesco.org/es/articles/analisis-del-desarrollo-mediatico-en-republica-dominicana>.

Napoli Shkolnik PLLC. 2017. “Uber: una historia de explotación laboral.” Napoli Shkolnik PLLC. <https://www.napolilaw.com/es/article/uber-historia-trabajador-explotacion/>.

OECD. 2024. “Aplicación de la ley de competencia.” Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/64df8013-es.pdf?expires=1724685409&id=id&accname=guest&checksum=6733FAA65346F38F2EC7128A4BD622C5>.

ONU. n.d. “Declaración de los Derechos Humanos.” Accessed 1948. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>.

Procompetencia. 2008. “Ley No. 42-08 sobre la Defensa de la Competencia, GO No. 10458, del 25 de enero.” <https://docs.republica-dominicana.justia.com/nacionales/leyes/ley-42-08.pdf>.

Procompetencia. 2021. “Plan de cumplimiento - Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.” Procompetencia. <https://procompetencia.gob.do/plan-de-cumplimiento/>.

PROCOMPETENCIA. 2023. “Anuario de Libre Competencia.” Procompetencia. <https://procompetencia.gob.do/anuario-procompetencia/>.

Procompetencia. 2023. “Introducción.” Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hYrnjfGC6gQ>.

Ramírez, Hernando. 2024. “Cómo la IA transforma la fijación de precios en las tiendas.” Abasto. <https://abasto.com/noticias/como-la-ia-transforma-la-fijacion-de-precios-en-las-tiendas/>.

REACTEV. 2023. “Cómo la Inteligencia Artificial ayuda a retailers a predecir precios.” Reactev. <https://www.reactev.com/es/blog/predecir-precios-con-inteligencia-artificial>.

Rojas, Luis. 2024. “Corripio y la propuesta de los candidatos.” Hoy Digital. <https://hoy.com.do/corripio-y-la-propuesta-de-los-candidatos/>.