

EL PAPEL DE LAS GRANDES PLATAFORMAS DE INTERNET Y SU IMPACTO SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA DELIBERACIÓN PÚBLICA

Aviso Legal:

El papel de las grandes plataformas de Internet y su impacto sobre la libertad de expresión y la deliberación pública

Marzo 2021

El PNUD forja alianzas con todos los niveles de la sociedad para ayudar a construir naciones que puedan resistir las crisis; promueve y sostiene un tipo de crecimiento que mejora la calidad de vida de todos. Presentes sobre el terreno en unos 170 países y territorios, ofrecemos una perspectiva global y un conocimiento local al servicio de las personas y las naciones.

Copyright © PNUD Uruguay, 2021. Todos los derechos reservados.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Uruguay | Paraguay 1470, piso 5, Montevideo, Uruguay.

Equipo redactor: OBSERVACOM (João Brant - Investigador Asociado y Gustavo Gómez - Director Ejecutivo)

Diseño editorial: Trineo Comunicación Visual

ISBN: 978-92-95114-16-6

Los puntos de vista, las designaciones y las recomendaciones presentadas en este informe no reflejan necesariamente la postura oficial del PNUD.

PNUD

OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación de Medios y Convergencia



	AVANCES Y OBJETIVOS	4
	INTRODUCCIÓN	6
1.	EL PAPEL DE LAS GRANDES PLATAFORMAS DE CONTENIDOS: DE CARRETERAS A *GATEKEEPERS*	9
2.	LA MODERACIÓN DE CONTENIDOS COMO FORMA DE REGULACIÓN PRIVADA DE ESPACIOS PÚBLICOS	15
3.	RESTRICCIONES A LA INFORMACIÓN, LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA DELIBERACIÓN PÚBLICA EN INTERNET	19
4.	PAPEL DEL ESTADO Y TENSIONES SOBRE LA GOBERNANZA DEMOCRÁTICA	26

AVANCES Y OBJETIVOS

Con la aprobación de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la comunidad internacional procura avanzar en la promoción de sociedades pacíficas, justas e inclusivas y fortalecer su gobernabilidad democrática. Para que este proceso sea efectivo es necesario contar con instituciones eficaces, transparentes, que realicen una rendición de cuentas permanente sobre sus acciones.

Pero el debate en torno a la promoción de la gobernabilidad democrática no sólo ataña a las instituciones públicas, sino que también alcanza a las empresas privadas, ya que su accionar puede limitar el libre ejercicio de los derechos de las personas, en especial cuando moderan y controlan espacios públicos de información y comunicación.

En este contexto, las redes sociales han ganado un lugar central en el consumo de información por los usuarios y en la deliberación pública de los diferentes países y, al mismo tiempo, han adquirido características del espacio público.

En ese marco, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Uruguay, en alianza con OBSERVACOM (Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia), lleva adelante la iniciativa *Internet, libertad de expresión y acceso a la información en Uruguay. Aportes para el debate sobre la gobernabilidad democrática en línea*, cuyos primeros hallazgos y propuestas se incluyen en este *dossier*.

Esta iniciativa tiene como objetivo promover el diálogo y el debate informado sobre el impacto de las grandes plataformas de Internet en el acceso a la información y la deliberación pública en redes sociales, a efectos de colocar este tema en la agenda pública y elaborar recomendaciones para la posible adecuación del marco normativo nacional y regional.

Como parte de los componentes informativos que se utilizaron para la elaboración de este *dossier* se realizó un relevamiento de actores clave tanto de la sociedad civil organizada, así como también de periodistas e integrantes de la academia con trayectoria en libertad de expresión y gobernabilidad democrática en internet.

A partir de ese relevamiento, se organizaron tres conversatorios, uno dirigido a las y los referentes de la sociedad civil organizada, otro enfocado en periodistas e integrantes de la academia, y un tercero para representantes y especialistas en gobernanza y comunicación de las oficinas del PNUD en la región.

En estos encuentros se recolectaron insumos y se elaboró, de forma participativa, un diagnóstico sobre el impacto de las grandes plataformas de Internet en el acceso a la información y la deliberación pública en redes sociales. Los insumos obtenidos en ambos conversatorios permitieron identificar y posicionar una agenda y hoja de ruta sobre esta temática para los próximos dos años.

Para la construcción de esta hoja de ruta, durante 2021 se diseñará e implementará un mecanismo de deliberación pública que permitirá obtener nuevos aportes para la elaboración de políticas públicas sobre gobernanza democrática en internet, así como también se presentarán recomendaciones específicas para la adecuación del marco normativo en esta materia.

INTRODUCCIÓN

En la última década se ha incrementado la reorganización de los entornos públicos y privados para la información y la comunicación. Plataformas como Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp e Instagram han ganado un lugar central en el consumo de información por los usuarios y en la deliberación pública de nuestros países. Las redes sociales adquirieron características del espacio público y los servicios de mensajería interpersonal viabilizaron la comunicación viral.

En este proceso crecen los desafíos para la protección y promoción de la libertad de expresión y acceso a la información en Internet, así como para dar las garantías para un escenario mediático plural y diverso en las actuales democracias. Por un lado, se ha ampliado la posibilidad de producción de contenidos y de participación de la sociedad. Por otro lado, se crearon nuevos riesgos por los mecanismos creados de control directo e indirecto de la libertad de expresión y de información en línea, tanto por gobiernos como por empresas.

Antes consideradas apenas “carreteras” provistas por “intermediarios”, las plataformas pasaron a comportarse como editores de los contenidos publicados en sus redes sociales, interviniendo de manera creciente en el intercambio de expresiones en Internet. Las plataformas adoptan políticas de remoción, desindexación o bloqueo de contenidos basados en reglas propias que no siempre respetan las expresiones legítimas de sus usuarios ni los estándares internacionales sobre derechos humanos. Sus decisiones ante incumplimiento de sus términos de servicio incluso pueden culminar en la suspensión o eliminación de las cuentas de sus usuarios, y por tanto en la exclusión de la posibilidad de participar de ese nuevo espacio público.

Sin una acción tan drástica como la eliminación de una información u opinión, los mecanismos de priorización, recomendación y curaduría de los contenidos publicados por los usuarios –que definen qué podemos realmente encontrar (y qué no) en esa plataforma– crean una fragmentación del debate público, así como afectan la diversidad, al generar sesgos informativos y relegar las voces de algunos sectores.

En la práctica, la arquitectura de las aplicaciones y sus políticas de moderación de contenidos configuran una especie de regulación privada del ambiente público de debate.

“La pandemia ha generado más información, pero no necesariamente

mayor conocimiento. Las redes sociales se han apoderado de gran parte del debate público y político" (PNUD, 2021).[1]

Durante la pandemia del COVID-19 el problema se agravó, ya que la automatización se tornó el mecanismo principal de la moderación, por decisiones propias, lo que aumentó dramáticamente el volumen de contenido removido y la eliminación de expresiones de interés público.

Además, en los últimos años crecieron las críticas hacia las plataformas porque estarían haciendo "poco" para enfrentar los problemas de desinformación, discurso de odio y violencia en línea. Esto fue acompañado de fuertes presiones (de grupos sociales, gobiernos anunciantes), para desarrollar una más agresiva moderación de contenidos, en especial para que removieran contenidos y perfiles que publiquen expresiones "ofensivas", "violentas", o "falsas". Ello generó reacciones empresariales que reforzaron el control privado sobre la información en línea, en ausencia de parámetros públicos y democráticos que guíen dichas políticas de moderación privada de contenidos en Internet.

"La pandemia ha generado más información, pero no necesariamente mayor conocimiento. Las redes sociales se han apoderado de gran parte del debate público y político."
(PNUD, 2021)



En una Declaración Conjunta de 2017, de las Relatorías Especiales para la Libertad de Expresión de Naciones Unidas (ONU), de la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE), de la Organización de Estados Americanos (OEA) y de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos, opinaron estar *"consternados por algunas medidas tomadas por intermediarios para limitar la consulta o la difusión de contenidos digitales"*.[2]

Este documento presenta insumos para permitir la comprensión del nuevo rol de las grandes plataformas en los procesos de circulación de la información, el ejercicio de la libertad de expresión y de deliberación pública en Internet, con vistas a apuntar cuestiones que deben ser objeto de análisis en nuestra región.

---

1. América Latina y el Caribe: Gobernanza Efectiva, más allá de la recuperación https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/library/democratic_governance/america-latina-y-el-caribe--gobernanza-efectiva--mas-alla-de-la-.html (PNUD)

2. http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&lID=2

En la primera sección, se describe el cambio del papel de los intermediarios en Internet, que pasaron de “carreteras” que transportaban contenidos de sus usuarios a *gatekeepers* de los mismos. En la segunda, se menciona cómo la moderación de contenidos se ha transformado en una nueva forma de regulación privada de espacios públicos, incluyendo el tema de la desinformación. La tercera sección busca clasificar las restricciones directas e indirectas de las grandes plataformas sobre la libertad de expresión y la deliberación pública en Internet. La cuarta sección trata de los impactos económicos sobre la sostenibilidad y diversidad del periodismo y los medios de comunicación. Finalmente, la sección cinco presenta algunas notas sobre el papel del Estado y las tensiones sobre la gobernanza democrática de los nuevos espacios públicos de las sociedades modernas.



1

EL PAPEL DE LAS GRANDES PLATAFORMAS DE CONTENIDOS: DE CARRETERAS A *GATEKEEPERS*

Desde el inicio de las operaciones comerciales de Internet, varios países adoptaron la noción de que las plataformas no deberían tener responsabilidad legal sobre el contenido de terceros en los cuales ellas no intervinieran. La razón fundamental para eso fue que las plataformas eran consideradas como empresas de tecnología, y no como medios o editores. Se trataba de una carretera por la cual circulaban contenidos de terceros sobre los cuales los intermediarios tecnológicos no tenían ninguna incidencia, no aplicaban filtros, no realizaban vigilancia activa (salvo por presión de los Estados), ni alteraban o removían esos contenidos.

Esta protección es importante porque si las plataformas tuviesen responsabilidad legal por todo el contenido que sus usuarios publican, podría generar un efecto vsilenciador en esa red social. Ante el temor de ser acusados por contenidos ilegales, las empresas podrían aplicar una política más restrictiva respecto a estos contenidos, como precaución ante posibles demandas legales. Desde esta perspectiva, el monitoreo genérico y sistemático para filtrar esos contenidos sería el resultado esperable, con efectos negativos sobre la libertad de expresión, el acceso a la información y el proceso de deliberación pública.

Los dos instrumentos legales que en primer lugar firmaron esta perspectiva fueron la sección 230 del *Communications Decency Act* de los Estados Unidos (1996) y la Directiva de Comercio Electrónico de Europa (2000). Como indican las fechas, los actos no fueron creados en aquel momento bajo la realidad de la existencia de las redes sociales, y menos aún de su enorme dominio actual.

Las definiciones legales en Estados Unidos y Europa muestran que toda la protección legal (llamado “puerto seguro”) estaba concedido a las empresas en tanto su condición de intermediarias que no interfieren en el contenido de sus usuarios. La libertad reconocida para que pudiesen hacer moderación de contenido de terceros por iniciativa propia no previó que eso se tornara un

poder sobre la circulación de informaciones, con un papel de *gatekeepers* que hoy resulta evidente y está en el centro de los debates mundiales.

Esta comprensión sobre la responsabilidad de los intermediarios ha cambiado sustancialmente en los últimos años debido a la creciente evidencia de hechos (y declaraciones de parte) donde las principales empresas transnacionales del sector adoptan políticas y toman decisiones propias que implican interferencias a los contenidos generados y publicados por sus usuarios y, concomitantemente, a los contenidos a los cuales otros usuarios pueden acceder. Y no sólo por estar obligados por Estados u otros actores privados. Esto es, se debe mantener la no responsabilidad objetiva sobre contenidos de terceros donde no intervienen de ninguna manera, pero el debate se ha trasladado sobre cuál es la responsabilidad sobre las decisiones propias que suponen una intervención en los contenidos de terceros y en el (anteriormente) libre flujo de la información y la comunicación en sus redes.

"Los Relatores de Libertad de Expresión expresaron estar 'consternados' por 'sistemas de eliminación de contenidos basados en algoritmos o en el reconocimiento digital' que ´no son transparentes, incumplen los estándares mínimos de debido proceso y/o limitan de manera indebida el acceso a contenidos o su difusión."
(PNUD, 2021)



En 2011 un informe del entonces Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y de Expresión de las Naciones Unidas, Frank La Rue, daba debida cuenta del posible papel de *gatekeepers* que tenían los intermediarios dado que *"por la posición que ocupan y el rol que cumplen, los intermediarios se han erigido como puntos a través de los cuales es técnicamente posible ejercer el control de los contenidos en Internet"*.[3]

Esta nueva perspectiva se reforzó luego en las palabras del Relator siguiente, David Kaye, con motivo de la presentación de su Informe Anual 2016 ante el Consejo de Derechos Humanos del Informe sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Expresión y Opinión de 2016 que incluyó un capítulo sobre *"La libertad de expresión, los Estados y el sector*

3. Naciones Unidas. Asamblea General. Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Frank La Rue. A/HRC/17/27. 16 de mayo de 2011. Párr. 74. http://ap.ohchr.org/documents/dpage_s.aspx?m=85

privado en la era digital".[4] *"Es común para las compañías privadas censurar, vigilar, o realizar otras restricciones a la libertad de expresión, usualmente presionados por los gobiernos, pero algunas veces, por su propia iniciativa"*, señaló Kaye en esa oportunidad.

Como se mencionó anteriormente, el nuevo rol de los intermediarios como *gatekeepers* fue destacado con claridad en mayo de 2017 en una Declaración Conjunta de los Relatorías Especiales para la Libertad de Expresión de ONU, OSCE, OEA y África, que aborda las cuestiones referidas a la desinformación (*fake news*) y la propaganda en medios tradicionales e Internet.[5]

No obstante reiterar el criterio general de que los intermediarios nunca deben ser responsabilizados por ningún contenido de terceros relacionado a sus servicios -salvo algunas excepciones como se ha mencionado- el documento firmado por todos los Relatores coloca como parte de la agenda internacional de libertad de expresión la preocupación sobre el papel de algunas plataformas y aplicaciones que limitan el acceso y la difusión de información en la red, incluso removiendo contenidos de interés público por decisión propia y sin presiones estatales.

Los expertos expresaron estar *"consternados"* por *"sistemas de eliminación de contenidos basados en algoritmos o en el reconocimiento digital"* que *"no son transparentes, incumplen los estándares mínimos de debido proceso y/o limitan de manera indebida el acceso a contenidos o su difusión"*. En estos casos, la Declaración Conjunta recomendaba a las empresas intermediarias en Internet adoptar *"políticas claras"* basadas en *"criterios objetivamente justificados"* y no en metas ideológicas o políticas y, de ser posible, *"adoptadas luego de una consulta con los usuarios"*. También recordaba que los intermediarios, en tanto facilitan el ejercicio del derecho de libertad de expresión a través de las tecnologías digitales, tienen la responsabilidad de *"respetar los derechos humanos"* y advertía que *"deberían observar las garantías mínimas de debido proceso, lo que incluye la notificación oportuna a los usuarios cuando los contenidos que hayan creado, cargado o alojado puedan ser objeto de una acción por contenidos"* y dar al usuario la oportunidad de cuestionar la medida.[6]

---

4. https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G16/095/15/PDF/G1609515.pdf?OpenElement

5. http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&lID=2

6. **a.** Cuando los intermediarios pretendan tomar medidas para restringir los contenidos de terceros (como la eliminación o la moderación de contenidos) que excedan lo exigido legalmente, deberían adoptar políticas claras y preestablecidas que regulen estas medidas. Estas políticas deberían estar basadas en criterios objetivamente justificables, y no en fines ideológicos o políticos, y en lo posible deberían adoptarse tras mantener consultas con sus usuarios.

Este cambio de carreteras a *gatekeepers* se dio en un cambio de escenario entre las dos décadas de este siglo. Si hasta la década de 2000 las redes sociales eran una de las opciones de acceso a información, durante la década de 2010 ellas se firmaron como el espacio fundamental del ambiente informacional global. 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.

LA CONCENTRACIÓN EN INTERNET COMO AGRAVANTE

El rol de *gatekeepers* se agrava en un escenario de fuerte concentración en pocas empresas en Internet. Alphabet (Google), Amazon, Apple, Facebook y Microsoft están entre las ocho empresas más valiosas del mundo hoy, y ocupan las cuatro primeras posiciones en la lista de las que cotizan en bolsa.[7]

Junto con la gran capacidad de obtener ingresos a partir de sus servicios, estas empresas tienen un grado de concentración y de posición dominante muy importante frente a otros competidores. Por ejemplo, aunque hay numerosos motores de búsqueda disponibles en Internet, Google representa el 97,48% del tráfico de búsqueda en Internet en América Latina (feb 2021).[8]

---

b. Los intermediarios deberían adoptar medidas efectivas para asegurar que sus usuarios puedan consultar fácilmente y comprender las políticas y prácticas, incluidas las condiciones de servicio, que hayan establecido para las acciones contempladas en el párrafo 4(a), incluida información detallada sobre cómo se aplican, y cuando sea relevante, proporcionando guías explicativas o resúmenes claros, concisos y fáciles de entender sobre esas políticas y prácticas.

c. Al tomar medidas contempladas en el párrafo 4(a), los intermediarios deberían observar las garantías mínimas de debido proceso, lo que incluye la notificación oportuna a los usuarios cuando los contenidos que hayan creado, cargado o alojado puedan ser objeto de una acción por contenidos, y brindar al usuario la oportunidad de cuestionar la acción, ateniéndose exclusivamente a restricciones prácticas que sean lícitas o razonables, efectuando un control minucioso de las pretensiones planteadas al amparo de tales políticas antes de tomar cualquier medida y aplicando las medidas de manera coherente.

d. Los estándares estipulados en el párrafo 4(b) también deberían aplicarse, salvo únicamente en atención a necesidades de competencia u operativas legítimas, a cualquier proceso automatizado (algorítmico o de otro tipo) administrado por intermediarios para tomar medidas con respecto a contenidos de terceros o propios.

7. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_public_corporations_by_market_capitalization

8. https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/south-america

Varias de estas grandes empresas han logrado una posición cada vez más dominante en Internet no sólo por sus decisiones empresariales o el éxito de sus servicios entre la población sino mediante fusiones y adquisiciones.

Tomando como referencia el número de usuarios, Facebook tiene más de 2,7 mil millones, Instagram más de 1,2 mil millones, Twitter tiene 350 millones de cuentas registradas.[9] YouTube tiene más de 2,2 mil millones de usuarios activos mensuales. A depender de cómo se vea, estas empresas disputan segmentos distintos de mercado, pero al mismo tiempo pelean por la misma tarta de publicidad digital. La evaluación detallada del grado de concentración depende de la definición de mercados relevantes.

"El rol de gatekeepers se agrava en un escenario de fuerte concentración en pocas empresas en Internet."
(PNUD, 2021)



En octubre de 2020, el Departamento de Justicia de Estados Unidos (DOJ) demandó a Google por posición dominante en el negocio de las búsquedas de Internet, en una acusación hecha también por fiscales de los estados en los Estados Unidos. En Europa, Google y Facebook ya venían enfrentando casos. En 2017, la Comisión Europea aplicó a Google una multa de 2.4 mil millones de euros por favorecimiento de su propio servicio de ventas (Google Shopping) en su comparador de precios. Es la mayor multa aplicada por la Unión Europea por prácticas anti-competencia y la primera vez que la Comisión Europea sanciona un comportamiento relacionado a búsquedas por Internet.[10] En el mismo año, Facebook fue multado en Europa en 122 millones de Euros porque declaró —en el momento de la compra de WhatsApp—, que no podía asociar automáticamente las cuentas de los usuarios en su plataforma de red social y del servicio de mensajes electrónicos, lo que después adoptó como práctica.[11]

Los bancos de datos, por mantener las informaciones de usuarios cerradas y sin interoperabilidad, sufren efecto de red, haciendo que el usuario tenga fuertes incentivos a elegir las redes más grandes y los anunciantes tengan más valor agregado al invertir en la publicidad ofrecida por las gran-

9. https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

10. http://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/27/economia/1498554639_549183.html?id_externo_rsoc=FB_BR_CM

11. https://www.theguardian.com/business/2017/may/18/facebook-fined-eu-whatsapp-european-commission y https://techcrunch.com/2017/05/18/facebook-fined-122m-in-europe-over-misleading-whatsapp-filing/

des plataformas con bases más complejas. 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 que operan en mercados de dos lados.

El efecto de la concentración es 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 términos y servicios, una política de algoritmos, una política de relación con los anunciantes. La concentración, en este sentido, se transforma en un agravante para los riesgos que cualquier intermediario presenta al ejercicio de la libertad de expresión.

2



LA MODERACIÓN DE CONTENIDOS COMO FORMA DE REGULACIÓN PRIVADA DE LOS NUEVOS ESPACIOS PÚBLICOS

La intervención de los intermediarios en el intercambio de información y comunicación en las redes sociales se realiza a través de diversas formas de moderación de contenidos: todas las formas de indexación, priorización y remoción son, de hecho, procesos de edición de los contenidos que una persona puede tener acceso en Internet.

Para ello, las redes sociales trabajan también con un gran número de editores, para analizar contenido a partir de *guidelines* establecidas.[12] A título de ejemplo, Facebook declaró en 2020 que tiene 35 mil moderadores de contenido.

Por otra parte, la pandemia de la COVID-19 obligó a que las personas que revisan contenidos se fueran a sus casas, con la consecuencia que el filtrado de las publicaciones se realizara 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 pandemia.[13]

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 plataforma.[14]

Este proceso de moderación tiene mucho impacto sobre el acceso a la información y la deliberación democrática por el rol de espacios públicos que

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

13. 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/

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

juegan las plataformas privadas. La caracterización de este rol se da por la combinación de dos características.

En primer lugar, porque son hoy espacios muy relevantes de intercambio de información y opiniones. Esta relevancia se evidencia por la cantidad de usuarios y por la centralidad que ocupan en el debate público, con efectos políticos, sociales y culturales. Encuestas globales, como el ya citado *Digital News Report* del Instituto Reuters con la Universidad de Oxford,[15] también traen evidencias de que la importancia de tales redes como fuentes de información y ambientes de intercambio es creciente.

"Todas las formas de indexación, priorización y remoción son, de hecho, procesos de edición de los contenidos que una persona puede tener acceso en Internet."
(PNUD, 2021)



En segundo lugar, el poder de mercado significativo que tienen estas empresas crea un escenario de ausencia de efectiva competencia, lo que impide que el rol de organización de la dinámica de la esfera pública se distribuya entre diversos actores. Los indicadores apuntan a una clara dominancia de plataformas como Facebook, Google Search y YouTube en todas las regiones del mundo en que hay uso libre de esos servicios.

No solamente la caracterización de los servicios como espacios públicos justifica el tratamiento público de estos temas. Cualquier empresa tiene la obligación de respetar los derechos humanos de las personas que utilizan sus servicios, tal como fue establecido en los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, aprobados por el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas en 2011.

Más relevante es la aplicación de estos principios cuando se trata de empresas que ofrecen servicios de acceso e intercambio de información y comunicación. En un informe especial sobre el rol del sector privado en la era digital, el Relator de las Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión, David Kaye, recuerda que en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos se reafirma que *"los Estados deben cerciorarse de que no solo los órganos estatales, sino también las empresas bajo su jurisdicción respetan los derechos humanos".*[16]

15. http://www.digitalnewsreport.org/

16. http://www.ohchr.org/EN/Issues/FreedomOpinion/Pages/Privatesectorinthedigitalage.aspx

Así, por la centralidad que tienen las plataformas en el proceso de intercambio de información, por su poder de mercado significativo y por la obligación de que respeten derechos humanos, parece clara la necesidad de abordar este tema como un tema de la agenda pública.

Un capítulo aparte del debate de moderación de contenidos es el tema de la desinformación, a partir de la ampliación de la ocurrencia de *fake news* en la segunda mitad de la década de 2010. El tema de la confiabilidad de la información no era, hasta aquella fecha, un tema que demandaba atención especial. Aunque, en parte de los casos, pluralismo y diversidad dependieran de medidas positivas de regulación y políticas públicas, la transparencia del debate público y la búsqueda de credibilidad por parte de los medios de comunicación tradicionales ayudaron a hacer de la confiabilidad de la información un problema menos relevante hasta la década de 2010.

La combinación de la intermediación editorial, ampliación de los interlocutores y de la arquitectura opaca creó un ambiente favorable a prácticas de desinformación, entendidas, como la definen PNUD y UNESCO, como *"contenido falso, manipulado o engañoso, creado y difundido de forma no intencionada o intencionada, y que puede causar un daño potencial a la paz, los derechos humanos y el desarrollo sostenible"*.



"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 prácticas post pandemia."
(PNUD, 2021)

Después de polémicas sobre tratamiento de contenidos relacionados a procesos electorales y a salud pública, crecieron las críticas de que las plataformas estarían haciendo poco para enfrentar los problemas de desinformación, discurso de odio y violencia en línea. Pero por otro lado, críticos señalan el problema contrario: las plataformas estarían moderando mucho contenido y ejerciendo censura privada sobre contenidos de terceros.

Lo que une las críticas sobre 'exceso' y 'falta' de moderación es la ausencia de parámetros públicos que guíen las políticas de moderación de contenido y el refuerzo de aplicación de reglas privadas sobre la información. Experiencias regulatorias han sido intentadas en diferentes partes del mundo, pero no hay todavía referentes claramente positivos.

Preocupada con el contexto de la desinformación en contexto electoral, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión In-

teramericana de Derechos Humanos (CIDH) publicó el documento *"Desinformación en contextos electorales. Guía de recomendaciones para garantizar la libertad de expresión, acceso a información de diversas fuentes en internet durante el desarrollo de procesos electorales, sin interferencias indebidas".*[17] En Europa, el Grupo de Alto Nivel sobre noticias falsas y desinformación en línea desarrolló, a pedido de la Comisión Europea, un Código de Prácticas que fue firmado por las principales plataformas. El código establece compromisos de las plataformas en la identificación y combate a la desinformación.

"Por la centralidad que tienen las plataformas en el proceso de intercambio de información, por su poder de mercado significativo y por la obligación de que respeten derechos humanos, parece clara la necesidad de abordar este tema en la agenda pública."
(PNUD, 2021)



Propuestas publicadas por la sociedad civil recientemente también ayudan a la comprensión de la manera como las empresas lidian con el fenómeno y que tipo de soluciones pueden ser movilizadas para enfrentarlo. Un ejemplo es el documento publicado por el Foro Información y Democracia, liderado por Reporteros Sin Fronteras, con 250 recomendaciones en cómo enfrentar la 'infodemia'.[18]

17. https://www.observacom.org/cidh-presenta-avances-de-recomendaciones-sobre-desinformacion-en-contextos-electorales/

18. https://informationdemocracy.org/working-groups/concrete-solutions-against-the-infodemic/

3



RESTRICCIONES A LA INFORMACIÓN, LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA DELIBERACIÓN PÚBLICA EN INTERNET

El proceso de moderación de contenidos puede garantizar derechos, pero puede ser un riesgo a la libertad de expresión y otros derechos humanos.

Entre las restricciones directas derivadas de la intervención de los intermediarios sobre la libertad de expresión, se distinguen las que se realizan por órdenes o presiones externas del Estado (gobiernos, Justicia u otros) o de actores privados (personas, organizaciones o empresas), de las que son el resultado de decisiones propias de los intermediarios.

Entre estas últimas, se encuentra la intervención sobre contenidos de terceros por una eventual violación de los términos de uso, así como los resultados de la indexación y jerarquización de la información por algoritmos.

La evidencia muestra que hay límites difusos entre el bloqueo, la indexación o la remoción de contenidos de terceros que podrían catalogarse como legítimos -por colisión grave con otros derechos fundamentales-, y las intervenciones que no son compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos.

Las restricciones directas de las grandes plataformas a la libertad de expresión y la deliberación pública en Internet pueden ser divididas en cinco tipos:

A. Remoción, desindexación o bloqueo de contenidos por decisiones judiciales, presión de Estado y actores privados

En los informes de transparencia de Google, Facebook y Twitter queda claro el gran peso de los pedidos de remoción y moderación por órdenes estatales –lo que incluye, para las empresas, a todas las autoridades gubernamentales, así como las órdenes judiciales– y, dentro del sector privado, por cuestiones relacionadas con los derechos de propiedad intelectual. Hay evidencias de abuso de la aplicación de las leyes de difamación para impedir u obstaculizar expresiones críticas protegidas por la libertad de expresión. También hay evidencias de

solicitudes privadas de remoción por la supuesta violación de derechos de autor, que afectan contenidos de interés público. Ambos tipos de restricciones (muchas veces ilegítimas), son problemas muy importantes en muchos de los países de la región y no son las plataformas las directamente responsables por ello.

B. Remoción, desindexación o bloqueo de contenidos por decisión propia

Estas decisiones se adoptan discrecionalmente y se fundamentan por el no cumplimiento de términos de servicio o políticas comunitarias exigidos a los usuarios para poder utilizar una determinada plataforma para informarse o comunicarse. Sin embargo, estos términos muchas veces no respetan los parámetros internacionales de libertad de expresión, y su aplicación se realiza sin debido proceso y sin transparencia.

En los últimos años Facebook, Google y Twitter pasaron a incluir en sus informes de transparencia los datos sobre remoción de contenido por no respeto a sus normas comunitarias. 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 determinadas por la propia empresa a sus políticas sobre desnudez adulta hasta cuentas falsas, pasando por discurso de odio y violencia.[19] En 2019, YouTube removió globalmente más de 12 millones de canales, lo que generó la remoción de 259 millones de videos.[20] Además, fueron eliminados casi 32 millones de videos específicos. Twitter tomó acciones sobre más de 2 millones de cuentas en el



“Los términos de servicio o políticas exigidos a los usuarios muchas veces no respetan los parámetros internacionales de libertad de expresión, y su aplicación se realiza sin debido proceso y sin transparencia.”
(PNUD, 2021)

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

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

segundo semestre de 2019. En el período, hubo 873 mil cuentas removidas y casi 3 millones de contenidos removidos, crecimiento de 50% en relación al periodo anterior.

C. Priorización de contenidos informativos, ideas y opiniones

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. Los algoritmos utilizan criterios de recomendación por afinidad, y muchas veces también el contenido gana tracción por adhesión (*likes* y *shares*), promoviendo informaciones que no son veraces o fiables.

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 cúmulo 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).



> **“Los algoritmos y la inteligencia artificial son guiados por valores más relacionados a uniformidad y semejanza que a valores de pluralismo y diversidad.”**
> **(PNUD, 2021)**

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.

En este escenario, 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. Además de este funcionamiento de las redes sociales, los motores de búsqueda y plataformas de video también ofrecen contenido personalizado a partir de las características y comportamiento anterior del usuario. En YouTube, por ejemplo, los sistemas de recomendación son responsables por 70% de las visualizaciones de videos,[21] según informa la propia compañía.

Además de la diversidad informativa, 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), la definición de catálogos por algoritmos influencia totalmente el consumo efectivo de los usuarios. Sin definiciones de medidas específicas de promoción al contenido doméstico, la tendencia es de 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 Latina.[22]

D. Fragmentación del debate público y silenciamiento de voces diversas

El riesgo de segmentación del debate público se sitúa en el diseño mismo de las plataformas y aplicaciones. Los algoritmos de ordenamiento y selección muestran, destacan u ocultan información y opiniones basadas en criterios de jerarquización sostenidos en las preferencias y elecciones anteriores de los usuarios, a fin de ampliar su compromiso en la plataforma.

Desde una perspectiva del modelo de servicio, la opción de curaduría 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 en contradicción con valores normativos de la democracia.

21. https://blog.hootsuite.com/how-the-youtube-algorithm-works/

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

Esta contradicción está directamente relacionada con el 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. 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 curaduría, las plataformas la organizan por un modelo de la economía de la atención.

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 menor efecto en Twitter, que no tiene la segmentación como característica organizadora. Entonces, para cada usuario una parte significativa del debate público es opaco.

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.

El debate público, cuando es fragmentado y no transparente, adquiere contornos oscuros. Impide el escrutinio público de ideas y dificulta la visibilidad de perspectivas contradictorias. La segmentación del debate público por los efectos de algoritmo no tiene efecto solamente en la diversidad y pluralismo de informaciones consumidas, también en el direccionamiento de la publicidad y de la propaganda política.[23]

E. Restricciones indirectas: el impacto en la sostenibilidad de los medios de comunicación

Además de las restricciones directas, hay algunas situaciones donde las decisiones y acciones de los intermediarios impactan indirectamente en la libertad de expresión. Eso se da cuando los servicios y nuevos modelos de negocios impactan económicamente en los productores nacionales de contenidos informativos y periodísticos, afectando su sostenibilidad y generando impactos sobre la diversidad y el

23. https://scout.ai/story/the-rise-of-the-weaponized-ai-propaganda-machine

pluralismo. El tema de sostenibilidad está conectado también al tema de la tributación, que impacta la condición económica de los países y la justicia fiscal.

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 parecería estar afectando indirectamente la diversidad y el pluralismo, en tanto impacta negativamente en los recursos económicos que reciben los productores de contenidos informativos tradicionales, en especial aquellos que tienen costos fijos altos, como los que realizan periodismo de investigación y *hard news*.



"La creciente incidencia de intermediarios como puerta de acceso a contenidos informativos en Internet ha generado un cambio en el flujo de recursos dentro de la economía digital que parecería afectar indirectamente a la diversidad y el pluralismo."
(PNUD, 2021)

El crecimiento de la publicidad en Internet se está concentrando fundamentalmente en dos empresas: Google y Facebook. Según la News Media Alliance, las dos empresas acaparan el 60% del mercado publicitario y el 40% restante se disputa no solo entre editores sino entre todo el resto de los jugadores del ecosistema de publicidad en línea, entre los que se destacan otros gigantes tecnológicos como Amazon y Twitter, así como blogs, motores de búsqueda y otros sitios de noticias.[24] El recurso de publicidad es clave para las empresas: en 2018, 98% de los ingresos de Facebook y 85% de los Google han venido de esta fuente.[25]

El debate sobre el impacto económico para las empresas periodísticas tiene que ver con temas de fondo, como el referido a los nuevos modelos de negocios en el ambiente digital y las posibles alianzas de los intermediarios con las empresas periodísticas. Aunque el movimiento de transferencia de recursos sea visible, especialmente por

24. https://www.observacom.org/poder-de-los-intermediarios-de-internet-en-estados-unidos-cual-es-su-real-incidencia-en-el-negocio-de-la-prensa-y-en-la-innovacion/

25. https://www.digitalsme.eu/the-digital-services-act-and-the-role-of-social-media-platforms/

el cambio de destino de la publicidad digital, hay muchas variables involucradas. La cuestión es entender en qué medida el pluralismo y la diversidad informativa están amenazados por las tendencias que se observan hoy.[26]

Una cuestión importante para desarrollar nuevos modelos de negocio es saber cuánto las aplicaciones son aliadas o competidoras de las empresas periodísticas. Un estudio sobre las formas de acceso a los sitios de los cinco principales periódicos de Francia, Alemania, España y Reino Unido identifica que 66% del tráfico viene de remisiones, y 34% es de acceso directo.[27] Estos datos indican la complejidad del ecosistema.

26. Es cierto que la discusión sobre la sobrevivencia tiene que ir más allá de los ingresos de publicidad y de los distintos modelos de cobranza directa para también discutir otros modelos de negocio. En paper publicado junto a investigación anterior de OBSERVACOM, Caio Túlio Costa afirma:*la gran prensa tradicional es quien más tiene sentido la crisis y quien más se reacia a convertirse en su negocio de punta-cabeza, invertir en tecnología, monitorear y abrazar los medios sociales, incentivar la hiper distribución de sus contenidos, trabajar publicidad en red independiente, crear experiencia para traer ingresos de servicios de valor agregados y, con ello, sobrevivir".*
Una parte de este listado tiene ocurrido. Aun creyendo en la posibilidad de disputar publicidad con las gigantes, los periódicos tienen apostado en estrategias de alianzas. En junio de 2017, fue anunciada una alianza de grandes empresas de medios de los Estados Unidos para agrupar datos y lidiar con la competencia de Google y Facebook. Ella incluye periódicos como *The New York Times, Daily News, Penske Media* y canales como *The Weather*. En 2015, una experiencia liderada por The Guardian reunió CNN y Reuters para vender anuncios programáticos, y en 2016 Alemania asistió a ocho grandes grupos reunirse para juntar datos y enfrentar Google y Facebook.
Once de los más grandes periódicos de América Latina mantienen una red llamada Grupo de Diarios América para vender publicidad digital para la versión online de ellos en Estados Unidos. En Brasil, fue creada la red Digital Premium, reuniendo 65 sitios de periódicos. En 2017, la red ha adherido a la publicidad programática de Google.

27. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-impact-of-web-traffic-on-newspaper-revenues-2016.pdf

4



EL PAPEL DEL ESTADO Y LAS TENSIONES SOBRE LA GOBERNANZA DEMOCRÁTICA

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 ha guiado la adopción de diversos sistemas de medios de comunicación públicos o de mecanismos de regulación sectorial, que ha sido parte del desarrollo de países especialmente en América del Norte y Europa.

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. Sin embargo, la discusión sobre la gobernanza democrática estuvo concentrada, en las primeras décadas de funcionamiento de la web, en los aspectos técnicos y en la capa lógica de Internet. Pero el crecimiento de las redes y la concentración de la circulación de información en pocas plataformas han traído la necesidad de actualizar el debate sobre la gobernanza democrática.

El avance en la discusión sobre el papel de los Estados y sobre la gobernanza democrática de los servicios y aplicaciones de intercambio de información en Internet (y los puntos de tensión en el debate sobre su regulación) pasa por la comprensión de los aspectos ya mencionados: su nuevo rol como espacio público (en especial de las grandes plataformas de contenidos), el impacto de la acción de las plataformas sobre libertad de expresión como *gatekeepers*, y los efectos agravantes de la concentración de este papel en unas pocas corporaciones transnacionales.

Al respecto, la Alta Comisionada de Derechos Humanos de Naciones Unidas, Michelle Bachelet, instó a los Estados a adoptar una *"combinación inteligente de medidas para regular las nuevas tecnologías"*. Durante una visita a

Silicon Valley, Bachelet aseguró que *"no podemos esperar que los gigantes tecnológicos se auto-regulen de forma efectiva, tampoco creo que queramos que lo hagan"*. *"Dejar que las empresas desarrollen sus propias reglas y se auto-regulen significa darles mucho poder e inevitablemente llevará a la fragmentación de abordajes en una industria que precisa regulación"*, explicó la Alta Comisionada de Derechos Humanos de la ONU.[28]

La Relatora Especial en Formas Contemporáneas de Racismo, Discriminación racial, Xenofobia e Intolerancia de Naciones Unidas, Tendayi Achiume, elaboró un informe sobre discriminación racial y tecnologías digitales emergentes, en que afirma que *"desde una perspectiva de derechos humanos, confiar en que las compañías se auto-regulen es un error y una abdicación de la responsabilidad del Estado"*.

"Dejar que las empresas desarrollen sus propias reglas y se auto-regulen significa darles mucho poder e inevitablemente llevará a la fragmentación de abordajes en una industria que precisa regulación"
Michelle Bachelet, Alta Comisionada de Derechos Humanos de la ONU.
(PNUD, 2021)



Desde 2017, fueron implementadas políticas de regulación, co-regulación y autorregulación con impacto en la moderación de contenidos. Alemania aprobó el *NetzDG*, que impone obligaciones de moderación de contenido a las plataformas. La ley fue criticada por organizaciones como Reporteros Sin Fronteras por crear un efecto de enfriamiento sobre la libertad de expresión, pero evaluaciones académicas posteriores muestran que no hubo '*overblocking*'.[29]

En 2018, la Comisión Europea logró un acuerdo con Google, Twitter y Facebook para introducir cambios en sus términos y condiciones de funcionamiento para adecuarse a la normativa europea, en un hecho sin antecedentes y que significa un primer paso para la regulación de las plataformas de intermediarios para la protección de sus usuarios. Los acuerdos incluyen asuntos de jurisdicción aplicable, derechos de los consumidores, comunicaciones comerciales, entre otros.[30]

28. https://www.observacom.org/michelle-bachelet-onu-insto-a-los-estados-a-regular-a-las-plataformas-de-internet-con-un-mix-inteligente-de-medidas/

29. https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/News/PM/090920_Juristisches_Gutachten_Netz.pdf?__blob=publicationFile&v=3

30. https://www.observacom.org/gigantes-tecnologicos-deberan-adecuar-terminos-y-condiciones-para-ajustarse-a-la-legislacion-europea-de-proteccion-de-derechos-de-usuarios/

Algunas propuestas importantes fueron presentadas en 2020. 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.

El Reino Unido ha anunciado en noviembre la creación de una Unidad de Mercados Digitales, dedicada a introducir y hacer cumplir un nuevo código que regule el comportamiento de las plataformas que actualmente dominan el mercado, como Google y Facebook. El país también publicó, en diciembre, el proyecto de ley con base en el *White Paper on Online Harms*, que define un 'deber de cuidado' de las plataformas con sus usuarios, especialmente contra discurso de odio y desinformación y para protección del público infantil.

> **"Un grupo de organizaciones latinoamericanas, entre ellas OBSERVACOM, ha elaborado una completa propuesta de estándares democráticas como una perspectiva distinta para abordar una regulación que garantice mayor libertad de expresión en Internet."**
> **(PNUD, 2021)**



También en diciembre, Europa ha publicado el *Digital Services Act*, que propone una revisión de la Directiva de *E-commerce* y la definición de regulación ex-ante de plataformas digitales con papel de *gatekeeper*. La iniciativa busca combatir la distribución de discurso de odio y daños asociados para la sociedad, el discurso público y la democracia, e impedir la dominancia de las grandes plataformas en ciertos mercados.[31]

Gran parte de las reacciones de los Poderes Ejecutivos y Legislativos está directamente relacionada a contextos políticos específicos, lo que aumenta el riesgo de que los procesos de cambio sean contaminados por intereses políticos particulares.

Mientras tanto, desde la Sociedad Civil latinoamericana surgen alternativas más equilibradas y compatibles con estándares internacionales. Un grupo de organizaciones entre las que se encuentra OBSERVACOM (Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia), han elaborado una completa propuesta de estándares democráticas como una perspectiva distinta para abordar una regulación que garantice mayor libertad de expresión en Internet, y no menos.

31. https://www.digitalsme.eu/the-digital-services-act-and-the-role-of-social-media-platforms/

La iniciativa *"Estándares para una regulación democrática de las grandes plataformas que garantice la libertad de expresión en línea y una Internet libre y abierta"* [32] propone mantener esfuerzos de autorregulación más adecuados, con formas de co-regulación y regulación pública inteligente, de forma de limitar el poder de las grandes plataformas para proteger los derechos de los usuarios de redes sociales.

"El desafío es asegurar entornos regulatorios adecuados para proteger los derechos humanos ante las acciones de los gigantes tecnológicos, con el único fin de garantizar el pleno ejercicio de la libertad de expresión e información y una Internet libre y abierta."
(PNUD, 2021)



El desafío es asegurar entornos regulatorios adecuados para proteger los derechos humanos ante las acciones de los gigantes tecnológicos, con el único fin de garantizar el pleno ejercicio de la libertad de expresión e información y una Internet libre y abierta. En este escenario, la pregunta acerca de qué regulación pública es estrictamente necesaria, equilibrada y democrática debe ocupar el centro de los debates.

32. https://www.observacom.org/wp-content-uploads-2020-09-estandares-regulacion-grandes-plataformas-internet-pdf/



EL PAPEL DE LAS GRANDES PLATAFORMAS DE INTERNET Y SU IMPACTO SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA DELIBERACIÓN PÚBLICA

MARZO 2021

PNUD

OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación de Medios y Convergencia