

# Argumentos jurídicos: demanda de canales de televisión chilenos en contra de Google

Mayo 2026

Los canales de televisión asociados en Anatel, Canal 13, TVN, Mega, Chilevisión, TV+ y La Red, han informado de la presentación de una demanda ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) en contra de Google, acusando a la compañía de abuso de posición dominante en los mercados derivados de los motores de búsqueda y los que forman la industria de publicidad digital.

A continuación compartimos con la opinión pública los argumentos jurídicos que sustentan las demandas:

## 1. Contexto general: ¿Por qué este caso importa para Chile?

La demanda presentada por los canales de la Asociación Nacional de Televisión (Anatel) ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) acusa a Google de desarrollar conductas sistemáticas y deliberadas que afectan la competencia en los mercados digitales y ponen en riesgo la sostenibilidad económica de los medios de comunicación.

Estas conductas, además, han sido investigadas y sancionadas en países como EE. UU., Francia, Turquía, Canadá y Australia.

Este caso no solo concierne a los canales de Anatel. Tiene implicancias estructurales para el ecosistema informativo chileno, porque:

- Los motores de búsqueda y la publicidad digital son hoy la infraestructura fundamental mediante la cual los chilenos acceden a noticias.
- Los medios dependen crecientemente del tráfico web y de la venta de publicidad digital para sostener su operación.
- Google controla simultáneamente los canales de acceso a audiencia y los mercados de monetización, creando un desequilibrio que afecta al pluralismo informativo, la inversión periodística y el desarrollo de medios regionales y nacionales.

En palabras simples: un solo agente define quién ve qué contenido y a qué precio los medios pueden financiarse. Esto tiene consecuencias económicas, sociales y democráticas.

## 2. Eje central del caso: Google como “intermediario inevitable”.

En Chile, Google concentra desde hace más de 10 años más del 95% del mercado de motores de búsqueda, lo que lo convierte en un actor sin sustitutos reales. Para un medio de comunicación:

- No aparecer en Google significa perder entre 20% y 40% de su audiencia total.
- No usar las herramientas publicitarias de Google implica quedar fuera del mercado de avisaje digital.
- No estar en YouTube equivale a renunciar al principal canal de distribución de video en internet.

Esta dependencia estructural es el punto de partida: cuando un actor es imposible de sustituir, puede imponer condiciones sin riesgo competitivo. La demanda sostiene que Google efectivamente ha usado ese poder para beneficio propio y en perjuicio directo de los medios.

En un entorno competitivo, los distintos motores de búsqueda se verían obligados a ofrecer condiciones atractivas a los medios a cambio de que éstos les permitan “indexarlos”. Esto se debe a que los motores de búsqueda no podrían funcionar si no fueran capaces de dirigir a los usuarios a sitios de buena reputación. Pero, dado que Google es el único, puede imponer condiciones unilateralmente, en perjuicio de los medios.

### **3. Primer conjunto de conductas: uso del contenido de los medios sin compensación adecuada.**

#### **3.1. ¿Cuál es el problema?**

Google ya no funciona solo como un buscador que deriva tráfico. En la última década, ha rediseñado su página de resultados (SERP) para mostrar contenido directamente allí, sin necesidad de que el usuario visite el sitio del medio.

Ejemplos:

- Fragmentos destacados: Google copia el “lead” de una noticia y lo muestra directamente.
- Paneles de conocimiento: Resumen de información clave sin derivar tráfico.
- “People Also Ask”: Responde preguntas usando contenido de los medios.
- Resumen con IA (“AI Overviews”): Sintetiza contenido periodístico evitando el clic al sitio fuente.

Aunque estas funciones mejoran la experiencia del usuario, Google debería compensar adecuadamente a los medios cuyo contenido se expone en la página de resultados, dado que ellos producen tal contenido y, al exhibirse de este modo, pierden audiencias.

En la práctica, Google utiliza contenido producido por los medios para mantener a los usuarios dentro de Google, donde monetiza con publicidad propia.

#### **3.2. ¿Por qué es anticompetitivo?**

Porque el modelo de financiamiento del periodismo depende críticamente del tráfico que llega al sitio del medio, donde se exhibe publicidad.

Cuando Google (i) copia contenido; (ii) responde las consultas directamente en su web; y (iii) prioriza videos de YouTube por sobre los del propio medio,

está usando contenido periodístico sin pagar por él, mientras reduce la capacidad del medio de monetizar su trabajo.

La demanda señala que:

- Google se apropia del valor del contenido, sin asumir los costos de producción periodística.
- Los medios pierden audiencia, lo que reduce tasas de publicidad y, con ello, su sostenibilidad.
- Se refuerza la dependencia del medio respecto de Google y, especialmente, de YouTube.

#### **4. Segundo conjunto de conductas: abuso en el mercado de publicidad digital (AdTech)**

La industria de publicidad digital funciona a través de tecnologías que conectan a anunciantes con espacios publicitarios.

Google controla todos los eslabones de esa cadena:

1. Ad Server (Google Ad Manager): herramienta que determina qué anuncio se muestra.
2. Ad Exchange (AdX): mercado donde se subastan espacios publicitarios.
3. Demand-Side Platforms (Google Ads, DV360): herramientas que los anunciantes usan para comprar avisaje.
4. Adicionalmente, Google cuenta con un inventario propio de espacios publicitarios, especialmente en YouTube y la SERP de Google, "espacios" que puede vender sin tener que compartir sus ganancias con medios u otros publicadores web.

##### **4.1. Por qué esto es problemático.**

Cuando un solo actor controla todos los pasos de una transacción, puede:

- Favorecer sus propias pujas publicitarias.
- Cobrar comisiones opacas a medios y anunciantes.
- Restringir la interoperabilidad con competidores.
- Impedir que otros actores ingresen al mercado.

La demanda de los canales de Anatel explica cómo Google ha usado su integración vertical para:

- Reducir los ingresos que reciben los medios por cada impresión publicitaria.
- Diseñar subastas que favorecen su propio inventario.
- Limitar alternativas tecnológicas para los medios (por ejemplo, dificultar la conexión con otras SSP/ad exchanges).

El resultado es que los medios terminan dependiendo de Google para vender su inventario y, a la vez, ganando menos por él.

Es usual comparar el funcionamiento de la cadena Ad Tech a la compraventa de activos financieros en bolsa. En esa analogía, Google estaría usando los roles de comprador, corredor, mercado mismo y vendedor, todo lo cual se ha regulado con gran detalle en todos los mercados financieros de relevancia internacional.

## 5. Consecuencias para Chile.

### 5.1. Económicas

- Reducción de ingresos para medios nacionales y regionales.
- Dificultad para financiar periodismo de calidad.
- Menor inversión en investigación, corresponsales y producción audiovisual.

### 5.2. Sociales y democráticas

- Menos pluralismo informativo y concentración de canales de distribución.
- Mayor dependencia de plataformas extranjeras para informar a la población.
- Riesgo de “apagón informativo” en regiones y zonas vulnerables.
- Pérdida de autonomía estratégica del Estado respecto de información pública.

### 5.3. Competencia

- Barreras de entrada casi insuperables para actores locales en publicidad digital.
- Competencia desleal entre Google (que usa contenido gratis) y los propios medios que lo producen.
- Falta de neutralidad tecnológica en los mercados digitales chilenos.

## 6. ¿Qué solicitan los canales de Anatel al TDLC?

La demanda busca que el Tribunal:

1. Declare la existencia de abuso de posición dominante en motores de búsqueda y tecnologías publicitarias.
2. Ordene el cese de conductas exclusorias y explotativas, tanto en el uso de contenido periodístico como en las herramientas AdTech.
3. Imponga medidas correctivas estructurales y conductuales, tales como:
  - Prohibición de privilegiar inventario propio,
  - Mayor transparencia en subastas,
  - Interoperabilidad con servicios de terceros,
  - Compensación o reglas claras respecto del uso de contenido noticioso.
4. Restablezca condiciones competitivas que permitan la supervivencia de los medios en el ecosistema digital.

## 7. ¿Qué se espera conseguir con esta demanda?

Independientemente del resultado específico del juicio que se inicie ante el H. TDLC, esta demanda pondrá en conocimiento de las autoridades pertinentes las conductas desarrolladas en mercados digitales altamente concentrados. Por estas conductas, Google ha sido investigada en distintas jurisdicciones y hoy no se encuentran sujetas a regulación alguna.



En este mismo sentido, la demanda:

- Busca proteger la competencia, a los actores nacionales y a los consumidores, evitando que prácticas unilaterales de grandes plataformas tecnológicas terminen debilitando a los medios chilenos y afectando la diversidad y calidad del ecosistema informativo nacional.
- Busca reafirmar que la relación entre medios y plataformas digitales debe ser una equilibrada, propia de socios que generan valor, en la que los medios sean debidamente retribuidos por el contenido que producen, y no una relación de dependencia unilateral.
- Además, contribuye a sentar criterios y estándares para el *enforcement* futuro en mercados digitales, dejando en claro que el tamaño global de una plataforma no implicará impunidad frente a las reglas de libre competencia chilenas.