

# Juicio contra Google en EE.UU. podría cambiar el mercado de publicidad

**El Departamento** de Justicia de del país del norte lidera la demanda, acusando a Google de crear otro monopolio anticompetitivo en la web.

**Barbora Jedlickova (The Conversation)\***

Un mes después de que un tribunal estadounidense dictaminara que Google había mantenido ilegalmente su monopolio en las búsquedas en Internet, el gigante tecnológico afrontará esta semana el inicio de otro importante caso antimonopolio.

Este nuevo caso se centra en el negocio de publicidad online de Google, que el año pasado generó más de 200.000 millones de dólares. El Departamento de Justicia de Estados Unidos, junto con 17 estados, afirma que la empresa matriz de Google, Alphabet, ha monopolizado múltiples productos de tecnología publicitaria digital neutralizando o eliminando a sus competidores. El departamento afirma que esto "ha causado un gran daño a los editores y anunciantes online y a los consumidores estadounidenses".

## Demanda

Google ha negado esta afirmación. En una declaración publicada cuando se presentó la demanda a finales del año pasado, afirmó: "Nadie está obligado a utilizar nuestras tecnologías publicitarias: eligen usarlas porque son efectivas".

En la última década, la Unión Europea ha demostrado con éxito en varios casos que las plataformas digitales, entre ellas Google, han actuado de forma anticompetitiva. Este caso demuestra además que Estados Unidos también está más dispuesto a enfrentarse a Google y a otros gigantes tecnológicos. Y, dependiendo de lo que suceda en el transcurso del juicio, podría tener enormes ramificaciones para las grandes tecnológicas y, por extensión, para todo Internet.

## ¿De qué trata este caso?

Como el juicio apenas comienza, muchos aspectos del caso aún no se conocen.

Sin embargo, a partir de documentos judiciales que ya se han hecho públicos, sabemos que el Departamento de Justicia de Estados Unidos acusa a Google de crear un monopolio anticompetitivo en los mercados de publicidad en línea. Dice que el gigante tecnológico lo ha hecho mediante prácticas de larga data, como la adquisición de competidores y la obligación de los editores de sitios web de adoptar las herramientas de Google.

Estas prácticas han llevado a la integración vertical total de Google en la industria de la publicidad en línea. Google ha estado actuando efectivamente como "comprador, vendedor y subastador de publicidad gráfica digital".



► Este nuevo caso se centra en el negocio de publicidad online de Google.

El fiscal general adjunto Jonathan Kanter dice que esto ha tenido, y sigue teniendo, el efecto de expulsar a los rivales, disminuyendo la competencia, inflando los costos de publicidad, reduciendo los ingresos de los editores de noticias y los creadores de contenido, acabando con la innovación y perjudicando el intercambio de información e ideas en la esfera pública.

El éxito del Departamento de Justicia dependerá de que demuestre sus afirmaciones sobre la naturaleza de los mercados de publicidad en línea y el importante poder de Google sobre ellos.

La parte más difícil para los fiscales será vencer al tribunal de que Google ha monopolizado estos mercados al excluir ilegalmente a sus rivales de la competencia.

## Estados Unidos y la UE

Históricamente, la Unión Europea ha sido líder a la hora de emprender la lucha legal contra las grandes empresas tecnológicas.

Hace más de 20 años, la Comisión Europea persiguió con éxito a Microsoft por violar la ley de competencia. A esto le siguieron otros casos exitosos de leyes anticompetitivas. Por

ejemplo, en 2017, la comisión multó a Google con más de 2.400 millones de euros por abusar de su posición dominante como motor de búsqueda.

Ahora parece que Estados Unidos finalmente se está poniendo al día con lo que ha estado sucediendo al otro lado del Atlántico. El mes pasado, el Tribunal de Distrito de Estados Unidos dictaminó que Google tenía un monopolio ilegal en las búsquedas en línea.

Se trata de la primera vez que los fiscales estadounidenses han iniciado con éxito un proceso anticompetitivo contra una plataforma digital como Google. Sin embargo, el caso aún no ha concluido: Google está planeando presentar una apelación.

Pero estos dos casos contra Google no son los únicos que las autoridades estadounidenses están siguiendo contra las grandes tecnológicas.

Recientemente, el Departamento de Justicia de EE. UU. y la Comisión Federal de Comercio han presentado otras demandas contra Apple, Amazon y Meta.

## Un avance importante

El caso "ad tech" contra Google y otros ca-

sos contra grandes plataformas digitales son extremadamente importantes para el desarrollo futuro de la legislación antimonopolio estadounidense en la economía digital.

De ellos dependerá si se recuperará la competitividad en los mercados digitales o si la monopolización seguirá floreciendo. En cualquier caso, esto tendrá importantes implicaciones para la innovación, el desarrollo tecnológico y los precios.

Si este nuevo proceso contra Google tiene éxito, los mercados de publicidad digital serán más competitivos. Google tendrá que cambiar su negocio de publicidad, que ya lleva mucho tiempo en activo, lo que a su vez implicará una revisión del modo en que se compran y venden anuncios en Internet.

Sin embargo, en términos más generales, una victoria de los fiscales puede hacer que las grandes empresas tecnológicas como Google piensen más seriamente en respetar la competencia. ●

\*Barbora Jedlickova, profesora titular de la Facultad de Derecho de la Universidad de Queensland