

La digitalización, en el ojo del huracán geopolítico

Félix Arteaga | Investigador principal, Real Instituto Elcano

En CIBER elcano venimos siguiendo el enfrentamiento geopolítico entre Estados Unidos y China y sus repercusiones en el ámbito digital, así como la creciente tensión entre los gobiernos y las grandes plataformas de servicios. Analizamos en este comentario las últimas manifestaciones del conflicto latente entre compañías y gobiernos. Por un lado, el miedo al crecimiento de las grandes compañías en Estados Unidos ha desatado las primeras reacciones de control legislativas y, por otro, la competencia geopolítica entre China y Estados Unidos sigue fragmentando el mercado digital global.

La confrontación ha abierto un nuevo frente de batalla entre la Administración y las grandes compañías de servicios en los Estados Unidos. Lo que es bueno para las grandes plataformas ya no es tan bueno para los Estados Unidos, especialmente cuando están no paran de acumular poder económico e influencia política y social. En octubre de 2020, el Departamento de Justicia, el Fiscal General y 11 estados presentaron una demanda contra Google por prácticas proteccionistas que le han permitido a su motor de búsqueda dominar el mercado (en torno al 90%) y dañar la competencia y a los consumidores.

Pocos días antes el Subcomité Antimonopolio del Comité de Justicia del Congreso había aprobado un dictamen sobre “La investigación de la competencia en los mercados digitales” desarrollada desde junio de 2019 que coincidía en la misma línea de denuncia, aunque los legisladores republicanos y demócratas discrepan sobre alguna de las recomendaciones de la investigación para prevenir o mitigar el monopolio.

Todavía no se han adoptado decisiones drásticas que presagien el troceamiento de las grandes plataformas de servicios y queda por demostrar que las consecuencias del remedio sean menores que las de la enfermedad. De Amazon critican, sobre todo, que sus productos compiten con ventaja con los de terceros que ofrecen en su plataforma, cuando no se apropian de sus iniciativas. La compra de *start-ups* prometedoras o las prácticas desleales con ellas es otra de las quejas contra Apple, Facebook o Google. Las grandes plataformas reivindican la legalidad de sus actuaciones y justifican sus prácticas por el beneficio que prestan a sus consumidores finales.

Las críticas a las grandes plataformas no eximen a los legisladores de su responsabilidad por haber dejado que sus prácticas derivaran hacia el monopolio sin tomar medidas mientras las veían crecer. Los gobiernos, como demuestra la Comisión Europea, disponen de un poder normativo que deben aplicar en defensa de los

“Todavía no se han adoptado decisiones drásticas que presagien el troceamiento de las grandes plataformas de servicios y queda por demostrar que las consecuencias del remedio sean menores que las de la enfermedad”.

mercados digitales, un poder no utilizado hasta ahora en los Estados Unidos y que acabará abriéndose paso aprovechando el enfrentamiento con las grandes plataformas. La regulación de mercados digitales se mueve entre la globalización y la fragmentación, y cuenta con defensores y detractores. Algo parecido a lo que ocurre con internet y con la información que circula por la red, donde los regímenes autoritarios tratan de segregarse de la red global (*splinternet*) para evitar la interacción de sus ciudadanos con terceros. No obstante, en el caso de los mercados digitales, los reguladores pueden buscar nivelar el campo de juego dentro de sus mercados o dificultar el desarrollo tecnológico de los competidores. Ejemplo del primer caso es de del Mercado Digital Único donde la UE pide a aquellos que deseen acceder a sus ventajas que respeten sus normas y valores, una contraprestación necesaria para preservar su soberanía digital y evitar la colonización digital. Ejemplo del segundo sería el modelo de mercado que propone, Robert K. Knoke, del Council on Foreign Relations, donde se crearía un mercado de comercio digital alternativo al chino en el que participarían aquellos reguladores que compartieran los intereses y normas de Estados Unidos y que utiliza el comercio digital como un arma de confrontación geopolítica contra China.

Según se persiga la cooperación o la confrontación, la regulación de los mercados digitales puede convertirse en un instrumento de armonización, con las consiguientes economías de escala y ventajas para los miembros de cada mercado, pero también puede derivar en un enfrentamiento abierto entre mercados. En el caso del Mercado Digital Único, la autonomía estratégica digital de la UE no se construye contra empresas o gobiernos determinados, por lo que es factible la formación de alianzas estratégicas con terceros.

Sin embargo, la fragmentación de los mercados digitales a propósito de las redes de quinta generación 5G muestra algunos ejemplos de lo que puede estar por venir si los mercados se crean contra terceros. Supongamos que Estados Unidos crea el mercado digital que propone Knoke y que una compañía como la china TikTok trata de acceder a ese mercado aceptando sus normas y valores. Si la finalidad de la creación es la de armonizar la competencia interna, la compañía china podría operar en ese mercado, pero si lo que se busca con su creación es prevenir o retrasar

la competencia tecnológica de China o de una compañía extranjera, Tiktok no entraría nunca en ese mercado. La Administración Trump está decidida a prohibir la venta de la *app* de Tiktok en los Estados Unidos, a pesar de que la aplicación no representa un riesgo para las infraestructuras crítica y sus datos no se guardan en China sino en territorio americano donde residen sus gestores. Su compra por empresas estadounidenses –ByteDance, propietaria de TikTok negocia su venta a Walmart y Oracle– podría facilitar la permanencia en el mercado digital estadounidense pero entonces, China podría denegar a ByteDance su licencia para exportar tecnología.

“No se trata de evitar que las compañías accedan a posiciones dominantes en el mercado digital sino de que China o Estados Unidos dominen el comercio, la tecnología o la economía mundial”.

La fragmentación del mercado digital global no parece encaminarse hacia donde quiere la UE, a crear espacios compartidos de cooperación donde todos los participantes ganen, sino hacia mercados excluyentes que se utilizan en la confrontación geopolítica

entre China y Estados Unidos. Se vetan las operaciones de compañías rivales, se controlan las exportaciones de tecnología, se aplican sanciones o se prohíbe el uso de software rival (TikTok, Wechat, Facebook, Google, Youtube o Twitter). No se trata de evitar que las compañías accedan a posiciones dominantes en el mercado digital sino de que China o Estados Unidos dominen el comercio, la tecnología o la economía mundial.

En esta confrontación geopolítica encubierta por la creación de mercados digitales no hay prisioneros ni neutrales. ByteDance y muchas otras compañías y gobiernos tendrá que elegir entre un bando u otro, reduciendo sus expectativas de globalización y abandonando cualquier esperanza de autonomía (tendrán que elegir entre querer a papá o a mamá). No sólo tendrán que demostrar que no militan en el bando contrario, sino que pueden ser tan beligerantes con el bando rival como lo es el líder (quien no está conmigo está contra mí). Como ha descubierto [el gobierno británico](#), no basta con excluir a Huawei del núcleo duro de las redes 5G, porque la presión de Estados Unidos le ha obligado a prohibir la adquisición de equipos ya prohibidos a partir del 31 de diciembre de 2020 y a retirar cualquier equipo instalado en las redes 5G a finales de 2027. Se ha visto obligado porque las sanciones impuestas a Huawei [impedían al Centro Nacional de Ciberseguridad \(CNCS\) del Reino Unido](#) verificar los riesgos de seguridad que presentaban los componentes de Huawei para sus redes 5G. El huracán geopolítico necesita alimentarse, aunque sea a costa de fragmentar el mercado digital.