

Desafíos para la diversidad y el pluralismo en Internet

João Brant, investigador asociado de OBSERVACOM

Introducción

Por más de un siglo, las democracias occidentales se han inclinado a la tarea de garantizar el pluralismo y diversidad en sus ambientes de comunicación. La premisa que siempre ha guiado estos esfuerzos es que la libertad de expresión y el acceso a la información diversa, plural y fiable son pilares de la democracia.

El establecimiento de reglas públicas fue comprendido como necesario porque el mercado, por sus propios medios, no garantiza pluralismo y diversidad. Esta premisa guió la adopción de diversos sistemas de medios de comunicación públicos o de mecanismos de regulación sectorial, que ha sido parte del desarrollo de países de la América del Norte, Europa y América Latina.

El surgimiento de las operaciones comerciales de Internet en 1994 inauguró un nuevo ambiente de intercambio de información y comunicación, y de acceso a bienes servicios culturales. Por años, el desarrollo de sitios web, blogs y ambientes de deliberación pública ampliaron y descentralizaron las fuentes de información y los espacios de expresión de los ciudadanos.

A partir del fin de la década de 2000, el crecimiento de las plataformas de redes sociales generó un movimiento de doble sentido: por un lado, fueron fortalecidos ambientes comunes que acercaron personas y ampliaron las posibilidades de expresión. Por otro, pocas empresas pasaron a definir las reglas del flujo de información y del debate público en línea, en un proceso de re-centralización de las comunicaciones.

En los últimos diez años, este proceso estuvo marcado por dos características centrales. La primera es que estas empresas intermediarias desarrollaron un modelo de negocio basado en la recolección y uso de datos personales de los usuarios, lo que amplió su atractivo para los que invierten en publicidad en la red. La segunda, relacionada a la primera, es que se amplió la personalización y segmentación en la red, especialmente por el uso de algoritmos e inteligencia artificial.

Estas dos características tuvieron como consecuencia un uso más intensivo de las redes sociales, que pasaron a concentrar tráfico y tiempo de atención de los usuarios. Medidas técnicas fueron adoptadas para garantizar que el usuario pase cada vez más tiempo en las plataformas y para que tenga mayor participación e involucramiento. La consolidación de la economía de la atención ha cambiado también el modelo de acceso a la información, que pasó a ser guiado más por indicación personal y social (likes y otros) que por criterios editoriales periodísticos¹.

En ese escenario, los intermediarios pasaron a ser los nuevos *gatekeepers* en Internet, incluso para el acceso a las noticias. Eso los ha transformado tanto en facilitadores de la libertad de expresión como en posibles amenazas para este derecho, ya que su proceso de moderación de contenidos (por

¹ De acuerdo con Digital News Report 2020, “el acceso a las noticias sigue estando más distribuido. En todos los países, poco más de una cuarta parte (28%) prefiere comenzar sus viajes de noticias con un sitio web o una aplicación. Las personas de 18 a 24 años (la llamada Generación Z) tienen una conexión aún más débil con los sitios web y las aplicaciones y tienen más del doble de probabilidades de preferir acceder a las noticias a través de las redes sociales”.

arquitectura y por normas de comunidad) tiene fuerte incidencia en la diversidad y el pluralismo de informaciones y opiniones a las que los usuarios tienen acceso.

Esto vale no solamente para las redes sociales, como Facebook, sino también para motores de búsqueda como Google Search, y plataformas de intercambio como YouTube. En alguna medida, aplicativos de mensajería, aunque no guiados por algoritmos e inteligencia artificial, también traen cuestiones para el debate de pluralismo y diversidad, cuando la viralización masiva de mensajes los transforma en ambiente de debate público.

Al mismo tiempo, hay un cambio gradual del consumo de medios. Peña (2020) agrega datos de diferentes encuestas de Subtel y Universidad de Oxford para evaluar el crecimiento del acceso a información a través de redes sociales y las fuentes de acceso a noticias en ellas. En su informe sobre Chile, el Digital News Report 2020 muestra que el acceso a noticias por las redes sociales (73%) supera por la primera vez el acceso por la televisión (66%). Si las fuentes online son tomadas en general, el número alcanza 86%.

Entre las redes sociales, tres servicios controlados por Facebook (Facebook, WhatsApp e Instagram) lideran las estadísticas de acceso a noticias en Internet.

Tabla 1 - Uso de aplicativos para noticias y para cualquier propósito
Sobre el total de la población de Chile

Aplicativo	Utiliza el aplicativo para acceder a noticias	Utiliza el aplicativo para cualquier propósito
Facebook	63%	80%
WhatsApp	40%	80%
Instagram	28%	55%
YouTube	27%	73%
Twitter	22%	31%
Facebook Messenger	14%	43%

Fuente: Digital News Report 2020, Reuters Institute/Oxford University

Así, la esfera pública en la Internet de 2020 – en Chile como en todas las democracias occidentales – es más fragmentada, más opaca y más centralizada, controlada por pocas empresas. Súmase a eso la centralidad más grande aún que tomó el ambiente digital a partir de la pandemia de COVID-19. Educación, trabajo, entretenimiento y todas las formas de comunicación se volvieron dependientes del ambiente digital, y los conflictos en temas de libertad de expresión y acceso a la información fueron más evidentes.

El escenario, así, es de más riesgos para el pluralismo y la diversidad, lo que fortalece la necesidad de examinar de cerca los problemas y proponer soluciones de diferentes naturalezas. Este es el objetivo de este *policy paper*.

En la primera parte, será evaluado el impacto de las plataformas sobre la libertad de expresión, considerando cómo la arquitectura de las redes sociales induce determinados comportamientos que afectan a la diversidad. En seguida, cómo los procesos de remoción, desindexación y bloqueo de contenidos generan impacto directo sobre diversidad y pluralismo y cómo el modelo de negocios genera impactos indirectos sobre la libertad de expresión, especialmente por los efectos sobre la economía del periodismo y los medios tradicionales.

En la sección siguiente, será presentada una visión de cómo la concentración económica y la disminución de la competencia acentúa esos problemas. La tercera sección va tratar del escenario global de búsqueda por soluciones sobre procesos de moderación de contenidos en diferentes partes del mundo. Por fin, son presentadas conclusiones y recomendaciones.

1) Impactos sobre libertad de expresión, diversidad y pluralismo

a) Arquitectura de las redes, sesgos y priorización de contenidos

Parte de los impactos de las plataformas sobre la libertad de expresión, la diversidad y el pluralismo viene de la arquitectura e infraestructura de las redes sociales, que generan impactos sobre el flujo y priorización de contenidos informativos, ideas y opiniones.

El modelo de negocio de las plataformas está basado en la perspectiva de acumular millones de datos sobre cada usuario, para lograr mejores perfiles de los usuarios de forma, a su vez, de viabilizar la oferta de perfiles hiper segmentados para los anunciantes. Este acúmulo depende de garantizar tiempo de uso de la aplicación por lo usuario y que uno esté más involucrado para generar nuevos contenidos y nuevas conexiones.

Las plataformas parten del principio de que el tiempo de atención del usuario y su participación e involucramiento directo serán mayores cuanto más uno pueda encontrar contenidos con el cual se identifique. Identificación, en este caso, que pasa por la proximidad con sus propias ideas y opiniones y por el origen cercano de la información (amigos y referentes sociales).

Así, cuando las informaciones y noticias son consumidas por redes sociales, su red de amigos y referentes pasa a guiar la oferta de contenidos, junto con las recomendaciones organizadas por algoritmos e inteligencia artificial. Es una transformación radical ante un consumo antes guiado por una elección de un medio de referencia (a que uno accedía directamente por el browser) y por la selección editorial con criterios periodísticos.

Algunos de los cambios consecuencias de ello son:

- El usuario pasa a elegir contenidos a partir de cada noticia o información que circula (y que es ofrecida por la empresa propietaria de la plataforma), no a partir de la fuente. Eso debilita la fuente como referente y abre espacio para que vehículos desconocidos y sin reputación tengan noticias con tracción alta.
- Indicación personal y social pasan a guiar las lecturas, en vez de criterios periodísticos de priorización. Eso afecta directamente el acceso a informaciones plurales y diversas, ya que la

tendencia de los usuarios es recomendar, compartir o encaminar perspectivas con las cuales ya tengan concordancias.

- La importancia de la aprobación de los interlocutores (via 'likes' y 'shares') para mayor circulación de los contenidos termina por incentivar el discurso inflamatorio, ya que éste genera más participación y reacción de los usuarios.

Así, el modelo de negocios basado en la acumulación de datos genera fragmentación, y los algoritmos y la inteligencia artificial son guiados por valores más relacionados a uniformidad y semejanza que a valores de pluralismo y diversidad.

Esta lectura es cuestionada por investigadores de Facebook a partir de un experimento que comprobaría que hay poco consumo de contenidos ideológicamente transversales, pero que las personas aún tienen acceso a más diversidad con el contenido ofrecido por los algoritmos que si hiciesen la selección ellas mismas². El estudio, sin embargo, fue cuestionado por académicos en tanto comparan un problema que sería controlable (la supresión de diversidad por el algoritmo, considerada normativamente mala) con una cuestión social ingobernable (las elecciones individuales de cada usuario)³. Además, apuntan que las dos cuestiones no son excluyentes, sino acumulables (el algoritmo selecciona y, encima, la persona selecciona), y que el experimento fue hecho con parcialidad en la selección de la muestra⁴.

Además de este funcionamiento de las redes sociales, los motores de búsqueda también ofrecen contenido personalizado a partir de las características y comportamiento anterior del usuario. Google Search -el servicio utilizado por 98% de los usuarios en Chile⁵- adoptó esta personalización en diciembre de 2009. Eli Pariser, autor de "El Filtro Burbuja", apunta esta como la fecha de referencia del cambio de una Internet única, que parecía la misma para todos los usuarios, para una Internet fragmentada y segmentada por perfiles.

En Google, el resultado es personalizado, así como las sugerencias de autocompletar en la búsqueda. Sin embargo, los criterios utilizados por las empresas para adoptar decisiones por y para los usuarios (en este caso: ordenar la información que estamos buscando) no son transparentes y tampoco responden a principios de diversidad y pluralismo.

El resultado efectivo es que los algoritmos pueden reforzar perspectivas tendenciosas o discriminatorias⁶ y, en cualquier caso, habiendo tanta (y diversa) información en Internet disponible sobre el tema, se plantea la paradoja de no poder acceder efectivamente a una diversidad de puntos de vista. Como reacción a estas evidencias, Google anunció cambios que permiten al usuario indicar cuándo el contenido es ofensivo o sensible⁷.

² <http://science.sciencemag.org/content/early/2015/05/06/science.aaa1160>

³ <https://medium.com/message/how-facebook-s-algorithm-suppresses-content-diversity-modestly-how-the-newsfeed-rules-the-clicks-b5f8a4bb7bab>

⁴ <https://socialmediacollective.org/2015/05/07/the-facebook-its-not-our-fault-study/>

⁵ Peña, Patricia (2020)

⁶ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/11/google-frames-shapes-and-distorts-how-we-see-world>

⁷ <https://blog.google/products/search/our-latest-quality-improvements-search/> "Cuando visita Google, nuestro objetivo es acelerar su experiencia con funciones como Autocompletar, que ayuda a predecir las búsquedas que podría estar escribiendo para obtener rápidamente la información que necesita, y los fragmentos destacados, que muestran un aspecto destacado de la información relevante para lo que estamos buscando en la parte superior de los resultados de búsqueda. El contenido que aparece en estas características se genera algorítmicamente y es un reflejo de lo que la gente está buscando y lo que está disponible en la web. Esto a veces puede conducir a resultados inesperados, inexactos u ofensivos. A partir de hoy, haremos que sea mucho más fácil para las personas marcar directamente el contenido que aparece tanto en las

La demanda por más transparencia en la cuestión de los algoritmos ha sido vocalizada por líderes políticos como Angela Merkel⁸, académicos y especialistas⁹. Incluso el creador de la web, Tim Berners-Lee¹⁰. De hecho, Google, en sus momentos iniciales, anunciaba con regularidad sus actualizaciones de algoritmos de su buscador, explicando incluso como afectarían los sitios web. Estos anuncios hoy son ocasionales y genéricos¹¹. Hay, sin embargo, quienes advierten que la transparencia en los algoritmos podría fortalecer la capacidad de los optimizadores de páginas de manipular las herramientas de búsqueda, llevando a resultados distorsionados aprovechando ese conocimiento¹².

La misma lógica de personalización fue adoptada por las plataformas de intercambio como YouTube. Los sistemas de recomendación son responsables por 70% de las visualizaciones de videos¹³, según informa la propia compañía. Aunque haya habido cambios en los algoritmos a largo de los años¹⁴, el principio sigue siendo ofrecer videos a los que el usuario tiene más interés. El efecto es de refuerzo de contenidos que lo llevan a posiciones cada vez más cercanas a las suyas (por ejemplo haciendo refuerzo a teorías conspiratorias), como ha apuntado Guillaume Chaslot, que fue responsable por el desarrollo de algoritmos de recomendación en YouTube¹⁵.

Desde una perspectiva del modelo de servicio, la opción de curadoría de contenido a partir de afinidad de los usuarios parece lógica. Pero parece claro también que esta arquitectura de las plataformas dificulta el acceso del usuario a un contenido diverso y plural. Así, la lógica comercial de las plataformas se pone contradictoria con valores normativos de la democracia.

Esta contradicción está directamente relacionada al objetivo de mantener el usuario más tiempo en la plataforma. Así, la fragmentación y segmentación son fenómenos que se refuerzan en espiral, y refuerzan lo que estudiosos denominan como filtros burbuja y cámaras de eco. Filtro burbuja es una manera de explicar el mantenimiento de los usuarios en ambientes cerrados, en burbujas propias, que no se encuentran con otras¹⁶. Cámara de eco refleja la situación en que ideas o creencias son amplificadas por la repetición dentro de un sistema. La percepción de la arquitectura hace que el usuario lea o escuche contenidos que refuerzan sus propias ideas y perspectivas¹⁷.

La creación de filtros burbuja o cámaras de eco no es una consecuencia natural del manejo del flujo de información en los aplicativos. Ellos ocurren como consecuencias de una búsqueda de atención permanente del usuario. Este es un cambio significativo que tiene que ver con el cambio del manejo de la esfera pública. Mientras los medios tradicionales tienen valores periodísticos como organizadores de su curadoría de noticias, las plataformas la organizan primordialmente por un modelo de la economía de la atención.

predicciones de Autocompletar como en los Fragmentos destacados. Estos nuevos mecanismos de retroalimentación incluyen categorías claramente etiquetadas para que pueda informarnos directamente si encuentra contenido sensible o inútil. Planeamos usar esta retroalimentación para ayudar a mejorar nuestros algoritmos”.

⁸ <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/27/angela-merkel-internet-search-engines-are-distorting-our-perception>

⁹ <https://searchenginewatch.com/2017/05/02/should-google-be-more-transparent-with-its-updates/>

¹⁰ <http://webfoundation.org/2017/03/web-turns-28-letter/#VersionES>

¹¹ <https://searchenginewatch.com/2017/05/02/should-google-be-more-transparent-with-its-updates/>

¹² <https://searchenginewatch.com/2017/05/02/should-google-be-more-transparent-with-its-updates/>

¹³ <https://blog.hootsuite.com/how-the-youtube-algorithm-works/>

¹⁴ Idem

¹⁵ <https://canaltech.com.br/internet/recomendacoes-do-youtube-sao-toxicas-e-falhas-diz-ex-desenvolvedor-da-google-141869/>

¹⁶ El término fue creado por Eli Pariser. Pariser, Eli (2011). *The filter bubble*. New York: Penguin Group.

¹⁷ El uso del término para debates en la internet fue consagrado por Cass Sunstein. Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Opacidad

Además del proceso indicado arriba, también impacta sobre el pluralismo y la diversidad el carácter opaco de parte de las redes sociales. Esta opacidad se presenta de dos maneras: de un lado, es dada por la fragmentación. Aunque todo el debate sea hecho en plataformas abiertas, no hay cómo seguir y dar dimensión de conjunto al debate público en las redes sociales – quizás con excepción de Twitter, que no tiene la segmentación como característica organizadora. Entonces para cada usuario una parte significativa de la deliberación pública es opaca.

La otra dimensión es la existencia de grupos cerrados de debate con participación masiva, como los grupos cerrados de Facebook o de mensajes como WhatsApp y Telegram. En ese caso, no hay un panel público donde se publiquen los mensajes, como en redes abiertas; ellos solo son visibles para los destinatarios o usuarios del grupo cerrado.

En grupos cerrados que mantienen debates políticos o sociales se vuelve emocionalmente costoso participar en debates con contenido adversario fuerte. La tendencia gradual es que los grupos se vuelvan más homogéneos. En estos casos, el pluralismo y la diversidad se tornan conceptos raros. Esto vale incluso para plataformas que no están guiadas por algoritmos e inteligencia artificial, como los servicios de mensajería instantánea, en donde la arquitectura y los recursos propios de la aplicación inducen ciertos comportamientos. Como señala la antropóloga Leticia Cesarino (2019), el ambiente de grupos cerrados está marcado por un ritmo intenso, confianza basada en las relaciones personales, fusión de contextos personales, sociales y profesionales y aislamiento del adversario.

El debate público, cuando es fragmentado y opaco, adquiere contornos oscuros. Impide el escrutinio público de ideas y dificulta la visibilidad de perspectivas contradictorias. Lo que hoy entendemos por “debate público” se compone en gran parte de millones de caminos subterráneos, cuya perspectiva general no es comprensible para nadie. Es cierto que las redes de sociabilidad privadas siempre han sido así, pero los medios tradicionales de comunicación eran las principales fuentes de información, lo que daba cierto equilibrio al grupo. Cuando las redes sociales ganan más relevancia que los medios tradicionales en el acceso a noticias, este enterramiento del debate tiene impacto sobre la existencia del pluralismo y la diversidad de ideas e informaciones.

b) Remoción, desindexación o bloqueo de contenidos

La remoción, desindexación o bloqueo de contenidos afecta directamente la libertad de expresión y pueden tener impacto sobre pluralismo y diversidad. Estas acciones se dan hoy por dos razones: por un lado, por aplicación de decisiones judiciales, solicitudes de gobiernos y otros actores privados (especialmente sobre *copyright*). De otro, por decisión propia de las plataformas, cuando consideran que el usuario ha violado sus términos de uso o normas comunitarias.

Google Transparency Report y Facebook Government Report muestran una acción fuerte de los gobiernos para remoción por críticas, con evidencias de abuso de la aplicación de las leyes de difamación para impedir u obstaculizar expresiones protegidas por la libertad de expresión. También hay sostenida incidencia de empresas privadas en la intervención de contenidos creados por usuarios de estas plataformas, por la supuesta violación de derechos de autor, afectando contenidos de interés público.

Facebook, por ejemplo, tiene una política bastante restrictiva contra violaciones de propiedad intelectual –infracción de derechos de autor, marca registrada y productos falsificados. Por infracción a derechos de autor, por ejemplo, solamente en 2019 fueron removidos, globalmente, 3.67 millones de contenidos en Facebook y 2.71 millones en Instagram.

Google también tiene política restrictiva que alcanza especialmente sus productos de Search y YouTube. Sus datos apuntan ya hubo casi 5 mil millones de URLs con solicitud de remoción, de más de 3 millones de dominios específicos¹⁸.

Las decisiones de moderación de contenido basadas en normas comunitarias y términos de uso se adoptan discrecionalmente por filtrados automáticos y, complementariamente, a partir de la moderación humana.

Solamente en el primer trimestre de 2020, Facebook removió o aplicó medidas en aproximadamente 1.800 millones de cuentas no auténticas y contenido que involucraba violaciones que van desde desnudez adulta hasta cuentas falsas, pasando por discurso de odio y violencia¹⁹.

En 2019, YouTube removió globalmente más de 12 millones de canales, lo que generó la remoción de 259 millones de videos²⁰. Además, fueron eliminados casi 32 millones de videos específicos.

¿Empresas de tecnología o medios de comunicación?²¹

La legitimidad sobre el proceso de moderación privada de contenidos está siendo objeto de discusión en todo el mundo. Desde el inicio de las operaciones comerciales de Internet, varios países adoptaron la noción de que las plataformas no deberían tener responsabilidad objetiva sobre el contenido de terceros en los cuales ellas no intervinieran. La razón fundamental para eso es que las plataformas eran consideradas empresas de tecnología, pero no medios o editores.

Además, si ellas tuviesen responsabilidad por todo el contenido que sus usuarios publicaban, eso podría generar un efecto silenciador, porque iban a aplicar una política más restrictiva respecto a estos contenidos, por el principio de la precaución ante posibles demandas legales. El monitoreo genérico y sistemático para filtrar esos contenidos sería el resultado.

Ahora bien, en el caso de los Estados Unidos, la Sección 230 no solamente los protege de ser responsables legales por contenidos de terceros, sino que les permite “cualquier acción tomada voluntariamente de buena fe para restringir el acceso o la disponibilidad de material que el proveedor o usuario considere obsceno, lascivo, lascivo, sucio, excesivamente violento, acosador u objetable de otra manera” sin ningún tipo de responsabilidad sobre sus decisiones.

Esta amplia autorización sostiene la posibilidad de que ellas apliquen sus reglas comunitarias sin presentar ninguna justificativa para remociones y sin condiciones²². Y esta situación se presenta sin que esas grandes corporaciones transnacionales se vean obligadas a un actuar transparente, a dar

¹⁸ <https://transparencyreport.google.com/copyright/overview>

¹⁹ Facebook Transparency Report. Disponible en <https://transparency.facebook.com/>

²⁰ Google Transparency Report. Disponible en <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals>

²¹ Esta sección se utiliza de insumos formulados para nota conceptual producida por OBSERVACOM: Regulación privada, papel del estado y Gobernanza democrática de internet (OBSERVACOM, 2020)

²² Salvo cuando se trata de eventuales violaciones al derecho de autor, según la legislación de Estados Unidos (Digital Millennium Copyright Act)

cuenta de sus acciones, a respetar el debido proceso y ni siquiera a que los términos de servicio de sus contratos y las políticas de moderación de contenidos de sus usuarios respeten estándares internacionales de derechos humanos.

La participación de los intermediarios en la moderación de contenidos se da por diversas formas de intervención: las redes sociales trabajan también con un gran número de editores, para analizar contenido a partir de *guidelines* establecidas²³. A título de ejemplo, Facebook declaró en 2020 que tiene 35 mil moderadores de contenido²⁴.

Por otra parte, la pandemia del COVID19 obligó a que las personas que revisan contenidos se fueran a sus casas, con la consecuencia que el filtrado de las publicaciones pasar a ser casi totalmente mediante algoritmos. Numerosas organizaciones internacionales de la sociedad civil advirtieron sobre los problemas de la moderación de contenidos mediante el uso de filtrado automático, así como alerta sobre los riesgos de que se extienda dichas práctica post pandemia²⁵.

YouTube, por ejemplo, eliminó más de 11,4 millones de contenidos en el segundo trimestre de 2020 por infringir sus normas comunitarias. El 42% fue removido antes de ser visto por un usuario y, incluso según la empresa el filtrado automático no sólo eliminó más contenidos de los usuarios que antes, sino que en una “proporción significativa” ni siquiera violaban las reglas de la plataforma²⁶.

Todas las formas de indexación, priorización y remoción son, de hecho, procesos de edición que se convierten también en una amenaza a libertad de expresión en la red, con riesgos de afectar el pluralismo y la diversidad de contenidos disponibles.

Es por ello que para los Relatores de Libertad de Expresión de ONU, OEA, OSCE y África, este control privado en Internet constituye una de las tres principales amenazas para la próxima década²⁷.

Octubre de 2019 en Chile

El proceso de moderación de contenido gana más centralidad dependiendo del contexto político. Un informe de la Fundación Datos Protegidos y del Observatorio del Derecho a la Comunicación²⁸ muestra, por ejemplo, la situación de remoción de contenido, bloqueo o remoción de cuentas en redes sociales durante el estado de emergencia declarado en Chile el 19 de octubre de 2019 y el toque de queda que rigió por la semana siguiente.

El período fue de publicación intensa y amplio compartimiento de imágenes y videos por participantes o testigos de las protestas en redes como Facebook, YouTube, Instagram y Twitter. En esta situación, varias personas y colectivos comenzaron a experimentar distintas situaciones de remoción de contenido, bloqueo de cuentas o situaciones similares.

²³ <https://www.propublica.org/article/facebook-hate-speech-censorship-internal-documents-algorithms>

²⁴ Según declaración de su Public Policy Manager, Rebeca Garcia, en seminario realizado en Insper, São Paulo, el 26 de febrero de 2020.

²⁵ <https://www.observacom.org/eff-advierte-sobre-la-moderacion-automatica-de-contenidos-en-internet-durante-el-covid19-y-teme-se-extienda-luego-de-la-crisis/>

²⁶ <https://www.observacom.org/censurabot/filtrado-automatico-de-contenidos-en-youtube-elimino-mas-contenido-legitimo-que-la-moderacion-humana/>

²⁷ <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>

²⁸ Fundación Datos Protegidos y Observatorio del Derecho a la Comunicación. Libertad de expresión en el contexto de las protestas y movilizaciones sociales en Chile durante el estado de emergencia entre el 18 y el 27 de octubre 2019. Disponible en https://datosprotegidos.org/wp-content/uploads/2019/11/Informe_CIDH_Preliminar_DP_ODC-1.pdf

Considerando la importancia del momento, la Fundación puso a disposición de los ciudadanos un formulario para reportar denuncias al respecto. El enlace fue difundido y compartido por Instagram, Facebook y Twitter. En apenas cinco días, fueron recibidas 169 respuestas. Aunque no sea posible tomar el registro como representativo estadísticamente, puede ser tomado como una clara fotografía de la situación, con registros de situaciones en cuentas de personajes públicos, de organizaciones y medios de comunicación. Instagram fue la red sobre la cual hubo la mayor cantidad de quejas.

Tabla 1. ¿Cuál es la plataforma de redes sociales en que se produjo la situación?

Redes Sociales	N°	%
Instagram	124	73,37
Facebook	40	23,67
Twitter	23	13,61
YouTube	3	1,78
Outro	2	1,18
Total	169	100

Fuente: Fundación Datos Protegidos

La siguiente tabla describe el tipo de situación ocurrida. Las más frecuentes fueron bloqueo de cuentas, desactivación de cuentas y remoción de publicaciones.

Tabla 2 ¿Qué tipo de situación ocurrió? (Respuestas múltiples)

Tipo de situación	N	%
No puedo subir mis publicaciones	58	34,32
Desactivación de cuenta (mi cuenta ha sido borrada)	57	33,73
Mi publicación ha sido eliminada	50	29,59
Mis historias y publicaciones en el muro ya no aparecen en el feed de mis seguidores	34	20,12
Mi publicación fue considerada contenido delicado y creo que no lo era	31	18,34
Mis amigos me buscan y dicen que no encuentran mi cuenta	27	15,98
No puedo comentar en otras páginas	23	13,61
No puedo dar likes	18	10,65
No puedo seguir a otras cuentas	12	7,10
Me etiquetan, me llegan nuevos seguidores y luego desaparecen	10	5,92
Mis amigos no pueden etiquetar mi cuenta	10	5,92

Mis amigos del extranjero no pueden acceder a mis publicaciones	8	4,73
Solo me deja compartir información de páginas verificadas	7	4,14
Mis amigos me empiezan a seguir y desaparece su follow	2	1,18
Otros	45	26,63%

Fuente: Fundación Datos Protegidos

c) Impactos económicos

La creciente incidencia de los intermediarios como puerta de acceso a los contenidos informativos disponibles en Internet ha generado también un cambio en el flujo de recursos dentro de la economía digital que afecta indirectamente la diversidad y el pluralismo, en tanto impacta negativamente en los recursos económicos que reciben los productores de contenidos informativos tradicionales (los medios de comunicación, en particular) y, por tanto, en su sostenibilidad. El impacto es más importante en aquellos que tienen costos fijos altos, como los que realizan periodismo de investigación y *hard news*.

Aunque los intermediarios dicen que son parte de la promoción de la diversidad, y no la causa de su disminución²⁹, no parecería haber dudas que existe una creciente asignación de publicidad comercial en los distintos servicios de Internet y que una parte se explica por transferencia de esos recursos económicos de la pauta que recibían los medios tradicionales y no de una ampliación de la “torta publicitaria” total.

En Chile, durante 2019 por primera vez el conjunto de inversiones en publicidad digital alcanzó al que recibe la televisión abierta (31% vs 30%), y durante el primer trimestre 2020 lo superó ampliamente (41% vs 25%)³⁰. Ese crecimiento de la publicidad en Internet se está concentrando fundamentalmente en dos empresas del ecosistema digital: Google y Facebook.

La situación financiera de los canales de televisión se tornó todavía peor con la pandemia. En su informe para la Comisión para el Mercado Financiero referente al período de abril a junio de 2020, los cuatro canales de televisión chilenos reportaron que acumularon pérdidas de \$12.441 millones, cuatro veces más que en el mismo período de 2019. CHV fue el canal más afectado, con un saldo negativo de \$3.430 millones, siendo seguido de cerca por Mega, con \$3.174 millones, TVN con \$2.987 millones y Canal 13, con \$2.850 millones³¹.

Hay, sin embargo, otros factores que influyen la pérdida de publicidad de los medios tradicionales en las últimas décadas³²: la pérdida de los anuncios clasificados, la inflación de espacios publicitarios (y la consiguiente bajada de precios), la imposibilidad de vender audiencia como un colectivo capturado (porque la medición es mala, y porque se puede hacer *targeting* individual), y todavía la necesidad de incluir datos sobre comportamiento de usuarios (*behavioral targeting*) que solo tienen los grandes intermediarios.

²⁹ <http://punchng.com/google-hosts-200-nigerian-kenyan-publishers/>

³⁰ <https://www.anda.cl/revista/inversion-publicitaria-en-medios-2020-tendencias-que-reflejan-nuevas-realidades/>

³¹ <https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2020/09/17/canales-de-tv-registran-fuertes-caidas-de-ingresos-entre-abril-y-junio.html>

³² Como acuerda el especialista Fernando Bermejo en entrevista para OBSERVACOM.

Con relación al financiamiento específico del periodismo, el pago por noticias online en Chile es hecho por solamente 9% de los adultos (Reuters Institute y Universidad de Oxford, 2020). Por otro lado, la misma encuesta apunta la población chilena como una de las más interesadas en noticias locales, entre los 40 países.

d) Priorización de contenidos y diversidad cultural

Además del pluralismo informativo, también la diversidad cultural puede ser afectada por los intermediarios a partir del uso de algoritmos. En los sistemas de música o *video on demand* (VOD), por ejemplo, los algoritmos son responsables del catálogo individualizado de contenidos que se ofrece a cada usuario. Aunque no haya transparencia sobre los algoritmos y sobre el efectivo consumo en las plataformas de VOD por suscripción, es razonable suponer que la definición de catálogos influencia el consumo efectivo de los usuarios. Sin definiciones de medidas específicas de promoción al contenido nacional, puede haber la disminución de la diversidad cultural efectivamente asistida o escuchada.

Esta preocupación fue el motivo central para la revisión de la regulación de servicios audiovisuales en Europa, a partir de la revisión de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisuales en 2018, y aparece como factor central también de algunas de las propuestas de regulación en América Latina³³.

Un estudio del Consejo Superior del Audiovisual (CSA) de Francia sobre el acceso y consumo audiovisual en Internet muestra el impacto a la diversidad cultural de los algoritmos utilizados por intermediarios en la formación de catálogos, dejando en segundo plano los contenidos franceses³⁴.

En Europa, la reforma de la Directiva resultó en los siguientes cambios principales:

- Aumento de promoción de obras europeas (por cuotas, prominencia de contenido europeo e inversión directa o en fondos): fue establecida la cuota mínima del 30% de contenido europeo y garantía de prominencia de obras europeas en el catálogo. La preeminencia se puede asegurar por varios medios, tales como:
 - i. una sección dedicada a las obras europeas a la que se puede acceder desde la página de inicio del servicio
 - ii. la posibilidad de buscar obras europeas en la herramienta de búsqueda proporcionada por ese servicio
 - iii. la utilización de obras europeas en campañas de servicios o la promoción de un porcentaje mínimo de obras europeas en el catálogo de ese servicio, utilizando, por ejemplo, carteles o instrumentos similares.
- Permiso de los Estados miembros para imponer contribuciones financieras a los proveedores de servicios establecidos en otros Estados miembros sobre el volumen de negocios generado en el país que las impone: sean tributos o inversión directa
- Inclusión de plataformas en línea: se incluyen para los temas de lucha contra la incitación al odio y la difusión de contenido nocivo para menores, a través de la co-regulación.
- Criterios más estrictos para la protección de niños, niñas y adolescentes

³³ <http://www.observacom.org/avance-erratico-de-los-intentos-de-regulacion-ott-en-america-latina/>

³⁴ <http://es.calameo.com/read/004539875f63ebe7df481?bkcode=004539875f63ebe7df481>

- Confirma la necesidad de independencia de los organismos reguladores
- Establecimiento del principio del país de origen: se aplican, en la regulación, las reglas del país de origen (dentro de la Unión Europea) - pero no está permitido establecerse en un país para un servicio centrado principalmente en otro

En América Latina, ningún otro país aprobó medidas de preservación de la diversidad cultural por cuotas de catálogo y sólo Colombia ha establecido obligaciones de preeminencia a contenidos nacionales³⁵. En Chile, el tema de la tributación fue tratado por la Ley de Modernización Tributaria aprobada en febrero de este año (Ley 21.210/2020), que estableció que las plataformas radicadas en el extranjero que prestan servicio en Chile deben abonar el impuesto al valor agregado (IVA) del 19%. No hay, sin embargo, destinación específica al monto recaudado³⁶. El cobro referente a los cuatro primeros meses ya generó US\$ 62,8 millones de recaudación³⁷.

Los nuevos servicios audiovisuales en Internet necesitan de una regulación específica y diferente al de otros servicios OTT o intermediarios. El desafío de garantizar la diversidad cultural en los servicios audiovisuales pasa por medidas semejantes a las propuestas en Europa, pero que consideren la realidad económica y de producción cultural de la región.

El pasaje de la regulación de servicios de televisión para servicios de comunicación audiovisual implica diseñar regulaciones que incluyan los servicios de video bajo demanda o a petición (VOD) recibidos por suscripción (SVOD), los servicios VOD recibidos por pago individual o “pay-per-view” (tVOD) y los servicios VOD gratuitos sostenidos por la publicidad asociada.

Más recientemente se ampliaron también los servicios Premium, en general conectados a algún otro modelo de VOD, que ofrecen contenidos nuevos de gran atracción, y se tornaron una alternativa para la primera ventana de salas de cine en el contexto de la pandemia. Estos servicios demandan enfoque regulatorio específico.

2) Concentración en la capa de aplicaciones y plataformas

La concentración de propiedad en el campo de los proveedores de aplicación (plataforma) llegó a niveles alarmantes a nivel global. La situación en Chile no es diferente, como demuestra Peña (2020) en el paper “¿Hay concentración en Internet en América Latina? El caso Chile”. Facebook (87,4%), YouTube de Google (76,8%) e Instagram (20%), también de Facebook, son las redes más usadas en Chile, configurando un escenario dominado por sólo dos corporaciones transnacionales. WhatsApp (también propiedad de Facebook) concentra el 88,2% del uso de aplicaciones de mensajería

³⁵ <https://www.observacom.org/servicios-audiovisuales-en-internet-en-colombia-tendran-que-dar-preeminencia-a-contenidos-nacionales-de-su-catalogo/>

³⁶ Entre los países de América Latina que aplican tributación a las plataformas, Paraguay es el único que destina parte del recaudado para un fondo de apoyo a la producción audiovisual. <https://www.observacom.org/aprueban-ley-de-cine-en-paraguay-que-crea-fondo-audiovisual-financiado-en-un-50-con-impuestos-a-otrs/>

³⁷ <https://www.emol.com/noticias/Economia/2020/10/22/1001494/IVA-servicios-digitales.html>

instantánea en Chile. Entre los buscadores, 98% de las personas que buscaron información en Internet utilizaron el servicio de Google³⁸, configurando una situación de monopolio de hecho.

Algunas particularidades de la Internet fortalecen la tendencia a la concentración, por las características de las economías de red. En primer lugar, porque la información es un bien intangible y no rival, que hace que el costo de producción esté concentrado en la primera unidad, con costo marginal cero en las sucesivas reproducciones. En segundo lugar, porque las plataformas operan casi siempre como mercados de dos caras, ya que unen los productores de información con los consumidores.

En muchos casos, como los motores de búsqueda o las redes sociales, el costo de producción de contenido en uno de los lados está distribuido entre los usuarios, que se dejan indexar o hacen *posts* por interés propio de ser encontrados o ser leídos. Esto hace posible el fortalecimiento de servicios gratuitos de Google y Facebook, por ejemplo.

Además de los contenidos, los usuarios contribuyen también con sus datos agregados, lo que crea un banco de información muy valioso para los intermediarios que crea el valor de cambio para la venta de publicidad dirigida. Este es, precisamente, el otro lado del mercado, lo que genera ganancias económicas para los intermediarios. En los casos de las redes sociales y programas de mensajería hay también efectos de red, en tanto que cuantas más personas adhieren, más valor tiene la red para los otros usuarios, lo que crea la falta de incentivos para cambiar de aplicación y, por el contrario, un costo de cambio alto. Además, los intermediarios también se benefician de un efecto aprendizaje, por el uso repetido y en grande volumen de las plataformas por los usuarios.

Los bancos de datos, por mantener las informaciones de usuarios cerradas, también sufren efecto de red, haciendo con que el anunciante tenga más valor agregado invertir en la publicidad ofrecida por las grandes plataformas con bases más complejas. En otras plataformas, los derechos de autor o el control de acceso cumplen el rol de crear escasez artificial, valor de uso para los usuarios y valor de cambio para los anunciantes.

Estas características hacen que se genere una economía de escala con gran tendencia a la concentración horizontal de las empresas proveedores de servicios y aplicaciones.

Es verdad que las barreras de entrada cambiaron, y no hay necesariamente necesidad de gran inversión para una aplicación entre en el mercado con las grandes que ya están en Internet –aunque eso se dará en condiciones muy distintas de competencia. Ocurre que la posesión de una base de datos robusta se tornó una barrera para que las nuevas empresas compitan económicamente con las establecidas en igualdad de condiciones.

El efecto de la concentración no está relacionada a precios, sino que los distintos servicios ofrecidas por las corporaciones intermediarias (como motores de búsqueda, redes sociales, mensajerías, etc.) pasan a ser ofrecidos a los usuarios con solamente una determinada política de moderación de contenidos, una política de algoritmos, una política de priorización. Guste o no de sus efectos sobre su libertad de expresión, sobre el acceso a información plural y diversa, el usuario no tendrá como elegir otra opción. La concentración, en este sentido, se transforma en un agravante para los riesgos que cualquier intermediario presenta al ejercicio de la libertad de expresión, diversidad y pluralismo como nuevo *gatekeeper* en Internet.

³⁸ Datos para el período junio 2019-junio 2020, de StatCounter, publicado por Peña (2020)

Proveedores de noticias

En términos de proveedores de contenido, los datos del Digital News Report muestran alguna dispersión, pero dos de las tres fuentes más accedidas son de propiedad del grupo El Mercurio.

Tabla 3 - Uso semanal de fuentes de noticias en Chile

Marca	Más de 3 días por semana	Uso semanal
Emol.com	13	27
Biobiochile online	17	26
Lun.com	15	24
24horas online	15	24
ahoranoticias.cl (MEGA)	17	23
Elmostrador online	9	20
Latercera.com	6	18
t13.cl	10	17
Cooperativa online	10	16
Elmercurio online	5	14
Elciudadano.cl	5	14
Theclinic.cl	7	13
CNN.com	7	13
Chvnoticias.cl	7	12
Lacuarta.com	5	12
Eldinamo.cl	4	12

Fuente: Digital News Report 2020

Es relevante notar, sin embargo, que el acceso directo a medios online es cada vez más raro. Poco más de 1 en cada 4 usuarios accede a sitios directamente, el consumo es hoy principalmente por enlaces compartidos en redes sociales. Aún así, las fuentes relacionadas a los medios tradicionales siguen siendo las principales referencias y marcando la agenda informativa del país. O sea, mientras la forma de acceso y la curadoría ha cambiado significativamente, las fuentes primarias siguen siendo muy próximas de las históricamente consolidadas.

3) El debate global sobre moderación de contenidos

En los últimos años ha habido un aumento significativo en las discusiones sobre la necesidad de buscar nuevas herramientas y arreglos institucionales para asegurar que el interés público prevalezca sobre el privado. Dos hilos principales de debate han surgido de diferentes hechos. Las elecciones estadounidenses de 2016 desencadenaron el debate sobre la desinformación y la disputa sobre el concepto de fake news.

Además, los casos de masacre de Myanmar y Sri Lanka han planteado la necesidad de encontrar soluciones para el discurso de odio que se difunde a través de las redes sociales. Estudios y

monitoreos en muchos países han mostrado un número creciente de casos en los que las plataformas afectan la libertad de expresión por imponer sus propios criterios sin respetar los estándares internacionales³⁹.

Así, en los últimos tres años, gobiernos, parlamentos y organizaciones de la sociedad civil vienen proponiendo proyectos de ley y documentos de referencia para políticas de moderación de contenidos. La mayoría de las iniciativas de la sociedad civil reclaman estándares que deben seguir las empresas en sus procesos de autorregulación. Este es el caso de los Principios de Manila, los Principios de Santa Clara y el documento sobre contenidos lanzado por Internet & Jurisdiction Project. En agosto de 2019, Artículo 19 lanzó una consulta pública sobre su propuesta del Social Media Council. En octubre de 2020, OBSERVACOM y otras nueve organizaciones latino-americanas publicaron un documento con propuestas de co-regulación y regulación pública para garantizar libertad de expresión en la red⁴⁰.

Por el lado de los Estados, Alemania ha aprobado su ley NetDGz, que ha creado la obligación de las plataformas de eliminar el contenido de odio en 24 horas. Durante el IGF celebrado en París en noviembre de 2018, Emmanuel Macron ha anunciado la intención de encontrar un modelo que no se base ni en Silicon Valley ni en modelos chinos. En 2019, el parlamento del Reino Unido sometió a consulta pública un Libro Blanco sobre daños en línea, que crea el deber de cuidado de las plataformas.

A su vez, Facebook ha declarado que considera razonable que se regule y ha comenzado a ofrecer sus propias soluciones a los problemas de moderación de contenidos. En 2019, la compañía anunció la creación de una Junta de Supervisión (*Oversight Board*), que tendrá la función de discutir casos difíciles y proponer cambios en las reglas de moderación.

En junio de 2020, la Unión Europea anunció consulta pública para la aprobación de un Digital Services Act, que va tratar sobre la moderación de contenido ilegal, desinformación y transparencia publicitaria en Internet. En octubre, el Departamento de Justicia del gobierno de los Estados Unidos presentó una propuesta para cambiar la Sección 230 del Communications Decency Act y alterar el régimen de responsabilidad de los intermediarios.

4) Conclusiones y recomendaciones

El modelo de consumo de informaciones y noticias que se consolidó en Internet en los últimos diez años ha tenido un impacto sobre la diversidad y el pluralismo informativo y cultural. De un lado, fueron ampliadas las fuentes de información a partir de una eliminación de las barreras para producir y publicar información y opiniones. De otro, hubo una re-centralización en la capa de aplicaciones y plataformas que generó nuevas barreras a la competencia y amenazas a libertad de expresión a partir del rol de *gatekeepers* de los intermediarios en el libre flujo de información y comunicación.

³⁹ Por ejemplo onlinecensorship.org

⁴⁰ www.observacom.org

Los impactos del modelo vienen de la misma arquitectura de las redes, que son basadas en modelo comercial que busca mantener la atención y participación creciente de los usuarios para obtener mayores ganancias. Pero también de políticas de moderación de contenidos en que las plataformas priorizan y remueven contenidos de sus usuarios, así como bloquean o suspenden sus cuentas por violación de reglas privadas de uso..

Por otra parte, el modelo de negocios de redes sociales, motores de búsqueda y plataformas de intercambio ha generado también un impacto económico sobre el periodismo local, por la concentración de publicidad digital en empresas como Google y Facebook que extrae recursos que antes llegaban a los medios tradicionales. Y, finalmente, hay impacto relevante también sobre la diversidad cultural

En Chile, el escenario de la concentración de mercado en Internet es alto, similar a casi todas las democracias occidentales, lo que agrava el papel (y el impacto) de esos intermediarios sobre la libertad de expresión y la deliberación pública en línea. Mientras las economías de red cuentan con fuerte tendencia a concentración, los instrumentos regulatorios actuales de defensa de la competencia no han sido suficientes para superar los problemas en Internet.

En los últimos cuatro años, organizaciones de la sociedad civil y gobiernos de todo el mundo pasaron a discutir con más intensidad recomendaciones a las empresas y soluciones regulatorias para garantizar la protección e promoción de la libertad de expresión en el ambiente digital, y el combate al discurso de odio y a la desinformación.

En este marco, se presentan una serie de recomendaciones para desarrollar en Chile para enfrentar los desafíos que el entorno digital presenta a la diversidad y el pluralismo en Internet:

De manera general, órganos reguladores, sectores de gobierno, el poder legislativo, la sociedad civil y el sector privado deben:

- 1) Ampliar las investigaciones sobre desafíos para el pluralismo y la diversidad en la internet y habilitar espacios para el diálogo entre múltiples partes interesadas.
- 2) Evaluar modelos para sustentación económica del periodismo, considerando fuentes de ingreso privadas, públicas y ciudadanas.
- 3) Discutir soluciones de regulación pública, co-regulación y autorregulación sobre moderación de contenidos que busquen garantizar el interés público y proteger la libertad de expresión de los usuarios. Estas regulaciones deben garantizar, entre otros, criterios compatibles con estándares internacionales de derechos humanos, parámetros de transparencia, debido proceso, defensa y apelación, y aplicación por órganos independientes ante a gobiernos y sectores regulados. Una regulación democrática y equilibrada también debería proteger a las plataformas de las presiones ilegítimas de los gobiernos y otros actores.
- 4) Actualizar reglas de competencia económica para adecuarse al entorno digital. Eso implica reconocer particularidades de criterios de mercados relevantes, análisis de procesos de fusiones y adquisiciones, considerar la interoperabilidad de datos, además de proteger no solamente consumidores con base en criterios de precio, pero garantizar ideales

democráticos, ya que la organización de los ambientes de información y debate público no son simples mercados, pero pilares de la democracia⁴¹.

Más específicamente, recomendamos:

- Monitorear la situación y evolución de la concentración en Internet (por ejemplo: fusiones y compras de empresas de telecomunicaciones o Internet, tendencias de uso y consumo de las principales plataformas, etc.).
- Monitorear casos de prácticas anticompetitivas y de abuso de poder dominante de plataformas y empresas de telecomunicaciones.
- Monitorear la realización de los procesos electorales y los grandes acontecimientos de interés público en Chile para identificar el grado de pluralismo político efectivo y no discriminación ejercido través de las principales plataformas de Internet.
- Identificar casos de censura y afectación de la libertad de expresión en Chile por decisión de las propias plataformas de Internet (por ejemplo: mediante remoción o priorización de determinados contenidos, o cierre de perfiles y cuentas de usuarios, de manera ilegítima o discriminatoria).
- Realizar una evaluación de la consistencia entre algoritmos y los derechos humanos, y su impacto en la diversidad y el pluralismo de informaciones en redes sociales, motores de búsqueda y otras plataformas relevantes para el libre flujo de información en Internet (por ejemplo: efectos de la segmentación y creación de “filtros burbuja” o “cámaras de eco”).
- Elaborar un análisis de la compatibilidad de las políticas y acciones de remoción de contenidos de los intermediarios con los principios y estándares internacionales de libertad de expresión.
- Elaborar propuesta de modernización de la legislación en Chile para incluir los servicios de comunicación audiovisual en Internet que incluya:
 - La promoción de la producción de contenidos nacionales y/o regionales
 - La promoción de la competencia y de simplificación de acceso al mercado
 - La garantía de los derechos de niños, niñas y adolescentes, y de los consumidores
 - Tributación similar para servicios similares
 - La garantía de derecho a privacidad y protección de datos personales
 - Garantir condiciones para la correcta prestación de servicios de comunicación audiovisual, sin sujeción a medidas de gobierno que impliquen en cierre de mercado o condiciones de no isonomía entre prestadores.
- Capacitar a organismos reguladores y *policy makers* para abordar estos temas desde una perspectiva de libertad de expresión y los estándares interamericanos en la materia.

⁴¹ El informe del Comité Judiciario de la House of Representatives de los Estados Unidos ‘Investigation of Competition in Digital Markets’, publicado en octubre de 2020, avanza en esta dirección.

- Organizar instancias entre organizaciones de América Latina y organizaciones de Europa y Estados Unidos para seguimiento de situaciones y ampliación del debate global sobre estos temas.
- Desarrollar un proceso de elaboración y consulta con expertos y actores involucrados para elaborar propuestas y recomendaciones para afrontar los desafíos y riesgos para la libertad de expresión en Internet presentados en este informe, entre otros:
 - Regulación del proceso de moderación de contenidos por servicios OTT o intermediarios en el marco de los estándares internacionales de libertad de expresión
 - Regulación de los servicios de comunicación audiovisuales en Internet en el marco de los estándares internacionales de libertad de expresión
 - Solución de asimetrías regulatorias entre servicios comparables de empresas de telecomunicaciones/ISP y empresas de Internet/OTT, entre servicios comparables de empresas de TV y empresas de Internet/OTT, etc.
 - Regulación para evitar o limitar los efectos de la concentración indebida para la libertad de expresión.
 - Estrategias para evitar o minimizar la pérdida de sustentabilidad de las empresas periodísticas ante los nuevos modelos de negocios y la actuación de los intermediarios, y para promover o fortalecer medios periodísticos digitales para actuación conjunta e incidencia sobre nuevos modelos de negocio y relación con los intermediarios.
- Organizar eventos y reuniones con el objetivo de propiciar puentes de diálogo para articular esfuerzos y construir una agenda común entre instituciones y organizaciones de derechos digitales y otras organizaciones de sociedad civil que abordan temas más generales de derechos humanos, libertad de expresión o de defensa de periodistas.
- Promover y apoyar la adopción de estándares sobre pluralismo y concentración en Internet por las Relatorías para la Libertad de Expresión y otros organismos internacionales.

Bibliografía

CESARINO, Letícia. Apresentação ao Seminário InternetLab. São Paulo, 2019

Fundación Datos Protegidos y Observatorio del Derecho a la Comunicación. Libertad de Expresión en el contexto de las protestas y movilizaciones sociales en Chile. Santiago: Datos Protegidos y ODC, 2020.

OBSERVACOM. Regulación privada, papel del estado y gobernanza democrática de internet. Concept note. Montevideo: OBSERVACOM, 2020.

Peña, Patricia. ¿Hay concentración en Internet en América Latina?. Santiago: OBSERVACOM, 2020.

Reuters Institute- Oxford University). Digital News Report 2020. Reporte Completo disponible en https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Reporte para Chile, preparado por Francisco Fernández y Enrique Nuñez, Universidad Católica de Chile, disponible en <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/chile-2020/>