

---

# ACABAR CON LA INFODEMIA

---

RECOMENDACIONES SOBRE LA  
TRANSPARENCIA DE LAS PLATAFORMAS

MAYO 2022



Foro sobre  
Información  
y Democracia



Con el apoyo de

**OBSERVACOM**

Observatorio Latinoamericano  
de Regulación de Medios y Convergencia

# CÓMO ABORDAR EL CAOS INFORMATIVO



**Por Christophe Deloire, Presidente del Foro sobre Información y Democracia**

*Con la creación de la Comisión Internacional sobre Información y Democracia en septiembre de 2018, nos comprometimos a definir los principios del espacio global de la información y la comunicación, en tanto “bien común de la humanidad”, a fin de imponer garantías democráticas.*

*A pocos días de su publicación, en noviembre de 2018, la Declaración de Principios sobre Información y Democracia fue respaldada por el secretario general de las Naciones Unidas, António Guterres, por la directora general de la UNESCO, Audrey Azoulay, y por doce jefes de Estado y jefes de gobierno.*

***El presidente francés, Emmanuel Macron, presentó la iniciativa durante la Cumbre del G7 en Biarritz, previo al lanzamiento del Pacto Internacional para la Información y la Democracia, durante la reunión de la Alianza por el Multilateralismo, paralela a la Asamblea General de las Naciones Unidas de 2019.***

*Creado a fines de 2019 por iniciativa de once organizaciones, centros de investigación y think tanks, el Foro tiene como objetivo implementar el Pacto, que ya han firmado 38 países. En junio de 2020 se constituyó el primer grupo de trabajo sobre infodemias.*

*En una reunión de la Alianza por el Multilateralismo, que reunió a 50 ministros de Relaciones Exteriores a instancias del ministro francés Jean-Yves Le Drian y el ministro alemán Heiko Maas, muchos representantes celebraron la creación de este grupo de trabajo y se comprometieron a quedar atentos a sus recomendaciones.*

*Este informe es el fruto del trabajo del Comité Directivo copresidido por Maria Ressa y Marietje Schaake, además de decenas de investigadores y juristas de todos los continentes, cuyos esfuerzos han quedado plasmados en un equipo de reporteros. Hoy quisiera rendir un homenaje especial a todas ellas y ellos.*

*La Iniciativa para la Información y la Democracia demuestra que **es posible encontrar una solución estructural que ponga fin al caos informativo, que hoy representa una amenaza vital para las democracias.** El ejercicio de los derechos humanos presupone que los sistemas democráticos impondrán reglas a las entidades responsables de diseñar los estándares y arquitecturas de elección en el espacio digital.*

*Esta iniciativa demuestra **una capacidad para reinventar el multilateralismo, con una articulación innovadora entre los Estados y la sociedad civil.** Este proceso, iniciado por Reporteros Sin Fronteras (RSF), ha dado como resultado un texto intergubernamental.*

*Los estados signatarios del Pacto para la Información y la Democracia representan ahora una coalición que puede influir en la implementación de una visión democrática en el espacio digital.*

*El Foro sobre Información y Democracia tiene independencia total de los Estados. Sin embargo, su trabajo tiene como objetivo ser la materia prima para el marco regulatorio. Por lo tanto, el Foro tiene un importante rol que desempeñar en enfrentar la emergencia democrática.*

# PREFACIO

## POR MARIA RESSA



**Copresidenta del Comité Directivo del Grupo de Trabajo sobre Infodemias**

*Conozco de primera fuente por qué y cómo está muriendo la democracia, y por qué los periodistas están siendo atacados permanentemente. Esto se debe en parte, al lugar que ocupó en primera línea en Filipinas: como blanco, veo la evolución de los ataques en línea y cómo weaponizan la ley. Como directora editorial de un grupo de noticias, me veo enfrentada casi a diario a decisiones que desafían nuestra profesión, y como directora de negocios y tecnologías de Rappler, veo cómo la tecnología está destruyendo nuestro modelo de negocios.*

*Las redes sociales, que en su momento fueron facilitadoras, hoy día son destructoras, generando división y promoviendo el pensamiento —“nosotros contra ellos”— en el diseño de sus plataformas. No es coincidencia que los líderes divisores alcancen los mejores desempeños en las redes sociales.*

*En estos momentos Facebook es el distribuidor de noticias más grande del mundo. Excepto que existe una trampa: cuando las mentiras están mezcladas con ira y odio se propagan más rápido y concitan más atención que el tedioso acontecer noticioso. Además, crean un efecto de tendencia popular de consenso artificial, por ser una mentira.*

*Cuando una mentira es repetida un millón de veces se convierte en un hecho. Sin hechos, no puede haber verdad. Sin verdad, no puede haber confianza. Sin estos tres, la democracia, tal como la conocemos, está muerta.*

*En 2016, advertí que lo que estaba ocurriendo en Filipinas pronto se transformaría en una democracia muy cerca de ustedes: los brutales asesinatos cometidos por las fuerzas del orden, incitados por el odio exponencial que circula en las redes sociales hacia periodistas, activistas de los derechos humanos y políticos de oposición.*

*Nuestro presente distópico es vuestro futuro y es una realidad que ya está aquí.*

*En todo el mundo, los autoritarios populistas digitales usan esta política de tierra quemada para salir electos. Luego, hacen uso de los poderes formales que les ofrecen sus cargos y las herramientas de la democracia para socavar la institucionalidad desde adentro.*

*Ya es hora de poner fin al juego de “golpea al topo”, como enfoque de las plataformas tecnológicas para reparar lo que han destruido.*

*Es por esto que la iniciativa del Foro sobre Información y Democracia me resulta personalmente satisfactoria: descubrimos a expertas y expertos empeñados en encontrar soluciones estructurales para reparar nuestra distopía de la información. En el trabajo desarrollado con el equipo de reporteros y liderado por Delphine Halgand-Mishra, presentamos estas ideas.*

*El enfoque intergubernamental de las 38 naciones que constituyen el Pacto para la Información y la Democracia me trae a la memoria el fin de la Segunda Guerra Mundial, 75 años atrás, cuando el mundo entero se unió para encontrar soluciones internacionales, multilaterales que evitaran que la humanidad se destruyera a sí misma, incluidas la OTAN, Bretton Woods y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.*

*Me llena de esperanza trabajar sobre este tema junto a mi copresidenta, Marietje Schaake y un comité directivo estelar. Aun cuando estamos de pie sobre los escombros de un mundo que ya fue, podemos construir algo mejor: un mundo más igualitario, más sostenible y compasivo.*

*Únete a nosotros.*

# PREFACIO

## POR MARIETJE SCHAAKE



**Copresidenta del Comité Directivo del Grupo de Trabajo sobre Infodemias**

*Durante mucho tiempo el tema de la tecnología fue puesto en el primer lugar del debate sobre democracia y digitalización. Muchos líderes políticos y ejecutivos de empresas, radicados en países democráticos, esperaban confiados y prometían que - sin garantías explícitas- la tecnología liberalizaría a las sociedades y emanciparía a los individuos. Eso fue una ilusión. En los países no democráticos, la gente tuvo que enfrentar los daños manifiestos de la vigilancia y la represión, generalmente ayudados por sistemas provenientes de occidente. Al esperar y no regular, se perdieron importantes lecciones para la supervivencia de los principios democráticos.*

*Lo vivido en los últimos años, ha sido un llamado de atención para quienes lo necesitaban. La intervención extranjera durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y en muchas otras elecciones a nivel mundial, utilizó las plataformas de las redes sociales como sus vehículos favoritos. Los ecosistemas regidos por criterios comerciales son los que definen la información que circula en las redes sociales para miles de millones de personas. Esta conectividad da lugar a nuevas vulnerabilidades. Por lo tanto, sin garantías explícitas y exigibles, las tecnologías que prometieron promover la democracia terminarán socavándola.*

*Es vital hoy día que la democracia se vuelva más resiliente. El Foro sobre Información y Democracia propone una serie de medidas en las políticas para los gobiernos democráticos y sus partidarios. Es necesario reforzar la transparencia y la rendición de cuentas. La moderación de contenido debe realizarse conforme a los mandatos democráticos y estar sujeta a supervisión. Es necesario comprender los efectos de las nuevas plataformas, donde la desinformación puede viralizarse del mismo modo que lo hacen los servicios de mensajería privada.*

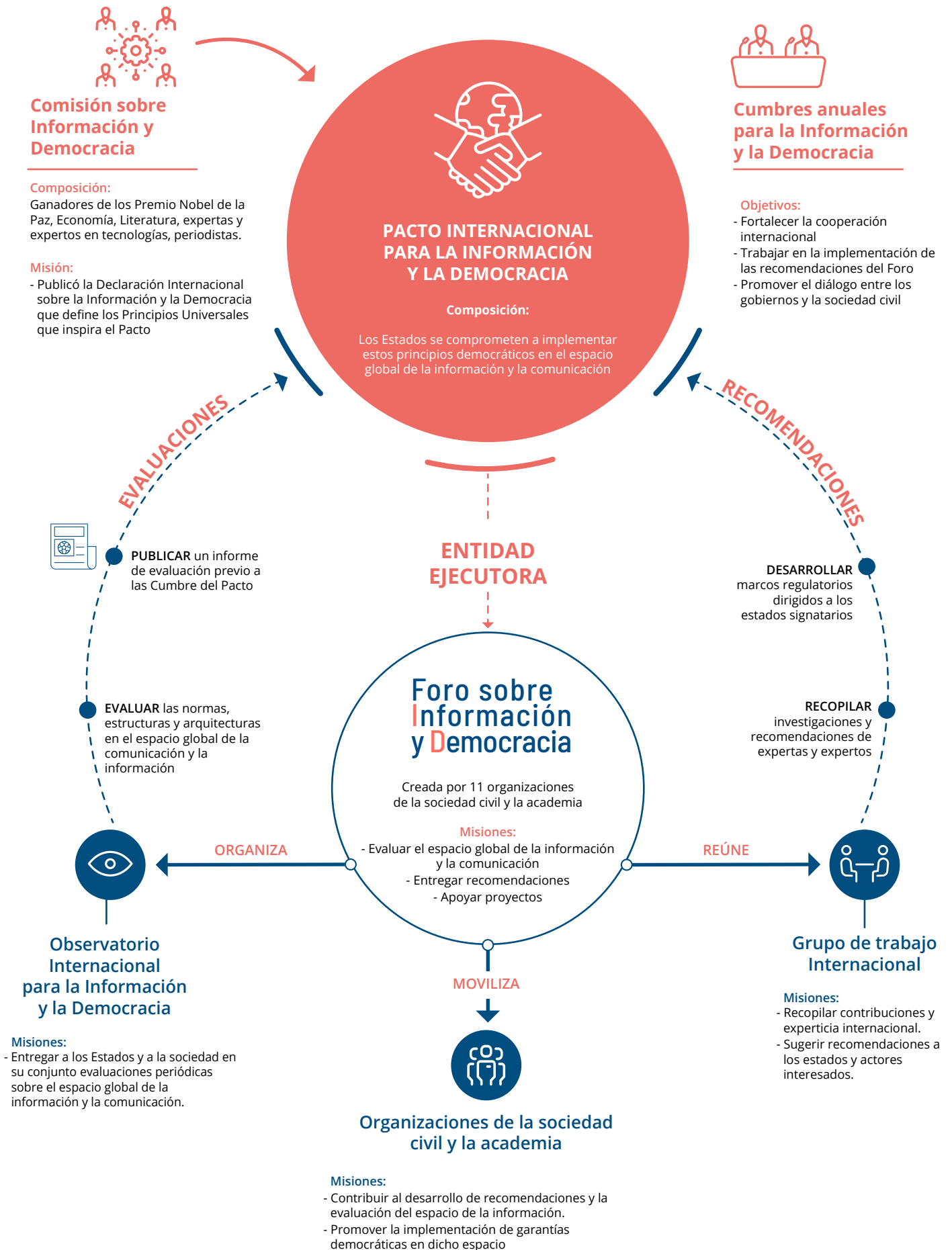
*Mediante una coalición democrática global se debe proponer una alternativa significativa a los dos modelos dominantes de gobernanza tecnológica: el modelo privatizado y el modelo autoritario. En el Pacto intergubernamental sobre Información y Democracia, los líderes democráticos reconocen el espacio de la comunicación y la información como un "bien común". Ahora, les corresponde implementar sus compromisos en políticas a nivel nacional e internacional. Nuestras recomendaciones han sido diseñadas para dar forma y apoyar su agenda política. Las organizaciones de la sociedad civil y un amplio grupo de personas con ideas afines deben dejar en claro que vale la pena luchar por la democracia.*

*¡Ahora es tiempo de implementar una agenda positiva para el cambio!*



# INICITIVA SOBRE INFORMACIÓN Y DEMOCRACIA

Ofreciendo garantías democráticas en el espacio global de la comunicación y la información



# Transparencia de las Plataformas

---

El acceso a datos cualitativos y cuantitativos de las principales plataformas digitales y a sus algoritmos es requisito previo para su evaluación. Es necesario, por tanto, imponer requisitos de transparencia a dichas plataformas con el fin de determinar si están respetando sus responsabilidades en dichas áreas y, de manera general, en sus modelos de negocio y elecciones algorítmicas.

# Contenidos

---

**INTRODUCCIÓN** – ¿Por qué transparencia? ¿Transparencia de quién?

## **1. PERÍMETROS DE LA TRANSPARENCIA**

- 1.1. Principios Generales
- 1.2. Términos de Servicio (TDS) / Lineamientos de la Comunidad / Políticas Internas
- 1.3. Aviso de Violación a los Términos de Servicio (TDS) o Leyes
  - 1.3.a Eliminación de contenido, contenido marcado, cuentas inhabilitadas y contenido restante
  - 1.3.b Notificación de usuarios y mecanismo de reparación
  - 1.3.c Marcadores de confianza
- 1.4. Algoritmos y Moderación de Contenido, Ranking, Targeting
- 1.5. Divulgación del Alcance del Contenido: Base de Datos Pública de Contenido Clasificado por Alcance
- 1.6. Divulgación de Publicidad: Base de Datos Pública de Publicidad
- 1.7. Información sobre el Uso de los Datos de los Usuarios
- 1.8. Evaluaciones Obligatorias sobre el Impacto en los Derechos Humanos

## **2. GOBERNANZA DE LA TRANSPARENCIA**

- 2.1. Garantías Democráticas y Transparencia de los Gobiernos
- 2.2. Auditoría de los Requisitos de Transparencia
- 2.3. Tres Niveles de Divulgación
- 2.4. Modelos de Regulación de Transparencia Regionales y Nacionales
  - 2.4.a Modelo de regulación de transparencia europeo
  - 2.4.b Modelo de regulación de transparencia de los Estados Unidos
  - 2.4.c Otros modelos de regulación regional y nacional
- 2.5. Sanciones por Incumplimiento

# INTRODUCCIÓN

¿POR QUÉ TRANSPARENCIA?

**Es tiempo de implementar una transparencia real y legalmente vinculante de los proveedores de servicios en línea que estructuran el espacio global de la información y la comunicación<sup>1</sup>.**

**Es tiempo de moverse desde la auto-regulación a la regulación pública** en los requerimientos de transparencia de las plataformas digitales<sup>2</sup>, garantizando que se proteja la libertad de expresión sin sofocar la innovación.

La regulación pública conectada de manera directa con la moderación de contenido (enfoque para la eliminación de contenido), es mucho más peligrosa y podría dar pie a la creación de un marco de censura que dañe la libertad de expresión además de otros derechos y libertades. La transparencia debe adoptarse de acuerdo con los estándares del estado de derecho tal y como se entiende en las sociedades democráticas, y la transparencia también debe ser un mandato de los gobiernos. En algunas jurisdicciones, las exigencias de los gobiernos pueden ser tan problemáticas como las políticas de la empresa.

Es necesario un nuevo enfoque de transparencia legalmente vinculante para dar solución a muchos de los problemas de desinformación y moderación de contenido en línea. **Este es el primer paso para una mejor supervisión, mayor responsabilidad y recuperación de las confianzas<sup>3</sup> entre plataformas, gobiernos y público.** Es el primer paso hacia políticas robustas basadas en evidencia y hacia una mayor regulación por parte de los gobiernos. Es el primer paso para facilitar que los proveedores de servicios en línea se responsabilicen de los problemas y debilidades<sup>4</sup> que ya no les es posible ocultar. Un nuevo enfoque de transparencia radical es un primer paso para empoderar a la ciudadanía.

**Una transparencia impuesta jurídicamente no es una fórmula mágica que resolverá todos los problemas, pero sí es condición necesaria para desarrollar equilibrios de poder** más moderados entre las plataformas privadas y las sociedades democráticas. El comportamiento de las plataformas en su lucha contra la desinformación seguirá evolucionando en la medida que tanto los riesgos como los daños en línea sigan evolucionando; el marco regulatorio no debería apuntar a dictar su comportamiento, sino más bien a crear las condiciones necesarias para sostener diálogos significativos y abiertos sobre políticas. La transparencia impuesta jurídicamente es un corolario natural del poder que las plataformas tienen sobre nuestro ecosistema de información. Los marcos regulatorios para la propiedad intelectual o el secreto comercial no deberían impedir dicha transparencia, tampoco deberían los Estados o particulares tratar de explotarlos para este fin. Los niveles de transparencia deberían ser lo más altos posible y proporcionales a la gravedad de los efectos adversos sobre los derechos humanos”, señala el Consejo de Europa en sus recomendaciones para los estados miembros<sup>5</sup>.

1 Según lo establecido en la Asociación Internacional sobre Información y Democracia: International Partnership on Information & Democracy (2019); Extraído de <https://informationdemocracy.org/international-partnership-on-information-democracy/> (Consultado el 21 de octubre de 2020).

2 Consulte las Principales Conclusiones del Índice de Responsabilidad Corporativa de los Derechos Digitales de Clasificación de 2019 (2019 Ranking Digital Rights Corporate Accountability Index): las empresas aún no informan adecuadamente a las personas sobre todas las formas cómo se recaba y comparte la información del usuario, con quién y por qué. Mientras las empresas luchan por detener las formas de extremismo, discursos de odio y desinformación, la mayoría de ellas carecían de transparencia para informar cómo controlan el contenido o responden a las demandas del gobierno. Extraído de: <https://rankingdigitalrights.org/index2019/> (Consultado el 2 de noviembre de 2020).

3 Basado en la discusión con Jun Murai. Es interesante seguir el trabajo que lidera actualmente Japón para generar confianza y diseñar la futura estructura de gobernanza de datos, observando la identificación descentralizada y la trazabilidad.

4 Silverman, C., R. Mac y P. Dixit. (2020). Un denunciante dice que Facebook ignoró la manipulación política global. Noticias BuzzFeed. Extraído de <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-ignore-political-manipulation-whistleblower-memo> (Consultado el 18 de octubre de 2020).

5 Recomendación CM/Rec (2020)1 del Comité de Ministros a los estados miembros sobre el impacto de los sistemas algorítmicos en los derechos humanos (2020). Extraído de [https://search.coe.int/cm/pages/result\\_details.aspx?objectId=09000016809e1154](https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?objectId=09000016809e1154) (Consultado el 21 de septiembre de 2020).



Este capítulo revisa los requisitos de transparencia de las plataformas digitales respecto de sus funciones principales en el ecosistema de la información pública: moderación de contenido, ranking de contenido, targeting de contenido y creación de influencia social. Además, propone modelos de regulación de transparencia en los cuales es clave un proceso de auditoría sólido y abierto a investigadores.

“ Ninguna información que se publique en las plataformas con respecto a sus acciones auto-regulatorias puede comprobarse mediante hechos objetivos<sup>6</sup> ”

Informe de Benoit Loutrel, Creación de un Marco Francés para hacer Plataformas de Redes Sociales más Responsables: Actuar en Francia con una Visión Europea.

“ La falta de transparencia es en sí misma una forma de censura, pues implica que un ciudadano no puede simplemente interactuar con las fuerzas de la información que le rodean en igualdad de condiciones. Por lo tanto, dicha regulación sensata no será la solución a todo, solamente nivelará el campo de juego para que aquellos que queremos salvaguardar la democracia deliberativa podamos comenzar a competir con las fuerzas que buscan sembrar la desconfianza y la polarización extrema.” Investigador tecnológico. ”

Peter Pomerantsev<sup>7</sup>

## ¿TRANSPARENCIA DE QUIÉN?

Esta nueva era de requerimientos de transparencia debe aplicarse a los proveedores de servicios en línea que estructuran el espacio global de la información y la comunicación<sup>8</sup> en plataformas de redes sociales tales como: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, Reddit, Weibo, Baidu Tieba, Quora, iQIYI, QZone y VK<sup>9</sup>, y también en motores de búsqueda que tienen sus propias prácticas de moderación, tales como Google. En el Capítulo 4 se abordan los requerimientos específicos de transparencia en plataformas de mensajería privada tales como WhatsApp, Telegram y otras. Éstos deberían incluirse en los mismos modelos de regulación de transparencia.

Esta nueva era de requerimientos de transparencia debe tomar en cuenta la diversidad de estas plataformas y al menos, en un principio, centrarse en aquellas que tienen mayor influencia en nuestras sociedades, de acuerdo al número de usuarios y según el tamaño y escala del mercado.<sup>10</sup> Es aquí, donde la falta de una adecuada moderación de contenido y de una correspondiente protección a la libertad de expresión causan el mayor daño.<sup>11</sup>

Como lo establece la Asociación Internacional sobre Información y Democracia: al crear los medios técnicos y arquitecturas que modelan las opciones y normas para la comunicación, las entidades que contribuyen a estructurar el espacio de la información y la comunicación deben respetar los principios

6 Creación de un Marco Francés para hacer Plataformas de Redes Sociales más Responsables: Actuar en Francia con una Visión Europea. (2019). Extraído de [https://minefi.hosting.augure.com/Augure\\_Minefi/r/ContenuEnLigne/Download?id=AE5B7ED5-2385-4749-9CF8-F4E1B36873E4&filename=Mission%20Re%CC%81gulation%20des%20re%CC%81seaux%20sociaux%20-ENG.pdf](https://minefi.hosting.augure.com/Augure_Minefi/r/ContenuEnLigne/Download?id=AE5B7ED5-2385-4749-9CF8-F4E1B36873E4&filename=Mission%20Re%CC%81gulation%20des%20re%CC%81seaux%20sociaux%20-ENG.pdf) (Consultado el 20 de septiembre de 2020). p. 12.

7 Pomerantsev, P. (2019). La Muerte de la Esfera Pública Neutral (The Death of the Neutral Public Sphere). *The American Interest*. Extraído de <https://www.the-american-interest.com/2019/09/18/the-death-of-the-neutral-public-sphere/> (Consultado el 15 de Agosto de 2020).

8 International Partnership for Information and Democracy. *Op. cit.*

9 Trece de los 50 principales servicios de intercambio de contenido en línea son chinos, y ninguno de ellos emite informes de transparencia TVEC. Documentos de trabajo de la OCDE sobre la economía numérica N° 296. Enfoques actuales sobre contenido terrorista y extremista violento en los 50 principales servicios de intercambio de contenido en línea en el mundo. (2020) Extraído de: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/68058b95-en.pdf?expires=1603052099&id=id&accname=guest&checksum=48EEE4D7F91F006EFB0F497905D7A283> (Consultado el 10 de octubre de 2020).

10 Construcción de un Marco Francés *Op. cit.*, p. 12.

11 Mac Carthy, M. (2020). Requisitos de transparencia para las plataformas de redes sociales digitales: recomendaciones para los responsables de la formulación de políticas y la industria. Centro de Políticas Públicas de Annenberg. Extraído de: [https://cdn.annenbergpublicpolicycenter.org/wp-content/uploads/2020/06/Transparency\\_TWG\\_MacCarthy\\_Feb\\_2020.pdf](https://cdn.annenbergpublicpolicycenter.org/wp-content/uploads/2020/06/Transparency_TWG_MacCarthy_Feb_2020.pdf) (Consultado el 18 de agosto de 2020).

y garantías que nutren y sustentan la naturaleza democrática de dicho espacio. Asimismo, deben rendir cuentas en conformidad y proporción con el impacto de su contribución o participación.<sup>12</sup>

Se podría implementar mediante escala progresiva, a saber, con requerimientos básicos para todos los proveedores de servicios de las empresas más pequeñas; un segundo nivel de divulgación para las empresas medianas; y con cumplimiento total para las empresas grandes. Se debe cautelar que el sistema regulatorio, con la creación de barreras regulatorias, no ponga barreras de entrada infranqueables para los actores del mercado mediano y/o los nuevos participantes, las que podrían reforzar indebidamente el poder de los actores hegemónicos.

Del mismo modo, los gobiernos deben publicar informes de transparencia detallados y puestos a disposición del público, que incluyan todas las solicitudes relacionadas con contenido enviadas a los proveedores de servicios en línea que estructuran el espacio global de la información y la comunicación. Así lo recomiendan tanto los Principios de Manila<sup>13</sup> definidos por siete organizaciones no gubernamentales y el Relator Especial de la ONU sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión en su informe de 2018. Estas preguntas se desarrollan en la sección 2.1 de este capítulo.<sup>14</sup>

---

12 International Partnership for Information and Democracy, *Op. cit.*

13 Principios de Manila sobre responsabilidad de los intermediarios. Extraído de: <https://www.manilaprinciples.org/> (Consultado el 19 de octubre de 2020).

14 23 Kaye, D. (2018). Informe del Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y Expresión. Extraído de <https://www.undocs.org/A/HRC/38/35> (Consultado el 10 de agosto de 2020).

---

# 1. PERÍMETROS DE LA TRANSPARENCIA

---

“Todos los días las empresas de Internet hacen llamados que influyen quién tiene la habilidad para hablar y qué contenidos pueden compartirse en sus plataformas. El problema surge cuando las personas no entienden las decisiones que se toman o sienten impotencia cuando estas decisiones afectan sus propios discursos, comportamientos o experiencias”, incluso Monika Bickert, Vicepresidenta de Políticas de Contenido de Facebook, reconoce esto.<sup>15</sup>

De acuerdo a la recomendación del Consejo de Europa sobre funciones y responsabilidades de los intermediarios de Internet, un nuevo enfoque en esta materia debe contemplar que las plataformas **divulguen información y datos en una manera que represente significativamente sus interferencias con el ejercicio de derechos y libertades en el entorno digital.**<sup>16</sup>

El foco del debate público ha estado puesto principalmente en la función de «moderación de contenido» de las plataformas digitales. Sin embargo, el poder que ejercen los proveedores de servicios en línea es tan importante como las otras tres funciones principales, que también tienen un impacto al difundir desinformación: “ranking” (cómo se organiza, clasifica y presenta el contenido generado por el usuario a escala), “targeting” (cómo se promocionan a terceros los contenidos comerciales no solicitados), y “socialización”(cómo influyen en el desarrollo de las redes sociales de cada usuario, por ejemplo, a través de sugerencias como: “¿le gustaría estar conectado con estas personas ...?”).

**Los requerimientos de transparencia de las plataformas deben arrojar luz sobre las cuatro funciones clave, no solamente sobre la moderación de contenido.**

## 1.1. PRINCIPIOS GENERALES



### RECOMENDACIONES A LOS ESTADOS

**Los proveedores de servicios en línea deben ser predecibles frente a quienes influyen, a quienes resisten la manipulación y, a quienes están abiertos a la inspección.**<sup>17</sup>

**> Incluir los siguientes campos en el perímetro de obligaciones legales para la transparencia:**

- ◆ cómo las plataformas implementan y cumplen sus propias políticas de moderación de contenido (ver partes 1.2 y 1.3);
- ◆ cómo operan los algoritmos y con qué objetivos (ver parte 1.4);

---

15 Bickert, M. (2020). Trazando un camino a seguir Moderación de contenido en línea. Facebook. Extraído de [https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/02/Charting-A-Way-Forward\\_Online-Content-Regulation-White-Paper-1.pdf](https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/02/Charting-A-Way-Forward_Online-Content-Regulation-White-Paper-1.pdf) (Consultado el 19 de octubre de 2020).

16 Recomendación CM/Rec(2018)2 del Comité de Ministros a los estados miembros sobre las funciones y responsabilidades de los intermediarios de Internet. (2018). Extraído de: [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectID=0900001680790e14](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680790e14) (Consultado el 21 de septiembre de 2020).

17 Como lo establece la Declaración Internacional sobre Información y Democracia (ver página 122).

- ◆ qué contenidos alcanzan el mayor número de usuarios por día y por país (ver parte 1.5);
- ◆ qué anuncios son visualizados en las plataformas (ver parte 1.6);
- ◆ cómo se utilizan los datos de los usuarios y cómo se facilita a los usuarios obtener información que les pertenece (recopilada e inferida), abriendo vías para la portabilidad e interoperabilidad de datos reales (ver parte 1.7);
- ◆ qué evaluaciones de impacto en los derechos humanos debería incluir respecto de sus políticas y productos (ver parte 1.8)

> **Estructurar la gobernanza de estos requerimientos de transparencia mediante:**

- ◆ garantías democráticas y requerimientos de transparencia desde los propios gobiernos (ver parte 2.1);
- ◆ un mecanismo de auditoría sólido (ver parte 2.2);
- ◆ tres niveles de divulgación para usuarios, investigadores y reguladores aprobados (ver parte 2.3);
- ◆ modelos de regulación para Europa y Estados Unidos como punto de partida (ver parte 2.4).

> **Exigir a las plataformas que los requerimientos de transparencia sean:**

- ◆ de fácil acceso e inteligibles para todos los usuarios;
- ◆ granulares y de lectura mecánica para investigadores y reguladores aprobados;<sup>18</sup>
- ◆ estandarizados para ser comparados entre empresas<sup>19</sup> o al menos auditados por investigadores y reguladores aprobados;
- ◆ publicados por lo menos una vez al año, de preferencia una vez cada trimestre.

Surge aquí lo que podría entenderse como la **paradoja de la transparencia**, por una parte, se recomienda un mayor acceso a la información y a los metadatos y por otra, se intenta evitar que en el futuro se produzca un uso indebido de datos adversos, como ocurrió con el escándalo de Cambridge Analytica. La **privacidad diferencial** permitiría un enfoque de transparencia seguro. La “privacidad diferencial” describe una promesa, hecha por un titular de datos o un curador, a un sujeto de datos: “Usted no se verá perjudicado, de manera adversa, ni de otra manera, si permite que sus datos sean utilizados en un estudio o análisis, no importando si ya existen otros estudios, conjuntos de datos o fuentes de información disponibles”. En el mejor de los casos, los mecanismos de las bases de datos diferencialmente privados pueden hacer que los datos confidenciales estén ampliamente disponibles para el análisis de datos exactos, sin recurrir a salas de limpieza de datos, acuerdos para el uso de datos, planes de protección de datos o restricción de visualizaciones. La privacidad diferencial aborda la paradoja de no aprender nada sobre un individuo, sino aprender más bien información útil sobre una población<sup>20</sup>.

18 Los representantes de la sociedad civil se incluyen en el término genérico “investigadores aprobados” en este capítulo.

19 Es muy interesante seguir el trabajo de la OCDE, que está desarrollando un marco común y un conjunto de métricas para los informes de transparencia voluntarios sobre TVEC. West, J. (2020). Por qué necesitamos más transparencia para combatir el contenido terrorista y extremista violento en línea. Blog de innovación de la OCDE. Extraído de: <https://oecd-innovation-blog.com/2020/09/15/terrorist-violent-extremist-content-internet-social-media-transparency-tvec/> (Consultado el 1 de octubre de 2020).

20 Dwork, C. y A. Roth. (2014). Los fundamentos algorítmicos de la privacidad diferencial. Fundamentos y Tendencias de la Ciencias de la Informática Teórica. Extraído de: <https://oecd-innovation-blog.com/2020/09/15/terrorist-violent-extremist-content-internet-social-media-transparency-tvec/> (Consultado el 15 de octubre de 2020). p.15



## RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Employ a differential privacy approach to fulfill their requirements towards regulators and vetted researchers.**

## 1.2. TÉRMINOS DEL SERVICIO / LINEAMIENTOS DE LA COMUNIDAD / POLÍTICAS INTERNAS

Cuando se pide a las plataformas que publiquen de manera detallada sus políticas “se está poniendo al tanto al público y se está obligando a las empresas de redes sociales a actuar de manera coherente con sus propias reglas”.<sup>21</sup>



## RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > **Solicitar a las plataformas publicar sus políticas:**<sup>22</sup>
  - ◆ sobre el contenido generado por el usuario y qué conductas están permitidas y no;
  - ◆ sobre las reglas sobre contenido y targeting publicitario;<sup>23</sup>
  - ◆ sobre moderación de contenido, ranking de contenido, targeting de contenido y recomendaciones de socialización;
  - ◆ sobre el procesamiento y divulgación de los datos del usuario.
- > **Solicitar a las plataformas ser coherentes con los estándares anunciados públicamente.**<sup>24</sup>



## RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Facilitar que estas políticas estén disponibles en los idiomas y dialectos de los países donde prestan sus servicios. Esto debería aplicarse también a los informes de transparencia y los blogs de las empresas.**
- > Asegurar que estos documentos sean de fácil acceso e inteligibles para todos los usuarios, organizando, por ejemplo, áreas temáticas en la página de inicio.

21 MacCarthy, M. (2020). Un programa de resolución de disputas para empresas de redes sociales. Brookings. Extraído de: <https://www.brookings.edu/research/a-dispute-resolution-program-for-social-media-companies/> (Consultado el 20 de octubre de 2020).

22 En línea con el Principio de Legalidad discutido en el Capítulo 2.

23 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). No es solo el contenido, es el modelo comercial: el desafío del discurso en línea de la democracia. Recomendaciones clave de transparencia para modelar y moderar el contenido. Ranking Derechos Digitales. Extraído de: <https://www.newamerica.org/oti/reports/its-not-just-content-its-business-model/key-transparency-recommendations-for-content-shaping-and-moderation/> (Consultado el 2 de septiembre de 2020).

24 MacCarthy, M. (2020). Un programa de resolución de disputas. *Op. cit.*

- > Los servicios para niños, niñas y adolescentes, independiente de las limitaciones legales que tienen para su contratación, deben establecer términos y condiciones que puedan ser fácilmente entendidos por ese grupo de personas.<sup>25</sup>
- > **Explicar cómo se elaboran, desarrollan, interpretan e implementan las políticas y reglas internas.**
- > **Explicar tanto los procedimientos como los recursos humanos y tecnológicos involucrados.**
- > Publicar los lineamientos para su aplicación y estándares para su implementación junto con las políticas.<sup>26</sup>
- > **Gestionar que el proceso de redacción, modificación y aplicación de los acuerdos de términos de servicio, estándares comunitarios y políticas de restricción de contenido sea transparente, responsable e inclusivo.**
- > Colaborar y negociar con las asociaciones de consumidores, defensores de derechos humanos y otras organizaciones de la sociedad civil, representando los intereses de los usuarios y las partes afectadas, y también con las autoridades de protección de datos, antes de adoptar y modificar sus políticas.
- > Empoderar a los usuarios para que participen, cuando corresponda, de los procesos de evaluación, revisión y examen de las políticas y prácticas de los intermediarios.<sup>27</sup>
- > **Notificar a los usuarios cuando cambien las reglas sobre contenido generado por el usuario, contenido publicitario o targeting publicitario, para que puedan decidir de manera informada si quieren continuar usando la plataforma.<sup>28</sup>**

### 1.3. AVISO DE VIOLACIÓN A LOS TÉRMINOS DE SERVICIO (TDS) O LEYES

Los Principios de Santa Clara<sup>29</sup> establecidos por las organizaciones de la sociedad civil recomiendan que las empresas notifiquen a los usuarios cuando su contenido es retirado y le informen sobre la opción de apelar. La transparencia podría facilitar el monitoreo siempre y cuando en la práctica, las plataformas respeten dichos principios.

25 Observacom. (julio de 2020). Una perspectiva latinoamericana para los procesos de moderación de contenidos compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos—Contribución a este grupo de trabajo.

26 MacCarthy, M. (2020). Requerimientos de Transparencia *Op. cit.*

27 Recomendación CM/Rec(2018)2 del Comité de Ministros. *Op. cit.*

28 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). *Op. cit.*

29 Los Principios de Santa Clara sobre transparencia y rendición de cuentas en la moderación de contenido. Extraído de: <https://santaclaraprinciples.org/> (Consultado el 19 de octubre de 2020). Los Principios de Santa Clara se revisarán a principios de 2021.





## RECOMENDACIONES A LOS ESTADOS

- > Solicitar a las plataformas proporcionar datos granulares y estandarizados a investigadores y reguladores aprobados respecto de:
  - ◆ el número total de avisos recibidos por concepto de violación a los TDS y leyes;
  - ◆ la entidad que los emitió, incluidos particulares, órganos administrativos o tribunales;
  - ◆ **las razones para determinar la legalidad del contenido, o de qué manera el contenido viola los términos de servicio;**
  - ◆ **las formas en que se determinó la legalidad o ilegalidad del contenido (mediante sistema automatizado o revisión humana);**
  - ◆ el plazo de tiempo real para notificar al proveedor del contenido antes de tomar acciones; el tiempo para cursar la contra-notificación; el tiempo exacto que pasará antes de que se restrinja el contenido, y el plazo de tiempo para proceder a la apelación;
  - ◆ el número de apelaciones recibidas y cómo fueron resueltas.<sup>30</sup>



## RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Enviar información pormenorizada a los denunciantes** sobre los procedimientos para hacer seguimiento, las acciones para su cumplimiento y los argumentos que respaldaron la acción tomada.<sup>31</sup>
- > Explicar a los usuarios las razones por las cuales se ha restringido, limitado o eliminado su contenido; o por qué la cuenta o el perfil ha sido suspendido, bloqueado o eliminado:
  - ◆ las notificaciones deben incluir, al menos, la cláusula específica de las reglas de la comunidad que el usuario supuestamente violó.
  - ◆ las notificaciones deben ser lo suficientemente detalladas para que el usuario pueda identificar específicamente el contenido restringido, además debe incluir información respecto de cómo se detectó, evaluó, eliminó o restringió el contenido y/o la cuenta.
  - ◆ los usuarios deben recibir información clara y precisa sobre cómo apelar esta decisión.<sup>32</sup>

30 Pírková, E. & J. Pallero. (2020). 26 Recomendaciones sobre Gobernanza de Contenidos. *Op. cit.*

31 MacCarthy, M. (2020). Requisitos de Transparencia. *Op. cit.*

32 Observacom. (julio de 2020). Una perspectiva Latinoamericana. *Op. cit.*

## 1.3.a ELIMINACIÓN DE CONTENIDO, CONTENIDO MARCADO, CUENTAS DESHABILITADAS Y CONTENIDO RESTANTE

En numerosos artículos publicados recientemente en los medios, se tiende a mostrar que la estrategia de las principales plataformas “no ha sido nunca la de gestionar el problema de un contenido peligroso, sino más bien gestionar la percepción pública del problema”.<sup>33</sup> Al entregar más información sobre las prácticas de moderación de contenido, se podría incentivar a las plataformas a mejorar la aplicación de sus propias reglas.



### RECOMENDACIONES A LOS ESTADOS

#### > Solicitar a las plataformas publicar:

- ◆ el número total de usuarios que acceden a las plataformas en el país y por tipo de acceso;
- ◆ el número total de cuentas falsas, bots y botnets detectados, eliminados o suspendidos;
- ◆ datos relacionados con la interacción con información errónea incluido el número de visualizaciones, acciones, alcance y número de reclamos o solicitudes de eliminación;
- ◆ cada pieza de contenido corregido y el número total de usuarios alcanzados por el contenido inicial y por el contenido corregido.<sup>34</sup>

#### > Solicitar a las plataformas proporcionar datos granulares y estandarizados a investigadores y reguladores sobre eliminación de contenido, contenido marcado, contenido etiquetado, contenido degradado, contenido retrasado o enmascarado tras advertencia y cuentas desactivadas:

- ◆ por notificación del usuario, solicitud de estado, los propios TDS, desglosado según la acción tomada y especificando la norma aplicada;
- ◆ por decisión automatizada, especificando los criterios aplicados y liberando el índice de exactitud;<sup>35</sup>
- ◆ por decisión humana, especificando los criterios aplicados y publicando la tasa de precisión;<sup>36</sup> las plataformas deben compartir estadísticas de confiabilidad inter-evaluadores de los revisores humanos;
- ◆ número de publicaciones infractoras como proporción del número total de publicaciones (indicando el porcentaje de publicaciones visualizadas y el porcentaje de todas las publicaciones);<sup>37</sup>
- ◆ número de visualizaciones de las publicaciones infractoras en proporción al número total de visualizaciones;

33 Marantz, A. (2020). Por qué Facebook no puede arreglarse a sí mismo. The New Yorker. Extraído de [https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/19/why-facebook-cant-fix-itself?mc\\_cid=a2705e31cc&mc\\_eid=dd9bd17d22](https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/19/why-facebook-cant-fix-itself?mc_cid=a2705e31cc&mc_eid=dd9bd17d22) (Consultado el 20 de octubre de 2020); y Silverman, C et al. A Whistleblower. *Op. cit.*

34 Recomendaciones realizadas por Avaaz en su contribución a este Grupo de Trabajo.

35 Bradford, B., et al. (2019). Informe del Grupo Asesor de Transparencia de Datos de Facebook. El Co-Laboratorio de Justicia. Extraído de: [https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag\\_report\\_5.22.2019.pdf](https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag_report_5.22.2019.pdf) (Consultado el 5 de septiembre de 2020).

36 *Ibíd.*

37 Esto se debe a que el número de visualizaciones de las publicaciones consideradas, se ve afectado por los algoritmos de recomendación y priorización, así como por la efectividad de los sistemas automatizados de eliminación que detectan proactivamente el contenido infractor y lo bloquean antes de su publicación. MacCarthy, M. (2020). Requerimientos de Transparencia. *Op. cit.*

- ◆ desglosar las medidas del contenido accionado, por tipo de acción (por ej.: contenido eliminado, contenido cubierto con advertencia, cuenta inhabilitada, otras);
- ◆ contenido accionado en proporción al estimado total de contenido infractor.

> **Solicitar a las plataformas proporcionar datos granulares y estandarizados sobre el contenido que permanece en la plataforma después de ser notificado:**

- ◆ por solicitud de los gobiernos, especificando los criterios aplicados;
- ◆ con relación a las políticas internas, especificando qué norma fue aplicada;
- ◆ por decisión automatizada, especificando los criterios aplicados;
- ◆ por decisión humana, especificando los criterios aplicados.

El Grupo Asesor de Transparencia de Datos (DTAG, por sus siglas en inglés), autorizado por Facebook para evaluar los Informes de Facebook sobre la Aplicación de Estándares Comunitarios (CSER, por sus siglas en inglés), y entregar recomendaciones sobre cómo mejorar sus prácticas de medición y reporte, solicitó a Facebook la publicación de versiones anónimas y agregadas de los datos en los cuales basan sus métricas en CSER. Esto permitiría a investigadores externos verificar las representaciones de Facebook.<sup>38</sup>

El informe del DTAG sugiere también que las plataformas deberían examinar los juicios de los revisores no solo en lo concerniente a una “adecuada” interpretación interna de las normas, lineamientos y/o políticas internas, sino también respecto de una encuesta que tome en cuenta la interpretación de los usuarios de dichas normas, lineamientos, y/o políticas internas.

Estos requisitos de transparencia podrían abrir el camino a nuevas vías regulatorias, recomendadas por el mismo Facebook: “Los gobiernos también podrían considerar que se exija a las empresas apuntar hacia objetivos específicos de desempeño, tales como disminuir la prevalencia de contenido que viola las políticas de incitación al odio de un sitio, o mantener un tiempo de respuesta mediano específico a los reportes de violación a las políticas de usuarios o de los gobiernos ...”. Tal vez, dichas regulaciones requieran cierto nivel de desempeño en estas áreas para recibir certificación o evitar consecuencias regulatorias.<sup>39</sup>

## 1.3.b NOTIFICACIÓN DE USUARIOS Y MECANISMOS DE REPARACIÓN



### RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Notificar a los usuarios cuando su contenido es eliminado o degradado, explicando la regla específica que fue violada y por qué se determinó dicha conclusión, especificar también si fue una decisión automatizada.**
- > **Ofrecer un proceso efectivo de reparación en caso que los usuarios objeten las decisiones de moderación.**<sup>40</sup>

38 Bradford, B., et al. (2019). *Op. cit.*

39 Bickert, M. (2020). Trazando un camino a seguir /Charting a Way Forward. *Op. cit.*

40 Centro de Políticas Públicas de Annenberg de la Universidad de Pensilvania (2020). Libertad y responsabilidad. Un marco transatlántico para moderar el discurso en línea. Extraído de: <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Consultado el 3 de agosto de 2020).



## RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > Solicitar a las plataformas proporcionar datos granulares y estandarizados a investigadores y reguladores sobre **la notificación a usuarios** por contenido eliminado, retrasado, degradado, etiquetado o desmonetizado, señalando:
  - ◆ si el usuario apeló la decisión;
  - ◆ si la decisión fue o no automatizada;
  - ◆ si la decisión inicial de la plataforma fue revisada: las tasas de revocación de apelaciones deben hacerse públicas;<sup>41</sup>
  - ◆ la disposición específica de la norma que violó el contenido y por qué se consideró que dicho contenido violaba dicha disposición (incluir el enlace de tal disposición y de los lineamientos para su implementación relacionados con esa disposición en específico).<sup>42</sup>

Las decisiones de contenido que involucran a actores del estado merecen una justificación detallada, precisamente por su impacto en los derechos humanos y en el interés público.

### 1.3.c MARCADORES DE CONFIANZA

Como señala la *Internet Society*: “en los últimos años, hemos observado la confianza de algunas plataformas en línea sobre las iniciativas de “marcadores de confianza”. Aun cuando existe un proceso para prescribir a un organismo como “marcador de confianza”, aún no está claro quiénes son estos “marcadores” y cómo operan. Esta falta de claridad plantea inevitablemente preguntas sobre su transparencia y posibles conflictos de interés. Pero, más importante aún, es la dificultad para externalizar las evaluaciones cuasi judiciales de los indicadores de confianza, ya que carecen potencialmente de los altos estándares de un debido proceso”.<sup>43</sup>



## RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > Solicitar a las plataformas compartir información en que se describan los procedimientos para cooperar con los “marcadores de confianza”: listado de marcadores, procedimientos de selección, privilegios adjuntos al status, datos estadísticos sobre el número de informes examinados, número de elementos detectados proactivamente, seguimiento (eliminación, mantenimiento, etc.), apelaciones procesadas, otros.<sup>44</sup>

41 Bradford, B., et al. (2019). *Op. cit.*

42 MacCarthy, M. (2020). Requerimientos de Transparencia. *Op. cit.*

43 Sociedad de Internet (2020). Respuesta de consulta abierta de DSA. Extraído de: <https://isoc.app.box.com/s/jqjxqva197iui6u95cciaz25mgi0x6> (Consultado el 18 de octubre de 2020).

44 Creación de un marco francés. *Op. cit.*

## 1.4. ALGORITMOS Y MODERACIÓN DE CONTENIDO, RANKING, TARGETING

Comprender los mecanismos algorítmicos que subyacen a la moderación de contenido, ranking de contenido, targeting de contenido y creación de influencia social, es fundamental para evaluar la difusión y amplificación de contenido problemático, la influencia en el debate público y la formación de opinión pública.



### RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

> **Solicitar a las plataformas mantener actualizados los documentos de referencia y los publiquen a investigadores y órganos reguladores aprobados, en cada una de las funciones principales de los algoritmos:** ranking (cómo se clasifica, organiza y presenta el contenido generado por el usuario), targeting (cómo se selecciona a los usuarios con contenido no solicitado, generalmente, como servicio pagado, iniciativa propia, o a nombre de terceros), moderación<sup>45</sup>, recomendaciones sociales, así como detección de contenido.<sup>46</sup>

> **Solicitar a las plataformas explicar los objetivos de optimización de los algoritmos.**

> **Solicitar a las plataformas entregar información clara, en lo posible, con datos granulares y estandarizados, para explicar:**

- ◆ el número de veces que el contenido ha sido curado, moderado, y ordenado-desglosado por la acción tomada;
- ◆ el proceso y algoritmo empleado para identificar el contenido o las cuentas que violan las normas de contenido generado por el usuario, contenido publicitario y targeting de publicidad;<sup>47</sup>
- ◆ los criterios y datos utilizados para entrenar a los algoritmos a fin de identificar, moderar, priorizar y personalizar el contenido;
- ◆ la recolección de datos, incluidos los datos personales;
- ◆ el uso de datos en los parámetros de entrada de los algoritmos;
- ◆ el sesgo en los datos;
- ◆ el flujo de procesamiento cursado;
- ◆ los componentes algorítmicos utilizados;
- ◆ los mecanismos de supervisión y/o monitoreo utilizados en el aprendizaje algorítmico;
- ◆ la personalización llevada a cabo;
- ◆ los sesgos reproducidos por los algoritmos;<sup>48</sup>
- ◆ el posible mal uso y/o abuso de los algoritmos;
- ◆ las tasas de falsos positivos y/o falsos negativos;
- ◆ las métricas para dar cuenta del desempeño de los algoritmos;

45 MacCarthy, M. (2020). Requisitos de Transparencia. *Op. cit.*

46 Contribución recibida del Institut Montaigne.

47 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). *Op. cit.*

48 Además, los algoritmos, especialmente los algoritmos de aprendizaje automático, pueden exacerbar los sesgos no deseados que la misma empresa desconoce y, por lo tanto, no se capturan ni divulgan bajo un esquema de transparencia hacia el exterior. Estos sesgos a menudo solo pueden revelarse mediante una revisión de escrutinio activa. MacCarthy, M. (2020). Requisitos de Transparencia. *Op. cit.*

- ◆ el intervalo de confianza aplicado al resultado;
- ◆ los procedimientos utilizados para corregir errores;<sup>49</sup>
- ◆ los datos subyacentes en los que se basan las estimaciones de errores publicados.<sup>50</sup>

> **Solicitar a las plataformas informar su número de moderadores, proporcionando detalles sobre su perfil profesional** (experiencia, especialización o conocimientos), ubicación espacial y distribución de tareas (en términos de temáticas, áreas geográficas, etc.) sin perjuicio del respeto por el derecho a la privacidad y anonimato de los moderadores.<sup>51</sup> (ver capítulo 2)



## RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Dejar en claro a los usuarios que las sugerencias de contenido son el resultado de decisiones editoriales, por lo que pueden cambiar.**<sup>52</sup>
- > **Publicar información detallada sobre los protocolos utilizados durante la crisis sanitaria del COVID.**
- > **Permitir a los usuarios decidir si autorizan que estos algoritmos modelen su experiencia en línea, y cambien las variables que les influyen. Consultar el Capítulo 3 sobre Diseño de Plataformas.**<sup>53</sup>

## 1.5. DIVULGACIÓN DEL ALCANCE DEL CONTENIDO: CONTENIDO CLASIFICADO POR ALCANCE

Según contribución de Avaaz al grupo de trabajo, en abril de 2020 durante la fase punta de la primera ola de pandemia, el contenido de los sitios web de los diez principales desinformadores de salud alcanzó un estimado de 420 millones de visitas - esto es cuatro veces más que las visitas recibidas por contenido similar por las diez primeras autoridades oficiales de información sanitaria - como la Organización Mundial de la Salud, OMS y los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades, CDC.<sup>54</sup>

49 Construcción de un marco francés. *Op. cit.*

50 Esto se aplica a los algoritmos que se usan para la selección inicial, así como a los algoritmos que se usan para identificar contenido que probablemente infrinja las reglas de la plataforma. También se aplica a revisiones humanas iniciales, revisiones adicionales solicitadas por usuarios que presentan reclamos o usuarios cuyo contenido ha sido eliminado o degradado, además de las revisiones de muestras de contenido moderado que se utilizan para establecer una referencia interna de precisión. Las plataformas deben desarrollar un mecanismo para que los datos desagregados sobre la prevalencia de contenido infractor estén disponibles para investigadores externos. McCarthy, M. (2020). Requisitos de transparencia. *Op. cit.*

51 Observacom. (julio de 2020). Una perspectiva latinoamericana. *Op. cit.*

52 Comité National Pilote d'Éthique du Numérique. (2020). Enjeux d'éthique dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation. Extraído de: <https://www.ccne-ethique.fr/sites/default/files/cnpen-desinformation-2020-07-21-2.pdf> (Consultado el 28 de octubre de 2020).

53 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle., *Op. cit.*

54 Esta investigación se centró en actores de cinco países principalmente: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania e Italia.



Actualmente, nadie, a excepción de las empresas de redes sociales, tiene información veraz sobre las publicaciones y contenidos que alcanzan la mayor cantidad de usuarios.<sup>55</sup> Esta información es decisiva, especialmente en contexto de elecciones o de malestar social. Hoy día, *CrowdTangle* de Facebook es la única herramienta que ofrece un primer nivel de transparencia. Esta plataforma debería mejorarse y ser replicada por todas las plataformas dominantes.

Las cifras de audiencia de los canales televisivos, programas de radio, periódicos e incluso del cine son publicadas regularmente. Ya es hora que la ciudadanía pueda acceder a información sobre las fuentes de noticias digitales que existen actualmente.



#### RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > Solicitar a todas las plataformas dominantes **divulgar diariamente los contenidos más exitosos, los que hayan alcanzado al mayor número de usuarios (incluidas publicaciones, videos, nombre de grupos, canales, días, países, idiomas y/o dialectos).**



#### RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > Agregar el alcance del contenido en la herramienta de Facebook CrowdTangle.
- > **Involucrar a la sociedad civil, investigadores, periodistas y reguladores en el desarrollo de herramientas como CrowdTangle para todas las plataformas dominantes.**

## 1.6. DIVULGACIÓN DE PUBLICIDAD: UNA BASE DE DATOS PÚBLICA DE PUBLICIDAD

**Ampliar los requerimientos de transparencia para todos los avisos publicitarios** permitiría resolver el problema de definición entre “anuncios políticos” y “temas políticos”, reflejando así que la desinformación es superior al espectro político. La definición de campaña política difiere según el país, y consensuar una definición sería un proceso extremadamente complejo, si no se toman en cuenta las diferencias y sensibilidades nacionales.<sup>56</sup>

Dicha divulgación podría construir una **base de datos publicitaria universal pública**,<sup>57</sup> esto facilitaría a los reguladores e investigadores el proceso de auditoría. Es necesario que esta base de datos aparezca fácilmente en cualquier búsqueda, sea por tema, palabra clave, idioma o país, y el acceso podría ser a través de una Interfaz de Programación de Aplicaciones (API, por sus siglas en inglés).

55 Marantz, A., *Op. cit.*

56 Asociación Europea para la Democracia. (marzo de 2020). ¿Locura virtual? La necesidad de garantizar la transparencia en la publicidad política digital. Extraído de: <https://epd.eu/wp-content/uploads/2020/04/Virtual-Insanity-síntesis-of-findings-on-digital-politic-advertising-EPD-03-2020.pdf> (Consultado el 6 de septiembre 2020).

57 Nuestra recomendación es una ampliación a la que hace el informe: Posetti, J. y K. Bontcheva. (2020). Libertad de Expresión y Abordaje de la Desinformación en Internet. Capítulo 8: Acto de equilibrio: contrarrestar la desinformación digital respetando la libertad de expresión. Comisión de Banda Ancha. Extraído de: [https://en.unesco.org/sites/default/files/8\\_challenges\\_and\\_recommended\\_actions\\_248\\_266\\_balancing\\_act\\_disinfo.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/8_challenges_and_recommended_actions_248_266_balancing_act_disinfo.pdf) (Consultado el 19 de octubre de 2020). pág. 262.



## RECOMENDACIONES A LOS ESTADOS

- > Solicitar a todas las plataformas dominantes divulgar en tiempo real los anuncios publicitarios,<sup>58</sup> visualizados en sus servicios,<sup>59</sup> incluyendo información sobre:
  - ◆ el contenido del anuncio: una copia del anuncio, nombres de las personas y temas involucrados;
  - ◆ el anunciante, agregando sus datos de contacto, ubicación y forma de pago;
  - ◆ el tamaño de la audiencia objetivo, así como la cantidad de visualizaciones que tuvo el anuncio, además de las interacciones del usuario después de visualizar el anuncio;
  - ◆ los criterios de selección para los destinatarios seleccionados (a la vez que proteger su privacidad), tal y como está comunicado a los anunciantes, incluida la fuente de datos, el perfil inferido, audiencias similares, audiencias personalizadas y prácticas de prueba A/B.<sup>60</sup>
  - ◆ Las plataformas deben proporcionar información clara, que incluya datos granulares y estandarizados sobre el proceso de marketing que les permitió llegar con el anuncio a los compradores, y cómo fue direccionado posteriormente a los usuarios;
  - ◆ la fecha y hora de publicación, exhibición y duración;
  - ◆ las tarifas aplicadas;<sup>61</sup>
  - ◆ los ingresos por concepto de publicidad direccionada.
  
- > Solicitar a todas las plataformas dominantes realizar sus anuncios dentro de las 24 horas siguientes a su publicación, así como mantener la accesibilidad hasta diez años atrás, y crear interfaces de programación que permitan estudios en el largo plazo.<sup>62</sup>
  
- > **Solicitar a todas las plataformas dominantes realizar divulgaciones claves junto al aviso publicitario en la plataforma**, incluyendo un anuncio que destaque visualmente e indique que la publicidad fue colocada por un determinado actor político o por el particular responsable de su financiamiento, etc.<sup>63</sup>

## 1.7. INFORMACIÓN SOBRE EL USO DE DATOS DE LOS USUARIOS

Se entiende por “información del usuario” cualquier tipo de dato asociado a una persona identificable o vinculado a esa persona, mediante la combinación de conjuntos de datos o el uso de técnicas algorítmicas de procesamiento de datos.<sup>64</sup>

58 Recomendado por AlgorithmWatch en su contribución a este Grupo de Trabajo.

59 En Estados Unidos, por ejemplo, el Congreso de los EE. UU. debería considerar una ampliación al alcance de la Ley de Anuncios Honestos, a fin de incluir a todos los anuncios.

60 Asociación Europea para la Democracia. *Op. cit.*

61 Este requerimiento responde a la falta de transparencia en el detalle de las transacciones y a los precios destacados en el Informe provisional sobre evaluación de la competencia en el mercado de la publicidad digital. Compartido por Jun Murai con este grupo de trabajo.

62 MacCarthy, M. (2020). Requisitos de transparencia. *Op. cit.*

63 Ghosh, D. (2020). Condiciones de perjuicio. Washington, DC: Brookings. pág.227.

64 Maréchal, N., R. MacKinnon y J. Dheere. (2020). Llegar a la fuente de infodemias: es el modelo de negocio. Recomendaciones clave para los formuladores de políticas. Nueva América. Extraído de: <https://www.newamerica.org/oti/reports/getting-to-the-source-of-infodemics-its-the-business-model/key-recommendations-for-policymakers> (Consultado el 1 de septiembre de 2020).

Dipayan Ghosh, director de la iniciativa Plataformas Digitales y Democracia de la Harvard Kennedy School plantea que: “...nuestros datos son una extensión de nuestra individualidad... la transparencia es clave. Por mucho tiempo, las empresas de Internet han actuado de manera irresponsable al ocultar a sus usuarios la cantidad de datos que recolectan, las herramientas o tecnologías que utilizan para su recolección y las razones para la recolección de datos. Necesitamos que los gobiernos exijan a las empresas de Internet, —y a otras entidades que de manera intencionada esconden las verdaderas razones para recolectar datos de consumidores, generalmente, humildes y desinformados— que informen con el máximo detalle y en términos claros sus prácticas de recolección y procesamiento de datos”.<sup>65</sup>



## RECOMENDACIONES A LOS ESTADOS

- > **Solicitar a las plataformas entregar a los usuarios información concreta respecto de las políticas de recolección, almacenamiento, uso, retención y uso compartido de datos, indicando:**
  - ◆ qué datos se recopilan y con qué finalidad;
  - ◆ cómo se almacenan los datos y durante cuánto tiempo;
  - ◆ cómo se utilizan los datos de los usuarios;
  - ◆ con quién se comparten los datos de los usuarios, en qué condiciones, y si las plataformas reciben un pago por hacerlo.
  
- > **Solicitar a las plataformas que permitan a sus usuarios recuperar toda la información que les pertenece (recopilada e inferida), que mantiene la empresa. Esta información debe entregarse en formato de datos estructurados para facilitar la interoperabilidad y portabilidad práctica de los datos.**
  
- > **Eliminar toda la información del usuario en un plazo razonable de tiempo, una vez que éste ha decidido cerrar su cuenta, o cuando éste lo solicite.**<sup>66</sup>

Cada vez son más los expertos que apoyan la “portabilidad de datos” y la “interoperabilidad”. Esto va a requerir que las empresas le permitan a sus usuarios empaquetar los datos y portarlos a una plataforma diferente (similar a mantener su número telefónico del celular cuando se cambian de compañía), esto implica abrir las plataformas a los competidores, (ej.: “derecho a relocalización”), como lo explica Ronald Deibert en su último libro *Reset*.<sup>67</sup>

## 1.8. EVALUACIONES OBLIGATORIAS DEL IMPACTO EN LOS DERECHOS HUMANOS

**“Muévete rápido y rompe cosas” es un lema muy utilizado en Silicon Valley. “Priorizar la escala sobre la eficiencia en un entorno de incertidumbre”<sup>68</sup>, es la manera en la que el co-fundador**

65 Ghosh, D. *Op. cit.* págs. 204-205.

66 Maréchal, N., R. MacKinnon y J. Dheere, *Op. cit.*

67 Deibert, R. (2020). *Reset: Reclaiming the Internet for Civil Society (Reset: Recuperar Internet para la sociedad civil)*. Toronto: Casa de Anansi Press. págs. 312.

68 Hoffman, R. y Yeh, C. (2020). *Blitzscaling/Escalada relámpago*. Extraído de: <https://www.linkedin.com/learning/reid-hoffman-and-chris-yeh-on-blitzscaling/why-blitzscale> (Consultado el 15 de octubre de 2020).

**de Linked-In, Reid Hoffman, y el escritor Chris Yeh, definen más precisamente el fenómeno de *blitzscaling* o escalada relámpago: enfoque de crecimiento de Silicon Valley para el rápido escalamiento de las nuevas empresas.**

Este enfoque necesita re-evaluarse en caso que se cometan errores que puedan dañar nuestras democracias. Una herramienta que podría ayudar a limitar el riesgo de daño, sería exigir a los proveedores de servicios en línea evaluaciones de impacto en los derechos humanos.

Solicitar evaluaciones ex ante en derechos humanos es el único requisito de transparencia. Todos los otros requisitos de transparencia se relacionan con lo ya ocurrido en las plataformas.

Solicitar evaluaciones ex ante en derechos humanos introduce un enfoque de acción precautoria, similar al principio precautorio de la industria alimentaria o farmacéutica, como se explica más adelante en el Capítulo 3.

Como se señala en el Capítulo 2, los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas, articulan la responsabilidad empresarial para el respeto a los derechos humanos. Esto implica llevar a cabo un proceso continuo con la debida diligencia en derechos humanos en las áreas donde éstas operan, a fin de evitar efectos adversos en derechos humanos.<sup>69</sup>

Las plataformas no pueden citar el problema de escala para eludir su responsabilidad.<sup>70</sup> Un proceso con una debida diligencia en derechos humanos debe identificar, prevenir, mitigar y dar cuenta de cómo las plataformas abordarán los impactos en los derechos humanos.<sup>71</sup>



## RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

**> Solicitar a las plataformas divulgar información del país donde operan en lo relacionado con:**

- ◆ **los efectos adversos en materia de derechos humanos, no solo en los usuarios de la plataforma, sino también en los titulares de derechos, en los términos de servicio de la plataforma, en los lineamientos de la comunidad, en las prácticas de moderación de contenido, en los mecanismos de reparación, en el uso de los datos de los usuarios, en la publicidad dirigida y en los sistemas algorítmicos en cada cambio significativo (ver Capítulo 2). La presentación de informes debe ser formal, sistemática y comparable ;**<sup>72</sup>
- ◆ **el impacto social** de sus algoritmos, los que podrían seguir los principios de Responsabilidad de los Algoritmos (*Accountable Algorithms*), y ser presentado en las etapas de diseño, pre-lanzamiento y post-lanzamiento.<sup>73</sup>
- ◆ **el impacto de sus productos y políticas** en los factores medioambientales, sociales y de gobernanza, (ESG, por sus siglas en inglés);
- ◆ **el impacto de sus productos y políticas en materia de salud mental;**

69 Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas (UNGP). (2011). Naciones Unidas. Principio 17(c)

70 PRNU, *Op. cit.* Principio 14. ("La responsabilidad de las empresas comerciales de respetar los derechos humanos se aplica a todas las empresas, independientemente de su tamaño, sector, contexto operativo, propiedad y estructura.")

71 Ver UNGP. *Op. cit.* Principio 15(b).

72 Maréchal, N., R. MacKinnon y J. Dheere. *Op. cit.*

73 Diakopoulos, N., et al. (Dakota del Norte.). Principios para algoritmos contables y una declaración de impacto social para algoritmos. Extraído de: <https://www.fatml.org/resources/principles-for-accountable-algorithms> (Consultado el 19 de octubre de 2020).

- ◆ el impacto de sus productos y políticas en **materia de derechos civiles**,<sup>74</sup> tomando en cuenta a todas las comunidades, así como el riesgo potencial de radicalización y odio.<sup>75</sup>
- ◆ el **impacto político**, evaluando si los productos, políticas o prácticas de las plataformas en lo referente a publicidad política, limitan de manera arbitraria la capacidad de los candidatos o de los partidos de difundir sus mensajes (ver Capítulo 2).<sup>76</sup>

> **Solicitar a las plataformas que envíen evaluaciones detalladas a los reguladores e investigadores aprobados para llevar a cabo sus auditorías independientes y, luego, publicar el resumen de resultados en un sitio web de acceso público.**<sup>77</sup>

---

74 Facebook publicó su primera auditoría de derechos civiles en julio de 2020: Auditoría de derechos civiles de Facebook: informe final. Extraído de: <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Civil-Rights-Audit-Final-Report.pdf> (Consultado el 19 de octubre de 2020).

75 Stop Hate for Profit (Detengan el Odio que lucra) (2020). Próximos pasos recomendados. Extraído de: <https://www.stophateforprofit.org/productrecommendations> (Consultado el 15 de octubre de 2020).

76 Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE). (30 de abril de 2020). Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Elecciones en la Era Digital. Paraca. 2(a)(iii).

77 En Estados Unidos, la Evaluación de Impacto de Privacidad que existe actualmente en la Comisión de la Bolsa de Valores podría servir como modelo base para las Evaluaciones de Derechos Humanos solicitadas recientemente: Ver: <https://www.sec.gov/oit/privacy-impact-assessments>.

---

## 2. GOBERNANZA DE LA TRANSPARENCIA

---

Un régimen de rendición de cuentas debiese obligar a las plataformas a cumplir sus compromisos. Solo un órgano regulador público podría supervisar la implementación de un marco de transparencia, auditar su cumplimiento y sancionar los incumplimientos reiterados.<sup>78</sup>

### 2.1. PRINCIPIOS GENERALES

El objetivo de este nuevo enfoque para una transparencia jurídicamente vinculante de las plataformas digitales es implementar un proceso democrático de supervisión. Este enfoque debe incluir garantías democráticas frente a las posibles malas prácticas de los gobiernos y/o de los propios órganos reguladores. Como condición previa para una transparencia legalmente vinculante, los órganos reguladores públicos deben ser independientes y adherir a los principios de los derechos humanos. Las garantías democráticas son fundamentales para proteger a los órganos reguladores, por ejemplo, de los intereses de los líderes políticos.



#### RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > **Los gobiernos deben poner a disposición del público y de manera periódica:**
  - ◆ **el número y naturaleza de las restricciones de contenido, así como las categorías de datos personales solicitadas a los proveedores de servicios en línea, señalando las razones y marcos legales que justifican tales solicitudes;**
  - ◆ una base legal definida claramente para las solicitudes;
  - ◆ las respuestas de las empresas, señalando los pasos exactos que se siguieron como respuesta a sus solicitudes;
  - ◆ los acuerdos tomados con los proveedores de los servicios en línea.
- > **Los gobiernos deben:**
  - ◆ **fortalecer la gobernanza del órgano regulador nacional;**
  - ◆ **reforzar la independencia del órgano regulador del poder ejecutivo y su responsabilidad pública ante el poder legislativo del gobierno;**
  - ◆ **dejar en claro que la designación del órgano regulador nacional se realizará mediante un proceso de selección claro y transparente.**

---

78 Centro de Políticas Públicas de Annenberg de la Universidad de Pensilvania. (2020). Libertad y Responsabilidad, un marco transatlántico para moderar el discurso en línea. Extraído de: <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Consultado el 3 de agosto de 2020).





## RECOMENDACIONES A LOS **PROVEEDORES DE SERVICIOS**

- > **Incluir en los informes de transparencia enviados a los órganos reguladores todas aquellas solicitudes relacionadas con contenido.**<sup>79</sup>

## 2.2. REQUISITOS PARA LA AUDITORÍA DE TRANSPARENCIA

**La información proporcionada por los proveedores de servicios en línea debe estar disponible para ser auditada por el correspondiente órgano regulador y/o un auditor independiente**<sup>80</sup>. Tanto los investigadores como los órganos reguladores deben tener acceso a los datos de la plataforma para proceder a la auditoría de los sistemas en cuestión, así se garantiza al público que las plataformas funcionen conforme a lo previsto, sin sesgos no intencionados.<sup>81</sup>

Investigadores y órganos reguladores no operan en el mismo nivel. La auditoría que realiza el órgano regulador debería posibilitar la supervisión democrática de las prácticas de los proveedores de servicios en línea. Para este propósito, los órganos reguladores pueden solicitar ayuda a los investigadores expertos acreditados,<sup>82</sup> los que actuarán como representantes de las autoridades regulatorias y/o desarrollarán otros objetivos académicos complementarios.

Del mismo modo, los investigadores acreditados pueden llevar a cabo investigación académica independiente. Estos procesos deben construirse rigurosamente para evitar el uso indebido de los metadatos y garantizar métodos de privacidad diferenciales que protejan los datos personales de los usuarios. El Instituto Tony Blair para el Cambio Global hace recomendaciones concretas respecto de cómo este nuevo nivel de auditoría regulatoria independiente podría contribuir a resolver el problema de asimetría de la información.<sup>83</sup>



## RECOMENDACIONES A **LOS ESTADOS**

- > **Exigir a los principales proveedores de servicios en línea:**
  - ◆ **desarrollar, a costo propio, una plataforma segura que permita a los investigadores externos acreditados acceder a los datos necesarios para desarrollar investigación de interés general;**
  - ◆ llevar a cabo el procesamiento de los datos requeridos; y
  - ◆ extraer los resultados sin comprometer los datos privados de los usuarios o el valor de los datos agregados de la red social.

79 Pírková, E. & Pallero, J. (2020). 26 Recomendaciones sobre Gobernanza de Contenido. *Op. cit.*

80 En conformidad con las contribuciones recibidas del Institut Montaigne, Algorithm Watch y el Institute for Strategic Dialogue.

81 Instituto para el Diálogo Estratégico Documento conjunto coordinado por Digital Action (2020). Inspección de algoritmos y acceso regulatorio. Extraído de: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/04/Algo-inspection-briefing.pdf> (Consultado el 2 de noviembre de 2020)

82 Podrían incluirse representantes acreditados de la sociedad civil.

83 Beverton-Palmer, M. y R. Beacon. (2020). Daños en línea: incorporar a los auditores. Instituto Tony Blair para el Cambio Global. Extraído de: <https://institute.global/policy/online-harms-bring-auditors> (Consultado el 19 de octubre de 2020); y Beverton-Palmer, M. & R. Beacon. (2020). Análisis: Aplicación de los Principios de Auditoría a la Regulación de Daños en Línea. Instituto Tony Blair para el Cambio Global. Extraído de: <https://institute.global/policy/analysis-applying-principles-audit-online-harms-regulation> (Consultado el 19 de octubre de 2020).

- > **Exigir al órgano regulador independiente:**
- ◆ **definir las prioridades para la investigación de interés general, previa consulta pública, con base en el diálogo de políticas sobre temas relevantes que surgen en las operaciones de las redes sociales;**
- ◆ organizar el proceso mediante el cual los académicos puedan postular al acceso a la plataforma. La plataforma como tal, no debe decidir sobre los méritos de la investigación en cuestión. Esta decisión debe ser tomada por los comités revisores por pares, siguiendo estándares académicos establecidos bajo la supervisión del órgano regulador. Se debe brindar a las plataformas la oportunidad de comentar sobre el proyecto de investigación propuesto;
- ◆ resolver las disputas entre plataformas y académicos que surjan durante la implementación del acceso controlado.<sup>84</sup>

Para esta etapa, no proponemos procesos o criterios para decidir qué investigadores u organismos de investigación están calificados. No obstante, es de vital importancia explorar con mayor detalle, cómo se llevará a cabo este proceso de selección, quién estará a cargo y qué criterios se emplearán. Debemos aprender muchas lecciones de Social Science One<sup>85</sup> un programa de la comunidad científica de Harvard en alianza con Facebook. Investigadores senior tuvieron que esperar muchos años antes de poder acceder a metadatos sobre el impacto de las redes sociales en la democracia y en los procesos electorarios.

Otro modelo que podría adaptarse es el CASD.eu, grupo de interés público que reúne al Estado representado por INSEE, GENES, CNRS, École Polytechnique y HEC Paris, creado por decreto interministerial el 29 de diciembre de 2018.<sup>86</sup> Su objetivo principal es organizar e implementar servicios de acceso seguro a datos confidenciales para investigación, estudio, evaluación o innovación sin fines de lucro, todas son actividades descritas como: “servicios de investigación”, principalmente públicos.

## 2.3. TRES NIVELES DE DIVULGACIÓN

Para los proveedores de servicios en línea, un sistema de divulgación de tres niveles sería la estructura más apropiada. Junto con respetar las preocupaciones de privacidad y propiedad intelectual, esta estructura ofrece tres niveles de acceso a la información:

- (a) usuarios con reglas de acceso a plataforma y procedimientos para reclamos;
- (b) investigadores y reguladores aprobados,<sup>87</sup> con acceso a bases de datos sobre moderación de la actividad, resultados de las decisiones algorítmicas, otro tipo de información; y
- (c) en ciertas circunstancias bien limitadas, como una investigación, los órganos reguladores podrían acceder a tipos de datos más restringidos, comercialmente sensibles y los investigadores aprobados por los órganos reguladores podrían acceder a datos confidenciales personales.<sup>88</sup>

84 MacCarthy, M. (2020). Requisitos de Transparencia. *Op. cit.*

85 Véase, <https://socialscience.one/>.

86 Revista Oficial de la República Francesa. (2018). Arrêté du 20 décembre 2018 importante aprobación de la convención constitutiva del grupo de interés público «Centre d'accès sécurisé aux données ». Extraído de: [https://www.casd.eu/wp/wp-content/uploads/joe\\_20181229\\_0301\\_0053.pdf](https://www.casd.eu/wp/wp-content/uploads/joe_20181229_0301_0053.pdf) (Consultado el 28 de octubre de 2020).

87 Los representantes de la sociedad civil están incluidos en el término genérico “investigadores aprobados”.

88 Centro de Políticas Públicas de Annenberg, *Op. cit.*

## VISIÓN GENERAL DE LOS TRES NIVELES DE DIVULGACIÓN

	<b>Usuarios Públicos</b>	<b>Investigadores y órganos reguladores aprobados<sup>89</sup></b>	<b>Acceso limitado para investigadores aprobados por los órganos reguladores</b>
<b>Naturaleza de la información</b>			
Términos de servicio/ Lineamientos de la comunidad/ políticas internas/ lineamientos para su aplicación/ notificación de cambios	Sí	Implementación de estándares para Facebook o equivalentes para otras plataformas digitales	
Aviso de violación de los Términos de Servicio (TDS) o leyes	Usuario que ingresa un reclamo y Usuario cuyo contenido fue afectado	Sí	
Eliminación de contenido, contenido marcado, cuentas inhabilitadas y contenido restante		Sí	
Notificación de usuarios y mecanismo de reparación	Si su contenido es eliminado o degradado, y para explicar los procedimientos de reparación	Sí	
Marcadores de Confianza	Sí	Sí	
Algoritmos y moderación de contenido	Puntos de datos utilizados para hacer recomendaciones	Objetivos de los algoritmos	Sí
Divulgación del alcance del contenido: una base de datos pública de contenido, clasificada según alcance	Sí	Sí	
Divulgación de publicidad: una base de datos de publicidad pública	Sí	Sí	
Información sobre el uso de los datos de los usuarios	Sí	Sí	
Evaluaciones obligatorias en materia de derechos humanos	Resumen	Sí	

89 Los representantes de la sociedad civil están incluidos en el término genérico "investigadores aprobados".

## 2.4. MODELOS DE REGULACIÓN DE TRANSPARENCIA REGIONAL Y NACIONAL

**Cualquiera sea la región o país, este modelo para la regulación de transparencia debe diseñarse rigurosamente a fin de evitar la coerción abusiva de las plataformas, sea ésta por parte del órgano regulador, por parte de los actores políticos que sirven a fines políticos del propio órgano regulador, o por parte del partido político que esté en el gobierno. Debe prohibirse el acceso del órgano regulador a actividades de las plataformas a objeto de dirigir o dictar cualquier resultado político o recopilar inteligencia que favorezca a algunos actores políticos por sobre otros.<sup>90</sup>**

Un nuevo modelo de regulación debe incluir evaluaciones regulares de impacto, tal como lo recomienda la Internet Society.<sup>91</sup>

**Del mismo modo, se debe fomentar la diplomacia parlamentaria para coordinar modelos de regulación entre los estados.<sup>92</sup>**

### 2.4.a MODELO DE REGULACIÓN DE TRANSPARENCIA EUROPEO

**A nivel europeo, los requerimientos de transparencia para las plataformas podrían establecerse mediante una única regulación europea directa (no como directiva),** previa consulta pública, abierta, propuesta por la Comisión de la Unión Europea (UE) y adoptada por el Parlamento, el Consejo de la UE y los legisladores de la UE.

**Los reguladores nacionales, accionando juntos como red de la Unión Europea deberían encargarse de su implementación.<sup>93</sup>** Asimismo, cada órgano regulador debería evaluar de manera individual, el cumplimiento de las plataformas en sus respectivos países.

La gobernanza de la red de reguladores de la UE debería incorporar mecanismos de control y contrapeso que garanticen una regulación que sea coherente en todos los estados miembros, a fin de evitar potenciales abusos regulatorios por parte de los órganos reguladores nacionales. Específicamente, **se deben determinar o someter a revisión las sanciones por incumplimiento a las plataformas a nivel de la Unión Europea.**

Por ejemplo, si el órgano regulador francés, CSA (Consejo Superior Audiovisual), considera que una determinada plataforma no ha cumplido con los requerimientos de transparencia europeos, el CSA podría considerar una sanción a dicha plataforma. Esta sanción solicitada por el CSA se validaría a nivel europeo, o bien, quedaría sujeta a los mecanismos de control y contrapeso de dicho nivel. Así, se garantiza que exista coherencia en las decisiones regulatorias de toda la Unión Europea, mitigando cualquier riesgo político.

**Esto podría realizarlo la misma Comisión de la Unión Europea o una organización colegiada de reguladores, como una versión actualizada del Grupo de Reguladores Europeos para Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA<sup>94</sup>).**<sup>95</sup> El ERGA probablemente esté mejor posicionado para desempeñar este rol, a la vez de mantener la independencia de los órganos reguladores.

Para garantizar un sistema ético de controles y contrapesos de los reguladores nacionales, los organismos

90 MacCarthy, M. (2020). Requisitos de Transparencia. *Op. cit.*

91 Internet Society *Op. cit.*

92 Contribución de Kamel Aji, Miembro adjunto, Proyecto de la Sociedad de la Información de la Facultad de Derecho de Yale.

93 Vale decir, participar en el diálogo de políticas entre las plataformas y la sociedad civil, y organizar el acceso controlado de los académicos a los datos de las plataformas para evaluar los impactos de los algoritmos de las redes sociales en nuestras sociedades.

94 Véase <https://erga-online.eu/>

95 Discusión con Benoît Loutrel, relator del informe: Creación de un marco francés para hacer plataformas de redes sociales más responsables: actuar en Francia con una visión europea.

regulatorios nacionales no están autorizados a tomar una decisión o hacer una recomendación:

- sin una consulta pública nacional y europea, que incluya la participación de la sociedad civil; y/o
- sin una remisión de opinión al órgano regulador nacional de privacidad; y/o
- sin reportar a sus pares reguladores europeos, y/o a la Comisión de la Unión Europea, y/o al presidente independiente de los órganos reguladores europeos.

La adopción de este modelo va a requerir reformar los actuales sistemas regulatorios nacionales a través de:

- ampliar la competencia de los reguladores de medios audiovisuales a los proveedores de servicios en línea;
- empoderar a los reguladores nacionales para que puedan acceder a nuevos niveles de transparencia con los proveedores de servicios en línea;
- crear mecanismos fuertes que permitan una interacción permanente con la sociedad civil (académicos y ONGs), en especial, asesorando a los reguladores nacionales y apoyando la auditoría de la información proporcionada por las plataformas digitales.

Junto con lo anterior, sería útil una cooperación estrecha con la red de reguladores electorales nacionales en lo relativo a los requerimientos de transparencia para los partidos políticos, las regulaciones para campañas electorales y en los temas de propaganda política.<sup>96</sup>

**Si este modelo de transparencia se adoptara primeramente en Europa, podría expandirse de manera orgánica y tener un impacto de facto inmediato en el resto del mundo.**

## 2.4.b MODELO DE REGULACIÓN DE TRANSPARENCIA EN ESTADOS UNIDOS

Actualmente, se está discutiendo en Estados Unidos una serie de modelos de regulación para una mayor transparencia de las plataformas digitales.

**El Proyecto de Ley Plataforma para la Responsabilidad y Transparencia del Consumidor (Platform Accountability and Consumer Transparency, PACT), presentado por los senadores Schatz (D-HW) y Thune (R-SD)<sup>97</sup> en junio de 2020, tiene como objetivo actualizar la Sección 230 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones de 1996 que otorga inmunidad a las plataformas en línea respecto de su responsabilidad civil por contenidos de terceros y por la eliminación de contenidos en determinadas circunstancias. El nuevo proyecto de ley incluye requerimientos de transparencia para las plataformas respecto de sus prácticas de moderación de contenido y mecanismos de reclamos, y obliga al Instituto Nacional de Estándares y Tecnología de los Estados Unidos (NIST, por sus siglas en inglés), a desarrollar un marco voluntario para sus prácticas de moderación, así como procesos para que los investigadores accedan a los datos de los proveedores de servicios en línea.**

Estas especificidades se alinean de muchas maneras con nuestras recomendaciones y podrían ser un buen punto de partida. Podría crearse un régimen de transparencia supervisado por la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés), que al mismo tiempo no permita a la FTC: “revisar ninguna acción o decisión tomada por un proveedor de servicio informático interactiva relacionada con la aplicación del uso aceptable de la política del proveedor”.<sup>98</sup>

96 Asociación Europea para la Democracia. *Op. cit.*

97 Brian Schatz Senador de los Estados Unidos por Hawái [sitio web oficial]. (2020). Schatz y Thune presentan una nueva legislación para actualizar la Sección 230, fortalecer las reglas, la transparencia en la moderación de contenidos en línea, responsabilizar a las empresas de Internet por las prácticas de moderación. Extraído de: <https://www.schatz.senate.gov/press-releases/schatz-thune-introduce-new-legislation-to-update-section-230-strengthen-rules-transparency-on-online-content-moderation-hold-internet-companies-accountable-for-moderation-practices> (Consultado el 19 de octubre de 2020).

98 MacCarthy, M. (2020). Un programa de resolución de conflictos. *Op. cit.*

Además de este régimen de transparencia supervisado por la FTC, el catedrático de la Universidad de Georgetown, Mark MacCarthy, recomienda la creación de: “un sistema para la resolución de conflictos administrado por una organización auto-reguladora de la industria, cuyo propósito sea garantizar la coherencia con los estándares de contenido divulgados públicamente por una empresa... La Autoridad Reguladora de la Industria Financiera (FINRA, por sus siglas en inglés), organización auto-reguladora encargada de supervisar a los brokers o corredores de bolsa, propone un modelo.... FINRA es una organización sin fines de lucro autorizada por la ley federal para regular la industria de los corredores de bolsa. La Comisión de Bolsa y Valores (SEC, por sus siglas en inglés) supervisa las operaciones del FINRA y una junta de gobernadores, compuesta por el mismo número de representantes del público y la industria, la rigen”.<sup>99</sup>

Además de este régimen de transparencia y sistema de resolución de conflictos, se podría crear una nueva “Agencia de Plataforma Digital”, como lo recomendó Tom Wheeler, expresidente de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés), para proteger a los consumidores y a la competencia. Esta nueva Agencia de Plataforma Digital: “debería regirse por una nueva política digital fijada por el congreso y elaborada en torno a tres conceptos:

1. Supervisión de la actividad del mercado de las plataformas digitales sobre la base de una gestión de riesgos más que una micro-gestión; esto significa ofrecer soluciones concretas focalizadas en los resultados del mercado, evitando así, una regulación rígida al estilo de los servicios públicos;
2. Restauración de los principios del derecho tradicional de una debida diligencia y la obligación de negociar como fundamento del poder de las “Autoridades de Protección de Datos, DPA (por sus siglas en inglés) y;
3. Entrega de estos resultados por medio de una agencia que trabaje con las empresas de la plataforma en el desarrollo de códigos de comportamiento aplicables, y al mismo tiempo conserve su autoridad para actuar de manera independiente en caso que se requiera”.<sup>100</sup>

El tema de la responsabilidad de la plataforma no fue abordado en este informe de manera deliberada.

#### MODELOS DE REGULACIÓN SUGERIDOS PARA LOS ESTADOS UNIDOS

Foco	Modelos sugeridos
Transparencia	Proyecto de Ley de Transparencia, PACT: régimen de transparencia supervisado por la Comisión Federal de Comercio.
Resolución de conflictos	Modelo de resolución de conflictos, FINRA: creación de un órgano regulador no gubernamental supervisado por una agencia federal.
Protección a los consumidores y los datos	Creación de una Agencia de Plataforma Digitales.
Competencia	Creación de una Agencia de Plataformas Digitales.

### 2.4.c OTRAS REGULACIONES NACIONALES Y REGIONALES

**Es absolutamente necesario y urgente tener acceso al mismo nivel de transparencia y responsabilidad en todo el mundo para resolver muchos de los problemas de desinformación y moderación de contenidos en línea.**

En ausencia de una estructura democrática regional como la Unión Europea, los desafíos van en la línea de armonizar los requerimientos de transparencia y evitar el abuso de las regulaciones nacionales por razones políticas.

<sup>99</sup> Ibíd.

<sup>100</sup> Wheeler, T., P. Verveer y G. Kimmelman. (2020). Nuevas Realidades Digitales; Nuevas soluciones de supervisión. Extraído de: <https://shorensteincenter.org/new-digital-realities-tom-wheeler-phil-verveer-gene-kimmelman/> (Consultado el 1 de septiembre de 2020).

En la región de las Américas, la Organización de los Estados Americanos, OEA podría aportar al desarrollo de dicha gobernanza regional y legal. En África, valdría la pena explorar el rol de la Unión Africana y la función de la Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)<sup>101</sup> o la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) en el continente asiático. Otra alternativa son los Bancos Regionales de Desarrollo (DB), AfricanDB, InterAmericanDB, AsianDB, IslamicDB, que podrían ayudar en el establecimiento de dichas estructuras de gobernanza a nivel continental.

Parece que la clave está en organizar las acciones de los reguladores nacionales como parte de una red regional de reguladores. Tales redes fortalecen la capacidad de enfrentar a las plataformas digitales globales, al tiempo que permite el diseño de pesos y contrapesos significativos que impiden a los órganos reguladores ser capturados por grupos políticos locales o actores globales.

## 2.5. SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

**Las sanciones por incumplimiento a las plataformas digitales, podrían ser económicas,** en forma de multas, llegando hasta un tres o cuatro por ciento de la facturación global de la red, es decir, proporcionales a la gravedad de su incumplimiento.

Es importante tener en cuenta que cuando la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos decide, en julio de 2019, multar a Facebook por violación a la privacidad, lo hace por una cantidad sin precedentes de USD 5 mil millones de dólares americanos, suma que no afectó de manera significativa a la empresa. En lo posible, para que las multas sean efectivas deben ser en extremo significativas, especialmente si se trata de incumplimientos reiterados.

Por otra parte, podría imponerse un aviso publicitario obligatorio por incumplimiento, en forma de banner delante de todos los anuncios para que puedan verlo todos los usuarios de las plataformas digitales.

La responsabilidad del CEO de la plataforma digital debe estar conectada de manera directa con el cumplimiento, por parte de la empresa, de los requerimientos de transparencia jurídicamente vinculantes. Se podría solicitar al CEO que firme personalmente los informes de requerimientos de transparencia, certificando que la información divulgada es precisa y completa.

Como último recurso — por ejemplo— si una plataforma no paga la multa después del fallo del tribunal, se podrían aplicar sanciones administrativas, tales como cerrar el acceso de la plataforma en el país afectado. Este tipo de sanciones extremas se hace necesario en caso de plataformas fraudulentas o con intereses políticos, que operan en el extranjero desde jurisdicciones donde la cooperación judicial internacional es extremadamente lenta, o prácticamente inexistente. El ejercicio de estas facultades sancionadoras sólo puede llevarse a cabo previa notificación formal y por decisión judicial.<sup>102</sup>

---

101 Ver: <https://www.apec.org/>

102 Creación de un Marco Francés. *Op. cit.*



## Contactos:

### Foro sobre Información y Democracia

Camille Grenier, operations manager

Email: [contact@informationdemocracy.org](mailto:contact@informationdemocracy.org)

Web: [informationdemocracy.org](http://informationdemocracy.org)

### OBSERVACOM

Gustaco Gómez, Director Ejecutivo

Email: [contacto@observacom.org](mailto:contacto@observacom.org)

Web: [observacom.org](http://observacom.org)



Foro sobre  
Información  
y Democracia