



II Taller internacional en Derecho de la Competencia para periodistas y comunicadores

Informe de relatoría

Recuperación Económica

*Santo Domingo, República Dominicana
27 de junio de 2025
SP/II TIDCPC/IF-25*

Copyright © SELA, junio de 2025. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

C O N T E N I D O

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	DESARROLLO DEL TALLER	3
	a) Los medios como garantes de mercados transparentes	3
	b) Comunicar para prevenir: transparencia y detección temprana	3
	c) El desafío digital: nuevos formatos, una misma responsabilidad	4
	d) Organismos internacionales: aliados estratégicos	4
III.	RECOMENDACIONES	4

I. INTRODUCCIÓN

El [II Taller Internacional en Derecho de la Competencia para Periodistas y Comunicadores](#), llevado a cabo el 27 de junio de 2025, se consolidó como un espacio clave para reforzar la comprensión del rol de los medios de comunicación en la promoción de mercados sanos, competitivos y libres de prácticas anticompetitivas. Organizado por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PRO-COMPETENCIA) de la República Dominicana, con el apoyo del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el taller reunió a periodistas, comunicadores institucionales y expertos internacionales en un diálogo constructivo orientado a fortalecer las capacidades comunicacionales sobre política de competencia.

Participaron en este evento, periodistas de medios de comunicación, encargados de comunicación de las diversas instituciones públicas y otros profesionales de la comunicación con responsabilidades en la cobertura y difusión de información de interés público, así como comunicadores y especialistas, en general, quienes tuvieron la oportunidad de adquirir herramientas y conocimientos para la correcta divulgación de los principios de la libre competencia, su marco legal y su impacto económico-social.

II. DESARROLLO DEL TALLER

a) Los medios como garantes de mercados transparentes

A lo largo de las sesiones de trabajo, se resaltó con claridad que los medios de comunicación no solo cumplen una función informativa, sino que desempeñan un rol estructural en el funcionamiento adecuado de los mercados. La cobertura responsable y fundamentada en torno a casos de abuso de posición de dominio, colusión o manipulación del mercado contribuye directamente a disuadir conductas anticompetitivas y fortalecer la transparencia económica.

En este sentido, los medios actúan como puentes entre las autoridades de competencia y la ciudadanía, ayudando a traducir conceptos técnicos a un lenguaje accesible y útil para el consumidor final. Una prensa bien informada tiene el poder de exponer distorsiones en sectores estratégicos, fomentar la rendición de cuentas e impulsar la vigilancia social sobre el comportamiento empresarial.

b) Comunicar para prevenir: transparencia y detección temprana

El taller evidenció que una comunicación estratégica bien diseñada puede prevenir crisis reputacionales, apoyar reformas regulatorias y alertar sobre riesgos de colusión y concentración. La interacción entre periodistas y autoridades de competencia, cuando se basa en la confianza y el profesionalismo, permite visibilizar las señales de alerta antes de que se consoliden distorsiones nocivas en los mercados.

Desde este enfoque, se abordaron prácticas de colusión en compras públicas, casos de abuso de poder corporativo y la necesidad de profundizar el periodismo económico con perspectiva crítica, técnica y ética.

4

c) El desafío digital: nuevos formatos, una misma responsabilidad

Con la creciente digitalización de la información y la fragmentación de audiencias, los medios enfrentan el reto de adaptarse a nuevos lenguajes, plataformas y algoritmos, sin perder rigurosidad ni responsabilidad social. Los participantes coincidieron en que la inmediatez no puede sustituir la veracidad y que el periodismo en formato digital debe mantener su compromiso con la integridad informativa, especialmente, al tratar temas de alta sensibilidad como la defensa de la competencia.

Además, se subrayó el valor de los formatos transmedia¹, podcasts, periodismo de datos e inteligencia artificial como herramientas que pueden ser aliadas en la lucha contra las prácticas anticompetitivas, siempre que se utilicen con criterio y preparación técnica.

d) Organismos internacionales: aliados estratégicos

A lo largo del encuentro, fue recurrente el reconocimiento a la labor de organismos internacionales como el SELA y la OCDE, que no solo han promovido la cooperación regional en materia de competencia, sino que han ofrecido espacios de formación, análisis comparado y generación de capacidades para periodistas y funcionarios públicos. Se destacó que la contribución de ambos entes ha sido fundamental para fomentar una cultura de competencia con dimensión pedagógica y cívica, acercando a la ciudadanía temas que antes eran considerados estrictamente técnicos o reservados al ámbito jurídico-económico.

El SELA, en particular, ha jugado un papel protagónico como articulador regional, promoviendo foros de alto nivel, talleres especializados y redes de colaboración entre países para fortalecer marcos institucionales que aseguren el buen funcionamiento de los mercados en América Latina y el Caribe.

III. RECOMENDACIONES

Los especialistas concluyeron que la libre competencia no puede sostenerse sin información libre, veraz y oportuna. Asimismo, reafirmaron el compromiso del SELA y de la OCDE de continuar apoyando este tipo de iniciativas entendiendo que el fortalecimiento institucional pasa también por el fortalecimiento comunicacional. A tal efecto, hicieron las siguientes recomendaciones:

- 1) Continuar promoviendo la formación de periodistas especializados;
- 2) Fomentar la cooperación entre agencias de competencia y medios de comunicación y,
- 3) Fortalecer marcos normativos que favorezcan tanto la transparencia empresarial como la libertad de expresión responsable.

¹ Los formatos transmedia se refieren a los diferentes medios y plataformas utilizados para contar una historia de manera expandida y coherente, donde cada formato aporta una pieza única al universo narrativo. Estos formatos pueden ser tanto *online* como *offline* y buscan involucrar al público de manera activa en la experiencia.