



► Bajo el nuevo reglamento será obligatorio dar al usuario la opción de usar tiendas de apps alternativas a Google Play, Microsoft Store o App Store.

Europa crea ley para detener abusos de gigantes digitales

El nuevo reglamento en la Unión Europea está principalmente dirigido a las grandes tecnológicas como Google, Facebook y Amazon. ¿Cómo podría afectar a Chile? ¿Se podría establecer este tipo de normas en el país?

Cristina Pérez

El martes 1 de noviembre entró en vigor en la Unión Europea (UE) la Ley de Mercados Digitales (DMA por sus siglas en inglés), cuyo objetivo es poner fin a las prácticas desleales de las empresas que actúan como los llamados "guardianes" digitales.

La UE espera que este nuevo reglamento, ayude a las empresas emergentes a innovar y competir con las grandes tecnológicas, y que ofrezca a los consumidores más opciones.

La DMA establece una serie de obligaciones a las empresas o plataformas tecnológicas que funcionen como gatekeepers o "guardianes de acceso" al mercado digital, como las llamadas GAFAM (Google, Amazon, Facebook/Meta, Apple, Microsoft), y cuyo valor en la bolsa supere los 75.000 millones de euros, facturen al menos 7.500 millones de euros al año y cuenten con al menos 45 millones de usuarios mensuales en la UE.

La normativa busca que las compañías

que califiquen como "guardianes de acceso", no limiten la competencia de empresas más pequeñas -al favorecer sus propios productos, por ejemplo- y que se garantice un mercado digital abierto y equitativo.

Esto significa, por ejemplo, que las grandes compañías que cuentan con sistemas operativos propios como Apple, Google y Microsoft no podrán impedir que los usuarios desinstalen las aplicaciones precargadas en sus plataformas para usar servicios de terceros.

Esto incluye las tiendas de aplicaciones, pues será obligatorio dar al usuario la opción de usar tiendas de apps alternativas a Google Play, Microsoft Store o App Store. Lo mismo sucederá con los métodos de pago, pues los "guardianes" no tendrán permitido forzar a usuarios y desarrolladores a usar su método de pagos y quedarse con una buena parte de los ingresos generados.

Pedro Huichalaf, docente del Centro de Investigación en Ciberseguridad de la Universidad Mayor, y exsubsecretario de Tele-

comunicaciones, explica que este nuevo reglamento identifica a los grandes prestadores de servicios intermedios, como son sitios web, comercio electrónico, redes sociales, juegos en línea, sistema archivo de la nube, etc., lo que "es gran un avance".

También, busca que la UE tenga el control sobre el comercio, la información, la desinformación y actividad ilícita que pueda existir y la protección de derechos digitales de las personas.

Además, establece que las grandes plataformas respondan por los actos, es decir, establezcan un control, tengan moderadores, tengan mayor protección de contenido y de datos personales y sensibles, "sobre todo cuando son menores de edad, esto es lo relevante de este reglamento de servicios digitales y del ecosistema digital" señala Huichalaf.

1. ¿En qué consiste la DMA?

Juan Carlos Lara, director ejecutivo de la ONG Derechos Digitales, explica que la ley

de Mercados Digitales es parte de un paquete que venía junto con la Ley de Servicios Digitales dentro de la UE, con "el propósito de asegurar mejores condiciones para los intercambios de información, para los mercados que tienen componentes digitales dentro de la Unión".

En el caso específico de la DMA, el propósito es asegurar que las compañías que operan en el mercado con componentes de Internet dentro de la UE cumplan con ciertas obligaciones que aseguren que no tengan un poder desmedido.

De no respetarse estas medidas, la Comisión Europea (organismo encargado de proponer nuevas leyes y políticas de la UE, supervisa su aplicación) podrá multar a las empresas con hasta un 10% de su facturación anual y un 20% en caso de reincidencia.

Un reglamento que también está innovando e incorporando la regulación a la UE, esto significa que los países de la que ya te-

nían una regulación de comercio electrónico "hoy día tienen una cuota adicional donde se establecen nuevas incorporaciones".

2. ¿Qué establece?

Dentro de las normativas, establece una categoría nueva, que son las plataformas digitales y las identifican las dominantes, es decir, hacen una diferenciación entre plataformas gigante y las más pequeñas.

Asimismo, instaura nuevas lógicas de regulación, por ejemplo, responsabilidades con la desinformación, o sea, "ciertos grados de responsabilidad de estas plataformas con las actividades de los usuarios, sobre todo cuando lo utilizan para efectos de desinformar" señala Huichalaf.

Otro punto, hace relación con el principio de que ya no son responsables por las actividades de los usuarios, a menos que sean notificados.

Por regla general, siempre la responsabilidad es individual, sin embargo, lo que ha dicho la UE es que estas plataformas que gestionan información, "ahora asumen una responsabilidad en el sentido de que van a ser responsables por las actividades de los usuarios si es que cometen algún acto ilícito y al mismo tiempo son notificados estas empresas", añade el docente de U. Mayor.

De esta forma, se establece que exista más fiscalización sobre estos contenidos, por tanto, en algún grado las compañías podrían ser responsables.

3. ¿Tiene consecuencias para Chile?

"La ley tiene más bien consecuencias indirectas", señala el director ejecutivo de Derechos Digitales. Porque es una ley que estaba pensada precisamente para la Unión o al menos para el Espacio Económico Europeo.

Eso no implica que las empresas no tengan que cambiar su forma de operar, "y ese cambio de forma de operar puede potencialmente impactar a otras regiones, eso pueden hacerlo de forma indirecta al obligar a las empresas a cumplir con un estándar distinto y hacerlas cumplir con ese estándar o más bien modificar su conducta a nivel global, lo que podría ocurrir" añade Lara.

Pero por otra parte, lo que podría tener algún impacto es que en los negocios que hacen las empresas que pueden tener una llegada con la Unión Europea, en la medida en que si una empresa chilena quiere tener algún servicio en la Unión Europea, esta deba cumplir con una serie de condiciones.

En el caso de Chile, lo que sí puede tener impacto es que el país ve "hacia dónde va a regulación digital a nivel mundial y los estándares de países desarrollados" comenta Huichalaf.

4. ¿En Chile sería posible implementar una Ley como la DMA?

La diputada, Gael Yeomans (CS), parte de la Comisión de Futuro, Ciencias, Tecnología, Conocimiento e Innovación, señala que "es



► La ley también instaura nuevas lógicas de responsabilidad con la desinformación.

posible y deseable".

Cabe recordar que en abril de este año la Corte Suprema envió un informe sobre el proyecto de ley presentado por el Senado que regula las plataformas digitales. Sin embargo, actualmente en la Unión Europea existe la posibilidad de redactar una ley sobre esta materia para toda la zona europea, "que incluye a 27 países con al menos 3 economías que están en el G20, opción que no tenemos en nuestra región" añade la diputada.

Un buen ejemplo de esta situación, es la determinación del punto de contacto local de la plataforma y el representante legal, "pues una de las dificultades que suponen estos espacios de interacción es la ausencia de información sobre las personas físicas que representan las plataformas, para que los usuarios ejerzan sus derechos y los reguladores y administración de justicia se vinculen válidamente ante ellas" comenta la parlamentaria.

En el caso de la UE las grandes compañías tecnológicas (Google, Amazon, Meta, Spo-

tify, Uber, etc) tienen centros de operaciones en algunos de los países de la Unión. "En ese sentido, como primer paso podríamos exigir que cualquier proveedor de servicios digitales tenga un representante legal en el país, ello podría tener un efecto limitado, pero necesario. El paso siguiente es desarrollar políticas regionales, para tener capacidades similares a la UE de legislaciones que puedan ser efectivas frente a las grandes compañías tecnológicas" añade Yeomans.

Juan Carlos Lara, comenta que establecer una ley así en el país, "depende mucho de la voluntad política, pero también depende mucho de la capacidad de forzar la observancia, de hacer cumplir las leyes".

Una de las ventajas que tiene la UE es que actúa como un gran mercado, y al actuar como grandes mercados, "al aprovechar la unión de varios países, al aprovechar las capacidades internas de observancia dentro de cada país, lo que hace es potenciar un sistema unificado" agrega Lara.

Por ahora, lo que existe en Chile es el reglamento de comercio electrónico del 5 de Octubre del 2020 firmado por el ex presidente Piñera, en el cual, si bien se reglamentan ciertos elementos, están en relación con la ley del consumidor, por lo cual tiene falencias respecto a las grandes compañías tecnológicas que aún deben definirse.

5. ¿Cuándo entrará en vigor la DMA?

Con su entrada en vigor, la DMA pasará a su fase de implementación crucial y comenzará a aplicarse en seis meses, es decir, a partir del 2 de mayo de 2023.

Luego de esa fecha, y a más tardar el 3 de julio de 2023, los posibles "guardianes" deberán notificar sus servicios de plataforma principal a la Comisión si cumplen los umbrales establecidos por la DMA.

Una vez que la Comisión haya recibido la notificación completa, tendrán 45 días hábiles para evaluar si la empresa en cuestión cumple los umbrales y designarla como guardianes (para la última presentación posible, esto sería antes del 6 de septiembre de 2023). Tras su designación, los guardianes tendrán seis meses para cumplir con los requisitos de la DMA, a más tardar el 6 de marzo de 2024.

6. Ley de Servicios Digitales

Mientras la DMA ya entró en vigor, la UE también prepara la entrada de la Ley de Servicios Digitales (DSA, por sus siglas en inglés), la cual aún no ha sido publicada oficialmente.

Si bien la DMA va dirigida a los gatekeepers, la DSA se enfoca más en las plataformas de redes sociales y ecommerce, con medidas relativas a la moderación de contenidos y publicidad, la transparencia de los algoritmos y la trazabilidad de la seguridad de los productos que se comercialicen online.

7. ¿Qué normativa sería más urgente legislar en Chile, una como la DSA o DMA?

La diputada, Gael Yeomans, comenta que "si bien ambas medidas parecen pertinentes, dado nuestro contexto actual resulta más urgente legislar una norma como DSA. Ello por el impacto que la publicidad y su contenido tiene en las personas".

"Por una parte, vemos cómo puede potenciar ciertas conductas de complejidad como la violencia, o fomentar y estimular ciertas patologías alimentarias con la promoción de ciertos tipos de cuerpos que reproducen ciertos estereotipos y que abogan por una delgadez extrema o patologizante", explica la parlamentaria.

"Dentro de las redes sociales, y disfrazado de publicidad, podemos encontrar diversos contenidos indeseables que van desde una falta de seguridad para la salud o integridad hasta el enaltecimiento de patrones o conductas antidemocráticas. Por lo que es un tema que es necesario regular, a fin de que todas y todos, podamos disfrutar de un internet más seguro y amigable" concluye Yeomans. ●