

# LOS JUGADORES DOMINANTES EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y LOS RIESGOS PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y LA LIBERTAD DE COMPETENCIA: ¿ES NECESARIO APROBAR MÁS REGULACIÓN?

## *Dominant Players in Digital Platforms and the Risks to Copyright Protection and Competition Freedom: Is More Regulation Needed?*

Beatriz Bugallo Montaña<sup>1</sup>

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar el rol del jugador dominante en las plataformas digitales, en el contexto de los desafíos que sus decisiones estratégicas presentan para la libertad de competencia en los casos especiales que involucran obras protegidas por Derecho de autor. Se presenta el marco normativo convergente donde tienen lugar estos actos de oferta en el mercado, así como el concepto clave de jugador dominante. Partiendo de la enumeración de los efectos de la innovación tecnológica en la actividad empresarial de la plataforma, se identifican y explican algunos de los riesgos considerando las obras y el Derecho de autor involucrado. Posteriormente se plantean los posibles caminos para aten-

### ABSTRACT

*The aim of this paper is to analyse the role of the dominant player in digital platforms, in the context of the challenges that their strategic decisions present for freedom of competition in special cases involving copyrighted works. The converging regulatory framework in which these acts of market supply take place is presented, as well as the key concept of the dominant player. Starting with an enumeration of the effects of technological innovation on the platform's business activity, some of the risks are identified and explained in consideration of the works and copyright involved. Subsequently, the possible ways to address this situation, which are studied from the point of view of doctrine and public policy, are put forward. Finally, personal reflections are formulated on whether regulation*

---

<sup>1</sup> Abogada formada en la Universidad de la República (UdelaR), Uruguay. Doctora en Derecho por la Universidad de Santiago de Compostela, España, y con másteres en Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías por la Universidad de Alicante, España, y en Inteligencia Artificial por el Instituto de Inteligencia Artificial, Alicante, España.

Profesora Grado 5 de Derecho Comercial y responsable de la asignatura de Propiedad Intelectual en la Facultad de Derecho. Imparte clases en la Escuela Universitaria Centro de Diseño y en las universidades de Montevideo y CLAEH.

der esta situación que desde la doctrina y las políticas públicas se estudia. Finalmente, se formulan reflexiones personales sobre si la regulación dirigida a los jugadores dominantes puede resultar útil y cuál sería su alcance.

*aimed at dominant players can be useful and what its scope would be.*

Palabras clave: jugadores dominantes, plataformas digitales, defensa de la competencia, derechos de autor, inteligencia artificial.

**Keywords:** *dominant players, digital platforms, antitrust law, copyright law, artificial intelligence.*

## SUMÁRIO

INTRODUCCIÓN; 1 MARCO NORMATIVO; 1.1 EL DERECHO DEL MERCADO COMO ÁMBITO DE REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIO; 1.2 IA: REQUERIMIENTOS/REGULACIÓN; 1.3 LA EXISTENCIA Y EL EJERCICIO DE LOS DERECHOS DEL AUTOR: MARCO NORMATIVO INTEGRADO; 1.4 INTERSECCIÓN NORMATIVA EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES CUANDO EN CASO DE COMERCIALIZACIÓN CUYO OBJETO TIENE CONTENIDOS PROTEGIDOS POR DERECHO DE AUTOR; 2 JUGADOR DOMINANTE; 3 EFECTOS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS PLATAFORMAS Y SUS RIESGOS; 3.1 VENTAJAS OPERATIVAS DE BASE TECNOLÓGICA EN LAS PLATAFORMAS; 3.2 SITUACIONES DE RIESGO CON PARTICULAR REFERENCIA A LAS AMENAZAS A LA LIBRE COMPETENCIA UTILIZANDO LOS DERECHOS DE AUTOR; 4 COMENTARIOS SOBRE ALGUNAS SITUACIONES QUE SE PLANTEAN; 4.1 ACUERDOS DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN PLATAFORMAS SOBRE LA BASE DE DERECHOS DE LA PI; 4.2 ACUERDOS ENTRE COMPETIDORES EN PLATAFORMAS SOBRE LA BASE DE DERECHOS DE LA PI QUE DAN LUGAR A DISCRIMINACIÓN; 4.3 BARRERAS DE ACCESO EN LAS PLATAFORMAS INSTRUMENTADAS SOBRE DERECHOS DE LA PI; 5 CAMINO DE SOLUCIONES; 5.1 REGULACIONES ESPECÍFICAS Y ADAPTADAS TANTO DE DA COMO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA; 5.2 TRANSPARENCIA Y CONTROL SOBRE LOS DATOS; 5.3 FORTALECIMIENTO DE LOS CREADORES Y CONSUMIDORES; 5.4 INCENTIVO DE LA COMPETENCIA E INNOVACIÓN; 5.5 SUPERVISIÓN GLOBAL Y COLABORACIÓN INTERNACIONAL; 6 REFLEXIONES FINALES: ¿MÁS REGULACIÓN ES LA NECESARIA SOLUCIÓN?; RESEÑA BIBLIOGRÁFICA.

## INTRODUCCIÓN

Internet, el comercio electrónico y las plataformas digitales han cambiado los parámetros del intercambio comercial conocidos hasta fines del siglo XX. Paulatinamente las nuevas tecnologías provocaron una reorientación de las reglas del comercio a distancia, de la estructura de formación y ejecución de los contratos y también, de las relaciones entre los competidores en un ámbito en el cual las fronteras físicas no tienen el mismo significado para la circulación de productos y servicios como cuarenta años atrás.

En los escenarios modernos, globales, las plataformas digitales de oferta de productos/servicios constituyen el eje de la comercialización o acceso a recursos para satisfacer muy distintas necesidades o requerimientos de consumidores y usuarios. En términos de derechos del autor y competencia en el mercado, estas plataformas dominantes no solo son responsables de la distribución de contenido protegido por Derecho de autor, sino también de la moderación, los acuerdos de licencias, la monetización y la gestión de las regalías para los creadores.

El rol de quienes toman las decisiones como titulares o encargados de la gestión de las plataformas es fundamental, particularmente como responsables de los efectos que provocan en estas circunstancias.

Nos proponemos analizar los riesgos de las situaciones que generen algunas de las decisiones de los llamados jugadores dominantes, es decir de quienes toman las decisiones comerciales operativas en las plataformas digitales desde una posición estratégica de control o dominio del mercado. Además lo haremos desde la perspectiva particular de los productos/servicios que consisten en contenidos protegidos por Derechos de autor, dentro de la Propiedad intelectual, en adelante PI. Se trata del ejercicio de los derechos del autor en el mercado. En las últimas décadas se fortaleció en el mundo entero el Derecho de la competencia, especialmente la Defensa de la competencia. Los derechos del autor de las obras protegidas ofrecidas o comercializadas en el mercado quedaron naturalmente insertos en el marco jurídico del Derecho del mercado generando conflictos que se vienen resolviendo a nivel judicial y extrajudicial.

Claramente, entrado el siglo XXI con la expansión de Internet y sus tecnologías de acceso a la economía digital (y la economía cuántica en la que estamos ingresando), se multiplicó la tensión de derechos en el mercado. Todo esto potenciado con la expansión masiva de las tecnologías de la inteligencia artificial, en adelante IA. Este es el contexto de análisis de este trabajo: la convergencia de sectores normativos en el mercado que pueden ofrecer distintas soluciones separadamente, pero deben conjugarse para la adecuada aplicación, tomando como eje la regulación de los jugadores dominantes.

## 1 MARCO NORMATIVO

El objetivo del trabajo se enmarca en la convergencia de distintas normas. Por un lado, el derecho de mercado porque la base de la actividad empresarial de las plataformas digitales son las relaciones de competencia. Por otro lado, la normativa que va surgiendo – de distinta fuente – en relación con los algoritmos de IA que constituyen parte fundamental en el software que subyace a las plataformas digitales. Y, por otro lado también – en razón del objetivo que definimos para este trabajo –, de las normas jusautoralistas que corresponden a productos y servicios considerados obras protegidas y son objeto de contratación o comercialización en esta actividad económica.

### 1.1 El Derecho del mercado como ámbito de regulación de las plataformas de comercialización de bienes y servicio

Las plataformas digitales constituyen escenarios de tensiones entre los distintos sectores normativos que se integran en el Derecho del mercado. No solamente se trata de la Defensa de la competencia, sino también de aspectos del Derecho contra la competencia desleal, Defensa del consumidor y, también, normas específicas para la publicidad comercial como vehículo de la oferta.

Algunas de dichas normas se encuentran en legislaciones de PI en el Derecho comparado, en cuanto atañen aspectos directos o cercanos

a sus respectivas definiciones. Ello no los excluye de que se apliquen al respecto normas de Defensa de la competencia, porque en este caso se regulan los actos que generan efectos anticompetitivos. Estas situaciones no involucran la justificación de la propia definición de derecho de exclusiva de la PI como motor de la innovación y tutela del trabajo, sino su inserción en el sistema general de normas jurídicas.

En referencia específica a la Defensa de la competencia, podemos afirmar que cuenta con diversas herramientas para regular situaciones que afectan la libre competencia en el mercado. Las mencionamos generalmente a modo de enunciación.

### **Abuso de posición dominante**

Las plataformas con una posición dominante en el mercado no pueden abusar de esa posición para perjudicar a sus competidores.

### **Control de las fusiones económicas**

Las fusiones y adquisiciones que puedan generar o reforzar una posición dominante están sujetas a autorización.

### **Análisis de conductas o pactos anticompetitivos**

Para acceder y permanecer en las plataformas digitales, todos los usuarios, cualquiera sea la expectativa de actividad en ellas, suscribe acuerdos. Incluso muchas veces tales acuerdos no solamente existen entre la empresa titular de la plataforma y los usuarios, sino entre los propios usuarios entre sí. En la Defensa de la competencia también tiene lugar el estudio de decisiones unilaterales y de acuerdos que afectan la libre competencia contraviniendo los objetivos propios del sector normativo.

## **1.2 IA: requerimientos/regulación**

Otro grupo normativo que corresponde apreciar en la temática es el referido a los aspectos de la IA.

En algunos territorios se encuentran ya vigentes normas legales aplicables a plataformas y demás desarrollos informáticos de la IA, aun-

que todavía no se han generalizado. Tratan diversos aspectos entre los que se puede destacar como preceptos comunes a todos ellos: la implantación del principio de transparencia, el respeto a datos personales en cuanto a su tratamiento algorítmico y el compromiso para evitar sesgos.

Además de normas legales hay principios y valores éticos que las distintas comunidades vienen desarrollando y que se hacen exigibles en el marco privado.

### **1.3 La existencia y el ejercicio de los derechos del autor: marco normativo integrado**

Cuando se trata de productos o servicios que involucran obras protegidas por derechos de autor y conexos es ineludible cumplir la normativa internacional y nacional correspondiente, que define el alcance de la existencia y del ejercicio de los derechos del autor que se regulan en lo nacional.

En cuanto a la existencia de los derechos del autor, encontramos en cada país normas nacionales que los definen o caracterizan, sobre la base del requisito de originalidad que es la constante en el Derecho comparado de base continental europea.

En cuanto al ejercicio de los derechos de autor, encontramos una doble referencia normativa. Por un lado, se encuentra la caracterización específica en las normas autoralistas, que incluye alcance del ejercicio de los derechos, así como las excepciones/limitaciones específicas. Por otro lado, es imposible en este tema estar ajeno a las regulaciones del Derecho de la competencia por estar dirigidos – inevitablemente – al mercado.

### **1.4 Intersección normativa en las plataformas digitales cuando en caso de comercialización cuyo objeto tiene contenidos protegidos por Derecho de Autor**

Mientras la PI tiene como propósito generar derechos de exclusiva por el retorno a modo de premio por la generación de innovación (artís-

tica o tecnológica), la Defensa de la competencia busca garantizar que los mercados funcionen de manera eficiente y que los consumidores se beneficien de una mayor variedad de productos y precios más bajos. No obstante tal diferencia se pueden identificar en ambos sectores normativos propósitos convergentes, pues coinciden en promover para sus fines específicos la operativa libre y justa de la competencia en el mercado.

Por lo tanto en situaciones de soluciones aparentemente divergentes en ambos casos corresponde a las autoridades de aplicación de la Ley encontrar la solución (la que sea posible) que contemple ambos cometidos o definir, eventualmente, si una ha de imponerse a la otra.

La llegada de la IA Generativa ha introducido un nuevos factores de complejidad en la interfaz entre la Defensa de la competencia y la legislación autoralista, donde el uso justo, una de las principales palancas de la política antimonopolio de los derechos de autor, se llega a considerar una amenaza potencial para la competencia (Lim & Yu, 2025, p. 3).

## 2 JUGADOR DOMINANTE

Como jugador dominante se conoce al operador del mercado, el empresario correspondiente, que actúa por medio de plataformas digitales, ya sea como titular de la empresa o como el responsable de su gestión, controlando un mercado específico. La expresión en inglés *player* - en español jugador - es muy común al hacer referencia a operadores del Derecho de la competencia. En este trabajo analizaremos a aquellos jugadores que controlan una porción significativa del mercado en una determinada plataforma digital. Esta posición de dominio le otorga un poder de mercado considerable, permitiéndole influir significativamente en las condiciones de competencia, los precios y la innovación dentro de ese mercado. La apreciación y su definición, tal como veremos, es siempre relativa pues todo depende del análisis del mercado relevante que corresponda.

El dominio que tienen o pueden tener los operadores o jugadores de las plataformas se explica por factores como la masa crítica de usuarios, las redes de contenido que gestionan, así como la posibilidad de

acceso exclusivo a datos masivos o contenidos. Ello, en definitiva, otorga en algunos casos una ventaja competitiva significativa que determina la existencia de los conocidos como jugadores dominantes.

El jugador dominante puede establecer estrategias que le aseguran resultados favorables independientemente de las acciones de otros jugadores.

En la teoría de juegos se habla de estrategias dominantes, cuando una opción particular resulta ser la mejor para un jugador sin importar lo que hagan los demás (von Neumann & Morgenstern 1944. Gibbons, 1993). Esto implica que, al elegir una determinada estrategia, el jugador asegura la máxima utilidad o beneficio posible, independientemente de las decisiones tomadas por sus oponentes. En otras palabras, siempre será la mejor opción para el jugador, sin excepciones, es la que le proporciona siempre más utilidades que cualquier otra estrategia.

El jugador dominante, en definitiva, presenta ciertas características que lo definen. En primer lugar, poseer una cuota de mercado significativa, una participación de mercado sustancialmente mayor que sus competidores. En segundo lugar, tiene poder de fijación de precios, pues puede influir en los precios de bienes o servicios, ya sea fijándolos directamente o ejerciendo una presión significativa sobre otros actores del mercado. En tercer lugar, impone barreras de entrada elevadas, crea barreras de entrada difíciles de superar para nuevos competidores, dificultando así su entrada al mercado. En cuarto lugar, tiene control sobre los datos, pues tiene acceso a una gran cantidad de datos de los usuarios, lo que le permite personalizar productos y servicios, así como tomar decisiones estratégicas basadas en información privilegiada. Finalmente se beneficia de los efectos de red, es decir, a medida que más usuarios utilizan la plataforma, su valor aumenta para los demás usuarios, lo que refuerza su posición dominante.

Acotamos que como efectos de red se denomina la circunstancia según la cual el valor de una plataforma aumenta a medida que más usuarios se unen a ella. Esto sucede porque la plataforma se vuelve más atractiva y útil para los usuarios cuantos más participantes hay, lo que no



solamente acrecienta el valor económico, sino que también la hace más atractiva. Su existencia genera ventajas competitivas para quienes participan en ella como para la propia empresa titular de la plataforma, porque también posibilita la fidelización de usuarios y fortalecer una posición de dominio. Por el otro lado, como veremos, la concentración de poder a que dan lugar puede llevar a generar barreras de acceso al mercado, así como llevar a un escenario conocido como “winner takes all”, el ganador se lo lleva todo, dificultando la competencia de nuevas plataformas o competidores locales contra aquellos con una gran base de usuarios y una posición económica sólida. “Winner takes all” describe una dinámica de mercado en la que una sola empresa o plataforma, que ofrece un producto o servicio que resulta mejor adaptado a las necesidades de los usuarios, termina capturando la mayor parte de la cuota de mercado, lo que se potencia cuando en la plataforma que viene creciendo en usuarios, masivamente.

La presencia de un jugador dominante en las plataformas provoca una serie de efectos peculiares en la competencia en el mercado que se presentan muchas veces concatenadamente. Al tener un poder de mercado significativo, un jugador dominante puede limitar la competencia, reduciendo el número de opciones disponibles para los consumidores y aumentando los precios. A su vez, la falta de competencia puede desalentar la innovación, ya que el jugador dominante puede no tener incentivos para invertir en el desarrollo de nuevos productos o servicios. Por otra parte, para consolidar su posición, los jugadores dominantes establecen en algunas ocasiones prácticas comerciales desleales o pueden hacerlo con más facilidad, perjudicando a los competidores más pequeños y dificultando su crecimiento.

Entre los casos más conocidos de jugadores dominantes se pueden mencionar plataformas de comercio electrónico como Amazon o Alibaba; como motores de búsqueda, Google; entre tantas redes sociales, Facebook, Instagram; o sistemas operativos móviles como Android (Google), iOS (Apple). Otras expresiones que se utiliza son “Big Tech” o “Tech Giants”, en referencia a las cinco empresas más dominantes en la industria de la tecnología de la información. Incluye las empresas tecnológicas

estadounidenses más grandes: Google, Amazon, Meta (Facebook), Apple y Microsoft. Estas empresas también se conocen como las Big Five, las cinco grandes, o GAFAM, las cinco grandes (Guidi, 2023, p. 405. Huckova, R. & Semanová, 2023, p. 301).

Un jugador dominante, como concepto no es exactamente lo mismo que el guardián de acceso o gatekeeper, denominación esta última utilizada en el derecho europeo de manera específica.

Los gatekeepers son empresas titulares de plataformas digitales que la Comisión Europea designa para regularlas a través de la Ley de Mercados Digitales (en adelante DMA por su sigla en inglés, Digital Markets Act), normativa que como propósito enuncia que busca garantizar que los mercados digitales sean abiertos y justos. Los gatekeepers controlan mercados digitales clave, como las redes sociales, los motores de búsqueda y las tiendas de aplicaciones.

La DMA establece distintos criterios para determinar qué empresas cumplirán el rol de gatekeepers. Estos criterios dicen relación con: el impacto de la empresa en el mercado interno; la clase de servicio que brinda; y su posición en la actividad que realizan que incluyen estándares cuantitativos además de conceptuales. Varios autores han criticaron la definición de gatekeepers o guardianes de acceso de la DMA (Huckova, R. & Semanová, 2023, p. 302 y 310. Kerber, 2021). Inicialmente, el 6 de septiembre de 2023 la Comisión europea designó seis gatekeepers: Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, Microsoft. Con fecha 13 de mayo de 2024 designó también a Booking. Las obligaciones de los gatekeepers en la DMA incluyen permitir que terceros interoperen con sus servicios, permitir a los usuarios empresariales acceder a los datos que generan, cumplir con las normas de protección de datos, cumplir con las normas de no discriminación, cumplir con las normas de libertad de comunicación y promoción, cumplir con las normas de acceso a contenidos y servicios, así como cumplir con las normas de resolución de quejas y disputas. Las consecuencias de no cumplir con las obligaciones de la DMA pueden ser multas de hasta el 10% del volumen de negocios mundial de la empresa, medidas correctoras estructurales o de comportamiento, entre otras. El

detalle de la regulación no ha dejado de merecer críticas por parte de la doctrina europea, al punto de considerar que transgrede el principio de proporcionalidad en la regulación (Portuese, 2022)

Hay diferencias muy concretas, conceptualmente entre jugador dominante y guardián de acceso o gatekeeper. Un jugador dominante ejerce poder directo sobre el mercado, afectando a competidores y consumidores mediante decisiones estratégicas relacionadas con precios y oferta. Esto podría hacerlo fijando precios predatorios para eliminar competidores, por ejemplo. Por su parte, un gatekeeper, en su concepto estricto, actúa como un intermediario que controla el acceso al mercado. La influencia en este caso se manifiesta en la capacidad de decidir qué productos o servicios se destacan o se excluyen, lo que puede afectar la visibilidad y las oportunidades de negocio de otros actores. De todas maneras, en una visión de aplicación de normas de competencia, analizando el mercado de gatekeepers podría identificarse entre ellos un jugador dominante, razonamiento tan complejo como situaciones posibles.

### 3 EFECTOS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS PLATAFORMAS Y SUS RIESGOS

Las plataformas digitales configuran, a través de medios informáticos y telemáticos, un entorno virtual que facilita la interacción entre múltiples grupos de usuarios, tales como consumidores, proveedores y anunciantes. Mediante la aplicación de diversos algoritmos que afinan, conducen y personalizan ofertas para consumidores o usuarios se puede influir en los precios, en la oferta y demanda de contenido y en la experiencia del usuario de la plataforma. De manera similar podría suceder desde la demanda.

Las innovaciones tecnológicas desempeñan un papel fundamental en la formación y evolución de una estrategia dominante en las plataformas digitales. Muestran ventajas operativas, tanto como facetas negativas, calificación que solamente puede definirse en el caso concreto.

### 3.1 Ventajas operativas de base tecnológica en las plataformas

Las innovaciones tecnológicas permiten a las empresas desarrollar productos y servicios únicos que pueden diferenciarse en el mercado. Esto facilita la definición de una estrategia dominante, ya que la diferenciación puede atraer a un segmento específico de consumidores que valoran características únicas. Por ejemplo, empresas como Apple han utilizado la innovación para crear dispositivos que no solo cumplen con las expectativas del consumidor, sino que también establecen tendencias en el mercado.

Asimismo, la adopción de tecnologías avanzadas, como la IA y la automatización, permite a las empresas optimizar sus procesos operativos. Esto no solo reduce costos, sino que también mejora la eficiencia y la calidad del servicio.

Las innovaciones tecnológicas permiten a las empresas adaptarse rápidamente a cambios en el entorno del mercado. En un contexto donde las preferencias del consumidor evolucionan constantemente, la capacidad de innovar se convierte en una necesidad imperante para mantener la relevancia. Las empresas que son ágiles en su respuesta a estos cambios pueden ajustar sus estrategias dominantes para satisfacer nuevas demandas emergentes.

La tecnología facilita el acceso a nuevos mercados. Las plataformas digitales y el comercio electrónico han permitido a las empresas expandir su alcance geográfico sin necesidad de inversiones significativas en infraestructura física. Esto es especialmente relevante para las PYMES que buscan competir con grandes corporaciones globalmente.

Por último, podemos agregar que la innovación tecnológica también puede contribuir a prácticas empresariales más sostenibles y responsables socialmente. Las empresas que adoptan tecnologías limpias o soluciones innovadoras para reducir su huella ambiental no solo mejoran su imagen ante los consumidores, sino que también pueden cumplir con regulaciones cada vez más estrictas sobre sostenibilidad.

Una pluralidad de factores, en definitiva, dan lugar a un alto grado de concentración del mercado en el caso de oferta/demanda a través de plataformas digitales: los efectos de red, el alto retorno que provoca el uso de datos, así como las economías de escala y facilidad para sacar provecho de los sesgos del consumidor (Huckova, R. & Semanová, 2023, p. 298).

### **3.2 Situaciones de riesgo con particular referencia a las amenazas a la libre competencia utilizando los derechos de autor**

Los jugadores dominantes, a través de las plataformas, tienen un impacto directo sobre la competencia en el mercado digital.

Su accionar desde el punto de vista del derecho del mercado provoca diversas situaciones de riesgo que se estudian desde fines del siglo XX (Boyko, 1998) así como en la actualidad, plenamente insertos en la economía digital (Noti-Victor & Tang, 2024. Lim & Yu, 2025). Este accionar incluye situaciones de riesgo que mencionamos a continuación.

#### **Prácticas anticompetitivas**

Al dominar el mercado, los jugadores dominantes pueden utilizar su posición para imponer condiciones contractuales que desalientan a nuevos competidores o a los creadores de contenido en relación con la distribución de su trabajo en otras plataformas. Esto puede generar barreras de entrada, especialmente para empresas más pequeñas que intentan competir en el mismo espacio. A su vez, limita la competencia, lo que puede llevar a una menor innovación y diversidad en el mercado.

#### **Monopolio de datos y control de la información**

Los jugadores dominantes suelen tener acceso a enormes cantidades de datos de usuarios y creadores. Este acceso puede darles una ventaja desleal en el mercado, permitiéndoles predecir tendencias de consumo o incluso crear contenido que “copie” el estilo de creadores populares. Al controlar el flujo de datos y el acceso a la información, estas plataformas pueden manejar la competencia de manera que su dominio se refuerce aún más.

### **Negociación desigual de las tarifas de derechos de autor**

En muchos casos, los jugadores dominantes tienen un poder de negociación tan fuerte que imponen tarifas desfavorables a los creadores, lo que puede llevar a una concentración de poder en manos de unos pocos actores en la industria del entretenimiento. Esta situación puede provocar un desequilibrio económico, donde los grandes actores se benefician desproporcionadamente en comparación con los creadores o las plataformas competidoras.

### **Exclusividad y control de los precios**

Al controlar el acceso al contenido y la distribución, los jugadores dominantes pueden imponer precios y condiciones que son poco competitivas. Esto puede afectar a los consumidores, que no tienen muchas alternativas, y también a los competidores más pequeños que intentan ofrecer precios más bajos o modelos alternativos.

### **Control de contenidos protegidos**

A través de las plataformas, los jugadores dominantes controlan grandes volúmenes de contenido protegido por derechos de autor, lo que les da el poder de decidir qué se distribuye, cómo se distribuye y cómo se remuneran los creadores. Este control, a su vez, genera varios riesgos para la protección de los derechos de autor del tipo de los que enumeramos a continuación.

### **Infracción y distribución no autorizada**

Los jugadores dominantes del mercado digital tienen que gestionar de manera eficaz la piratería de contenidos protegidos. Sin embargo, cuando se tiene un control excesivo, la falta de medidas adecuadas para proteger los derechos de autor puede dar lugar a la distribución masiva de material infractor, sin que los creadores sean adecuadamente compensados.

### **Monopolización de las licencias**

Los jugadores dominantes pueden negociar licencias de derechos de autor de forma que favorezcan sus propios intereses, limitando las oportunidades para otros actores más pequeños, por ejemplo presionando por exclusividades en las licencias. Además, a menudo requieren condiciones

de licencia excluyentes o desventajosas para los creadores de contenido, lo que puede limitar la distribución de su obra en otras plataformas.

### **Control de la creación y distribución de contenido**

Cuando en las plataformas digitales alguien tienen el poder de decidir qué contenido se publica o se monetiza, puede limitar el acceso a obras de autores menos conocidos o independientes. Esto puede tener efectos negativos sobre la diversidad cultural y el acceso a contenidos más diversos en el mercado.

### **Dependencia de algoritmos para la gestión de derechos**

Las plataformas suelen usar algoritmos basados en IA para gestionar y proteger los derechos de autor (como los sistemas de Content ID en YouTube). Sin embargo, estos sistemas no siempre son perfectos y pueden cometer errores, como bloquear contenido legítimo o permitir la distribución de contenido infractor, lo que afecta tanto a los creadores como a los usuarios.

Algunas opiniones sostienen directamente que las grandes plataformas tecnológicas poseen características que conducen a un definido poder estructural y a la falta de libertad de competencia. Esta situación tiene origen en la existencia de economías de escala extremas, que surgen de los costos marginales mínimos, los fuertes efectos de red y la capacidad sin precedentes para conectar a los usuarios comerciales con los usuarios finales a través de su naturaleza multilateral. También se observan características clave en las importantes ventajas de datos, efectos de bloqueo, una capacidad limitada para la multilocalización y la integración vertical. Todo ello directamente conduce al tan comentado principio en este tema del “winner takes all” (D’Amico & Gerbrandy, 2025).

## **4 COMENTARIOS SOBRE ALGUNAS SITUACIONES QUE SE PLANTEAN**

A continuación selecciono tres escenarios en particular, entre tantos, en los cuales quedan en evidencia los eventuales conflictos generados. Nos referimos a:

- acuerdos de transferencia de tecnología protegida por la PI, en acuerdos verticales de mercado;
- acuerdos entre competidores que pueden dar lugar a actos de discriminación entre operadores que vulneran las reglas del Derecho de la competencia;
- barreras de acceso a determinados productos o servicios que consisten en creaciones protegidas por derechos de la PI, que se imponen desde la titularidad de tales derechos por parte de la empresa titular de la plataforma digital o de los actores principales que actúan comercialmente en una plataforma digital.

El análisis en todo caso de la Defensa de la competencia es casuístico, pues corresponde medir el efecto de la competencia en cada mercado relevante. Sin perjuicio de ello, describiremos a continuación aspectos operativos de cada una de estas posibles situaciones mencionadas. Implican contrastar la situación fáctica con el efecto prohibido por la libertad de competencia, en torno a los institutos aplicables, tales como decisiones o acuerdos anticompetitivos, abuso de posición de dominio o concentración empresarial.

#### **4.1 Acuerdos de Transferencia de Tecnología en plataformas sobre la base de derechos de la PI**

Los acuerdos de transferencia de tecnología en plataformas digitales son una herramienta esencial para fomentar la innovación y el crecimiento económico. Permiten a los participantes el respectivo crecimiento de posibilidades económicas: el tomador de la tecnología puede así incorporar un recurso (que él entiende necesario) a su modelo de negocios, mientras que el creador de la tecnología puede disponer de un retorno pecuniario por su trabajo.

Recordemos que un acuerdo vertical es aquel que vincula empresas que operan en diferentes niveles de la cadena de producción o distribución. En el caso de las plataformas digitales, estos acuerdos pueden estab-



lecerse entre la plataforma y los proveedores de contenido, los desarrolladores de aplicaciones o los vendedores.

Una serie de factores determinan que tales acuerdos tengan lugar en las plataformas, pues permiten la integración de diversos servicios y productos en una única plataforma, ello fomenta la innovación al permitir la combinación de diferentes tecnologías y pueden aumentar la eficiencia al reducir los costos de transacción.

Evidentemente, la protección de la PI es fundamental para incentivar la innovación. Sin embargo, los acuerdos de transferencia de tecnología pueden generar efectos anticompetitivos si se utilizan para restringir la competencia. En este contexto constituyen desviaciones del régimen de libertad de competencia algunas circunstancias que pueden darse, como las siguientes:

- abuso en la exclusividad generada por la licencia, que puede tener lugar cuando un licenciante otorga a un único licenciatarario una licencia exclusiva, y la limitación de acceso de otros competidores a la tecnología perjudica a la competencia;

- pueden generar restricciones geográficas que determinen una fragmentación al mercado en torno a la PI;

- también los acuerdos pueden incluir cláusulas que fijan los precios de venta de los productos o servicios que utilizan la tecnología licenciada y ello implica “no competir”.

En particular, tratándose del tema que estamos analizando, es decir, en cuanto a los jugadores dominantes de las plataformas digitales podemos identificar algunos desafíos específicos que implican riesgos desde el punto de vista de los actos ilegales en materia de Defensa de la competencia, como ser:

- que las plataformas digitales a menudo dan lugar a los denominados efectos de red, es decir que su valor aumenta a medida que más usuarios se unen; los acuerdos de transferencia de tecnología pueden reforzar estos efectos y dificultar la entrada de nuevos competidores, algo que procuran obtener los titulares de plataformas;

- a través de las plataformas digitales se generan y concentran datos, los cuales hoy – huelga recordar - son un activo cada vez más valioso; los acuerdos de transferencia de tecnología podrían utilizarse para controlar el acceso a estos datos y limitar la competencia;

- cuando no existe interoperabilidad entre diferentes plataformas existen obstáculos para la libre competencia y perjuicio a los consumidores; de todas maneras eso es algo que debe consolidarse como tendencia, no una circunstancia que sin norma necesaria pueda requerirse.

## **4.2 Acuerdos entre competidores en plataformas sobre la base de derechos de la PI que dan lugar a discriminación**

Los acuerdos entre competidores en plataformas digitales, particularmente cuando están relacionados con derechos de la PI, pueden generar riesgos asociados a la discriminación que afectan la competencia en el mercado. Ello no quiere decir que la regla sea el efecto anticompetitivo o que constituyan peligro. Existen diversas razones por las cuales los competidores pueden discriminar en plataformas digitales que son válidas como tales. No son las razones como tales lo cuestionable sino los eventuales efectos anticompetitivos que pueden ocasionar. En tal sentido, como razones se puede destacar que las plataformas pueden favorecer o fortalecer a los vendedores con los que tienen relaciones comerciales más estrechas. A través de algún tipo de discriminación se pueden maximizar los propios beneficios a corto plazo como que, los grandes vendedores eventualmente pueden ejercer presión sobre las plataformas para obtener un trato preferencial.

No obstante, hay riesgos generales que derivan de cláusulas contractuales y que tienen que ver con fijar precios mínimos o máximos, dividir zonas o mercados sobre la base de la exclusividad o restricciones a la venta de sus productos en otras plataformas, entre otros. En todos los casos corresponde valorar los efectos que el pacto de cláusulas discriminatorias entre operadores pueden tener en la competencia.

En particular, en relación con la discriminación entre operadores en plataformas digitales los efectos pueden ser:

- trato diferenciado en los resultados de búsqueda, pues las plataformas pueden favorecer a ciertos vendedores en los resultados de búsqueda, perjudicando a otros;
- condiciones contractuales desfavorables, pues las plataformas pueden imponer condiciones contractuales más onerosas a determinados vendedores;
- acceso limitado a las herramientas de la plataforma, pues las plataformas pueden restringir el acceso de algunos vendedores a herramientas y funcionalidades clave.

En cuanto a dónde se han de medir específicamente los efectos negativos en este tema, hay algunos puntos donde se han de analizar y medir los efectos, para definir si hay una situación ilegal o no. Puede tener lugar una reducción de la oferta, pues la discriminación puede limitar la oferta de productos y servicios, lo que derivaría en un aumento de los precios y una disminución de la calidad. La discriminación puede crear barreras de entrada para nuevos vendedores, dificultando su acceso al mercado. Asimismo, la discriminación puede desalentar la innovación, reducir las iniciativas innovadoras, ya que los vendedores pueden ser menos incentivados a invertir en nuevos productos y servicios.

### **4.3 Barreras de acceso en las plataformas instrumentadas sobre derechos de la PI**

Las barreras de acceso creadas por la PI y las plataformas digitales representan un desafío significativo para la competencia y el bienestar de los consumidores. Básicamente, se trata de que restringiendo ex profeso la oferta el consumidor o usuario tiene menos opciones y, por lo tanto, se encuentra limitado en sus posibilidades de elegir lo que entienda mejor. Ello además, hace que los competidores limitados artificialmente no se esfuercen – falta de alternativas para competir -, algo que también es factor de restricción de las posibilidades de consumidores y usuarios.

Las barreras de acceso pueden adoptar diversas formas en el contexto de las plataformas digitales, entre las cuales destacamos las siguientes:

- condiciones de uso excesivamente restrictivas que las plataformas pueden imponer a los vendedores o proveedores, limitando su capacidad para ofrecer productos o servicios que compitan con los de la plataforma o con los de sus socios preferentes;

- algoritmos opacos utilizados en las plataformas digitales para clasificar los resultados de búsqueda o recomendar productos, que pueden favorecer a ciertos vendedores o productos en detrimento de otros, dificultando el acceso de nuevos competidores al mercado;

- acuerdos de exclusividad establecidos por parte de los jugadores dominantes de las plataformas con determinados vendedores, lo que limita la competencia y reduce la variedad de productos disponibles para los consumidores;

- en las plataformas se pueden imponer barreras técnicas que dificultan la interoperabilidad de los productos o servicios de terceros, lo que limita la competencia y la innovación;

- imposición de tasas y comisiones excesivas a los vendedores, lo que aumenta los costos de producción y reduce los márgenes de beneficio, dificultando la entrada de nuevos competidores.

¿Y qué rol juega la PI en este contexto? Un rol fundamental, pues los titulares de derechos de PI pueden utilizar sus derechos para limitar el acceso a sus productos o servicios, lo que puede generar barreras de entrada para nuevos competidores. Esto tiene lugar en situaciones como las siguientes:

- empresas titulares de derechos de PI (originarios o de cesionarios) pueden imponer condiciones excesivamente restrictivas en sus acuerdos de licencia, limitando el uso de sus tecnologías y productos;

- geoblocking o prácticas que impiden el acceso a contenidos digitales en función de la ubicación geográfica del usuario;

- abuso de posición dominante, es decir empresas con una posición dominante en un mercado que pueden utilizar sus derechos de PI para

excluir a competidores más pequeños, como el caso de una empresa que posee una patente esencial para un estándar tecnológico y niega licencias a sus competidores, impidiéndoles ofrecer productos compatibles;

- estrangulamiento de la distribución, instrumentada en tanto titulares de derechos de autor impongan condiciones restrictivas a las plataformas digitales que desean distribuir sus contenidos, condiciones que pueden incluir tarifas excesivas, limitaciones en la forma de distribución o la exigencia de acuerdos de exclusividad que impidan a las plataformas trabajar con otros proveedores;

- derechos de autor sobre interfaces de usuario, dado que el diseño de una interfaz de usuario puede ser protegido por derechos de autor, y ello puede establecerse como una dificultad para que los competidores desarrollen productos con funcionalidades similares.

## 5 CAMINO DE SOLUCIONES

Abordar los desafíos que plantean las plataformas digitales dominantes requiere un enfoque integral que combine la regulación, la innovación tecnológica y el empoderamiento de los actores más vulnerables, como los creadores de contenido y los nuevos competidores. La doctrina analiza cada vez con más detalle estos temas (Hovenkamp, 2021. Iaia, 2021), a la par de los debates y acciones que emprenden las Autoridades de la Competencia de los distintos países. Presentaremos un elenco de posibles medidas aplicables desde diversos puntos de vista frente a las situaciones de riesgo de vulneración de la libertad de competencia cuando se trata de obras protegidas por la normativa de Derecho de autor.

Para comentar el elenco de situaciones posibles recordemos antes, en cuanto a marco normativo, que a menos que se trate de algún tipo de excepción o limitación de fuente autoralista aplicando la regla de los tres pasos, hay que recurrir a las disposiciones de las normas de defensa de la competencia.

En primer lugar, si bien como todo reclamo de derechos no hay impedimentos en algunos países (caso de Uruguay) de que se plantee

judicialmente, hay un sistema orgánico especialmente competente para el tema a nivel administrativo, con calidad de órgano decisor. En Brasil, se trata del Conselho Administrativo de Defesa Econômica, CADE, en Uruguay la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia. Es muy potente para estos temas la existencia de un órgano especializado.

En segundo lugar, pasamos a considerar los objetivos de ambos sectores normativos. De esa forma comienza el tránsito hacia la valoración de los efectos de los actos de competencia que se han de calificar.

En tercer lugar, corresponde tener presente en algunos países instructivos o guías que se establecen por parte de las Autoridades de la Competencia como guía para valorar este tipo de situaciones. Es el caso de USA, por ejemplo, especialmente tratándose de cuestionamientos provocados por licencias. Es el caso de países como Japón y Corea del Sur, en los cuales la propia normativa legal afirma que se aplica el Derecho de la competencia en los casos de ejercicio de derechos de la PI, lo que ha generado también instructivos por parte de las respectivas autoridades competentes en materia de Antitrust.

En último lugar, sobre la base de todo esto, habrá que tener en cuenta informes y análisis específicos de economistas definiendo mercado relevante, analizando valores cuantitativos, apreciando la eficiencia económica y cuantificando la proyección de el o los actos que se cuestionan. No es un tema fácil ni sencillo, pues no solamente se trata de un análisis casuístico por la aplicación de la defensa de la competencia, sino también porque las situaciones en materia de creaciones de la PI – cualesquiera sean – también son particulares caso a caso. De manera que no hay referencias que permitan extender consideraciones para la aplicación.

Al final, se trata de las perspectivas de la Defensa de la competencia y sus sanciones. Hay un abanico de sanciones a posteriori posibles. Sin embargo para la temática de la economía digital se entiende en los últimos años que no se trata de la mejor posición por parte del sistema de las autoridades en Defensa de la competencia. Por ello en diversos aspectos se plantean controles ex ante u obligaciones de presentación de información que permitan evitar daños que con las plataformas a nivel global

son tremendamente extensos y, racionalmente, imposibles de cuantificar como de cobrar. Ello deriva también en la necesidad de acciones de cooperación no solamente entre las autoridades competentes para coordinar y compartir información, sino también entre el ecosistema correspondiente al ejercicio de derechos de la PI.

Enumeramos a continuación medidas concretas, con una breve explicación.

## **5.1 Regulaciones específicas y adaptadas tanto de DA como de Defensa de la competencia**

### **Mejora del marco normativo para derechos de autor**

Uno de los puntos que siempre constituye preocupación es lograr una remuneración justa para los creadores, máxime con lo que representa la utilización de creaciones a través de la herramienta IA Generativa. A tales efectos se plantea implementar sistemas de licencias obligatorias o colectivas administradas por entidades de gestión que aseguren una distribución equitativa de los ingresos generados por las plataformas. Esto garantizaría que los creadores reciban una remuneración proporcional por el uso de sus obras.

Otro punto es la preocupación por el fortalecimiento de las excepciones y limitaciones, concretando el alcance correspondiente de manera equilibrada. Legislaciones que incluyen el fair use o uso justo (Estados Unidos de América, USA) o el derecho de cita y parodia (Unión Europea, UE) deben proteger a los creadores contra el bloqueo excesivo de contenido por parte de filtros automatizados. Es importante obligar a las plataformas a implementar mecanismos, complementarios al menos, de revisión humana para resolver disputas de manera justa y ágil.

Por otra parte, podría estudiarse la regulación de los algoritmos de monetización. Las plataformas digitales deberían ser transparentes sobre cómo distribuyen los ingresos entre creadores y cómo determinan qué contenido recibe mayor visibilidad. Esto ayudaría a nivelar el campo de juego para pequeños creadores.

### **Leyes más robustas contra monopolios**

En cuanto a desarrollos de Derecho de la competencia, más específicamente Defensa de la competencia, no cabe duda que la Ley de Mercados Digitales (DMA) ha marcado referencias en distintos temas. Este marco de la Unión Europea es un modelo que podría replicarse en otras jurisdicciones, adaptadas a las posibilidades de gestión regional y al interés público de las sociedades involucradas. La mencionada norma regional obliga a las plataformas consideradas gatekeepers o guardianes de acceso a garantizar una competencia justa, prohibiendo prácticas como la autopreferencia en búsquedas o tiendas de aplicaciones.

Un tema fundamental en este punto es el fortalecimiento de las agencias antimonopolio. Las entidades competentes al respecto como la Comisión Europea, la Federal Trade Office (USA) o los órganos nacionales deben estar mejor dotados de recursos técnicos y humanos para monitorear el comportamiento de las plataformas. Esto incluye la capacidad de imponer sanciones significativas por abuso de posición dominante.

## **5.2 Transparencia y control sobre los datos**

### **Promoción de la interoperabilidad**

Las plataformas deben estar obligadas a permitir la interoperabilidad con otras herramientas y servicios. Los mecanismos a estos efectos pueden consistir en:

- definir estándares abiertos, a cuyos efectos corresponderá requerir que los datos, los sistemas de comunicación o las aplicaciones informáticas sean accesibles para desarrolladores externos bajo términos justos;
- establecer la portabilidad de datos, fomentando el cumplimiento de regulaciones como el Reglamento General de Protección de Datos, GDPR, que garantiza a los usuarios el derecho a transferir sus datos a plataformas alternativas sin restricciones.



### **Transparencia en la publicidad digital**

Las plataformas deben ser obligadas a revelar cómo funcionan sus sistemas de publicidad y algoritmos de recomendación, especialmente cuando estos priorizan ciertos contenidos o productos.

### **Uso ético de inteligencia artificial**

Los sistemas automatizados, como los filtros de contenido para derechos de autor, deben cumplir con estándares éticos claros. La IA debe ser supervisada para evitar la sobrecensura o los sesgos que perjudiquen a creadores pequeños.

## **5.3 Fortalecimiento de los creadores y consumidores**

### **Fortalecer la posición negociadora de los creadores**

Hay mecanismos de acción colectiva para impulsar este objetivo. Los creadores individuales tienen poco poder frente a las grandes plataformas, de manera que es necesario fomentar la formación de asociaciones o cooperativas que negocien colectivamente con plataformas digitales puede equilibrar esta relación, además de recurrir a las entidades de gestión colectivas en caso que para tales obras existan y estén en condiciones de brindar este servicio a sus afiliados.

Asimismo, corresponde procurar que los acuerdos de uso sean más justos, mediante el establecimiento de cláusulas estándar en los contratos entre plataformas y creadores, supervisadas por organismos reguladores.

### **Educación y alfabetización digital**

Consumidores y creadores necesitan entender mejor el impacto de sus decisiones en el ecosistema digital. Los medios para lograr tal objetivo pueden ser, entre otros, informar a los creadores sobre cómo proteger y monetizar sus derechos de autor, así como educar a los usuarios sobre cómo su interacción con los contenidos y su consentimiento para el uso de datos afectan el equilibrio de poder en el mercado digital.

## 5.4 Incentivo de la competencia e innovación

### **Apoyar alternativas descentralizadas**

A estos efectos es importante promover la adopción de tecnologías descentralizadas, como redes blockchain, para gestionar derechos de autor. A tal efecto es positivo que los registros de PI se puedan basar en tecnología blockchain, de manera de permitir que los creadores registren sus obras y gestionen licencias directamente, eliminando la necesidad de intermediarios.

### **Financiación para empresas emergentes**

Los gobiernos y organismos internacionales deben apoyar financieramente a startups tecnológicas que ofrezcan alternativas viables a los grandes jugadores dominantes. Entre diversas medidas se puede apelar a incentivos fiscales para empresas que promuevan la diversidad de proveedores y servicios digitales.

## 5.5 Supervisión global y colaboración internacional

El alcance de los jugadores dominantes es global, por lo que las soluciones también deben coordinarse internacionalmente.

Pueden consistir en analizar y fijar estándares globales sobre derechos de autor y competencia, creando un marco internacional sobre la base de principios claros para regular las plataformas digitales.

Será fundamental también la cooperación entre reguladores. De esta manera se podría aumentar la colaboración entre las autoridades de competencia y derechos de autor a nivel mundial, evitando que las plataformas dominen sectores en países con menos recursos regulatorios

## 6 REFLEXIONES FINALES: ¿MÁS REGULACIÓN ES LA NECESARIA SOLUCIÓN?

Según lo expuesto a lo largo de este trabajo, se aprecia que:

- hay una situación real de convergencia normativa con posibles soluciones diferentes para un mismo caso;

- la normativa aplicable, en definitiva, dilucida esta aparente oposición sobre la base de analizar a la luz de la Defensa de la competencia si corresponde limitar los derechos de exclusiva ante los objetivos propios de la competencia;

- tomando por caso tres situaciones posibles, identificamos riesgos contra la Defensa de la competencia y aspectos específicos para analizar.

- en este escenario los jugadores dominantes toman decisiones estratégicas con incidencia en la libertad de competencia, muchas veces sustentados también en titularidades de derechos autorales ya sea sobre el propio software utilizado en la plataforma, como sobre productos/servicios transados que constituyen obras protegidas por DA y derechos conexos.

Lo que hemos explicado sobre el rol de los jugadores dominantes en la intersección de sectores normativos de su operativa, específicamente Derechos de autor y el Derecho de la competencia teóricamente, en realidad, no es exclusiva de las plataformas digitales. Es una situación que en algunos mercados, previamente o fuera del mundo digital, se ha podido plantear. Hoy nos rodean como nunca antes este tipo de situaciones en razón de la tecnología. Asimismo, en virtud del alcance global de las plataformas en Internet los efectos anticompetitivos han adquirido una dimensión distinta en los últimos años.

El poder estructural que ostentan las grandes empresas tecnológicas plantea amenazas a los mercados y a la sociedad. Sus características –economías de escala, efectos de red, ventajas en materia de datos y dinámica de plataformas multilaterales– les permiten afianzar su dominio, expandirse a mercados adyacentes e influir en ámbitos que van más allá de la competencia tradicional en el mercado.

El camino de soluciones, respuestas o reacciones que se debe transitar tiene las siguientes dos consideraciones como punto de partida. Por un lado, entender que no es posible disponer de una regla fija de aplicación automática contrastando hechos directamente con una norma para

las situaciones que se generan. Cada mercado debe ser definido y es distinto de otro. Por otro lado, pensar que es un desafío para la generación de conocimientos que, en algunas regiones del mundo, todavía no es frecuente.

La concentración de poder en las plataformas digitales plantea riesgos significativos tanto para la protección de los derechos de autor como para la competencia en el mercado. Los jugadores dominantes tienen la capacidad de influir en la creación, distribución y monetización del contenido, lo que puede perjudicar a los creadores más pequeños y a las plataformas competidoras. Es crucial que tanto los marcos regulatorios de defensa de la competencia como las políticas de derechos de autor se adapten a las nuevas realidades de la economía digital, para garantizar un entorno más justo y competitivo para todos los actores involucrados.

Como en todo caso, la primera de las dudas consiste en definir hasta qué punto en una materia altamente casuística y cambiante, especialmente por la innovación tecnológica, la modificación de una sumatoria de regulaciones normativas constituye una solución estable. Los procesos normativos nacionales, tanto legislativos como reglamentarios, y especialmente los internacionales son largos y desgastantes en recursos materiales y humanos. Además, luego de tantos esfuerzos muchas veces no se llega a un resultado o, incluso, la solución definida llega tarde, cuando son otros los temas que se avizoran como problemas.

De todas formas, por los distintos temas involucrados (datos personales, PI, además de defensa de la competencia que conlleva tutela de consumidores y usuarios) la mayor seguridad en la tutela de los diversos intereses va decantando las decisiones de política pública rumbo a la formulación de normas como medio de solución de estas situaciones de riesgo. Los recientes avances en los debates académicos y de políticas de competencia apuntan hacia una interpretación renovada y más abarcativa sobre la responsabilidad especial de los operadores del mercado en el Derecho de la competencia para la era digital. Ello se funda en las distintas características particulares de tales mercados que hemos mencionado, como causa de una especie de superdominio al cual deben corresponder

responsabilidades consecuentes (Graef & Van Berlo, 2021, p. 694). En ese camino, considero que para formular soluciones de tipo normativo lo más eficiente y práctico serían las proposiciones marco, con líneas de acción generales que permitan el accionar específico a autoridades expertas. En este sentido entiendo también que el esfuerzo de cooperación y de gasto de recursos en investigación y avances, debería concentrarse a este nivel.

Prevenir los problemas derivados de los jugadores dominantes requiere un enfoque multilateral. Desde una regulación más estricta y transparente hasta la promoción de la competencia y la innovación, todas estas soluciones deben enfocarse en equilibrar el poder entre plataformas, creadores y consumidores. Este proceso no solo protegerá los derechos del autor y la libertad de competencia, sino que también garantizará un ecosistema digital más justo y sostenible.

Finalizo estas reflexiones considerando que la presencia de jugadores dominantes en las plataformas plantea desafíos importantes para la competencia, la innovación y el bienestar de los consumidores. Si bien es innegable estas empresas han contribuido significativamente al desarrollo de la economía digital, es fundamental encontrar un equilibrio entre la protección de la innovación y la garantía de una competencia justa y abierta. La regulación adecuada de los jugadores dominantes - que tampoco los reprima - es esencial para garantizar que los beneficios de la economía digital se distribuyan de manera equitativa y que los consumidores tengan acceso a una amplia variedad de opciones.

## RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

Boyko, D.R. (1998) Antitrust Limits on Exploiting Intellectual Property Rights. **Journal of Civil Rights and Economic Development**. Vol. 13. Disponível em: <https://scholarship.law.stjohns.edu/jcred/vol13/iss2/2/>. Acesso em: 20 out. 2024.

D'Amico A., Gerbrandy, A. (2025) Breaking up the Tech-Giants, for Real? **Kluwer Competition Law Blog**. Disponível em: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2025/01/29/breaking-up-the-tech-giants-for-real/> Acesso em: 20 out. 2024.

Graef, I., Van Berlo, S. (2021) Towards Smarter Regulation in the Areas of Competition, Data Protection and Consumer Law: Why Greater Power Should Come with Greater Responsibility. **European Journal of Risk Regulation**. Vol. 12(3) Doi:10.1017/err.2020.92. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/european-journal-of-risk-regulation/article/towards-smarter-regulation-in-the-areas-of-competition-data-protection-and-consumer-law-why-greater-power-should-come-with-greater-responsibility/8B00EF-C66EA7F599DB9B700B1720ABAD>. Acesso em: 20 out. 2024.

Gibbons, R. (1993) **Un primer curso de teoría de juegos**. Barcelona: Bosch.

Guidi, S. (2023) Before the Gatekeeper Sits the Law. The Digital Markets Act's Regulation of Information Control. **European Papers**. Vol. 8. No 2. Doi: 10.15166/2499-8249/662 Disponível em: <https://www.europeanpapers.eu/en/europeanforum/before-gatekeeper-sits-law>. Acesso em: 20 out. 2024.

Hovenkamp, H. (2021) Antitrust and Platform Monopoly. **Yale Law Journal**. Nº 130 University of Pennsylvania. Institute for Law & Economic Research Paper No. 20. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3639142> <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3639142>. Acesso em: 20 out. 2024.

Huckova, R., Semanová, M. (2023). Various consequences of digital markets act on gatekeepers. **EU and comparative law issues and challenges series ECLIC**. 7. Disponível em: <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/eclic/article/view/27452>. Acesso em: 20 out. 2024.

Iaia, V. (2021) The Remodelled Intersection Between Copyright and Antitrust Law to Straighten the Bargaining Power Asymmetries in the Digital Platform Economy. **International Journal of Law and Information Technology**, Vol. 29. III. <https://ssrn.com/abstract=4533811>

Kerber, W. (2021) Taming Tech Giants with a Per-Se Rules Approach? The Digital Markets Act from the 'Rules vs. Standard' Perspective. *Concurrences* No.3. <https://ssrn.com/abstract=3861706> <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3861706>

Lim, D., Yu, P.K. (2025) The antitrust–copyright interface in the age of generative artificial intelligence. **Emory Law Journal**. Vol. 74. o Texas A&M University School of Law Legal Studies Research Paper No. 24. <https://ssrn.com/abstract=4746385>

Noti-Victor, J., Tang, X. (2024) Antitrust Regulation of Copyright Markets. **Washington University Law Review**. 101 Rev. 851 <https://ssrn.com/abstract=4496870>

OCDE (2022) **Gatekeeper Power in the Digital Economy: An Emerging Concept in EU Law** - Note by Alexandre de Streel. DAF/COMP/WD(2022)57.

Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2022\)57/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2022)57/en/pdf). Acesso em: 20 out. 2024.

OECD (2022), The Evolving Concept of Market Power in the Digital Economy, **OECD Competition Policy Roundtable Background Note**. Disponível em: [www.oecd.org/daf/competition/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy-2022.pdf](https://www.oecd.org/daf/competition/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy-2022.pdf). Acesso em: 20 out. 2024. Acesso em: 20 out. 2024.

Portuese, A, (2022) The Digital Markets Act: **A Triumph of Regulation Over Innovation**. Disponível em: <https://www2.itif.org/2022-digital-markets-act.pdf>  
von Neumann, J., Morgenstern O. (1944) **Theory of Games and Economic Behavior** (60th Anniversary Commemorative Edition) New Jersey: Princeton University Press. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1r2gkx>. Acesso em: 20 out. 2024.

Recebido em 10 de novembro de 2024.

Aprovado em 25 de novembro de 2024..