



**CNTV
ESTUDIOS**

**CN
TV**

BOLETÍN REGULATORIO

Julio 2023

CONTENIDO

1**EDITORIAL**

La era digital ha revolucionado las formas de comunicación e información contemporáneas, pero también ha facilitado la propagación de información falsa. Hoy, la desinformación constituye una compleja amenaza que requiere respuestas coordinadas entre actores públicos y privados.

Este boletín presenta los recientes esfuerzos regulatorios para combatir la desinformación online en la Unión Europea y Brasil. Examina las medidas desplegadas por ambos actores para mitigar este fenómeno que erosiona el debate público y la convivencia democrática.

Respecto a la Unión Europea, se detallan la Estrategia Europea contra la Desinformación y el Plan de Acción sobre Desinformación, orientados a mejorar la detección y el análisis de noticias falsas, además de aumentar la resiliencia social ante campañas organizadas de desinformación.

Considerando que el esfuerzo de regulación de la UE es más amplio que la desinformación, se analizan también la Ley de Servicios Digitales (DSA) y la Ley de Mercados Digitales (DMA), aprobadas en 2022. Ambas incrementan la responsabilidad y transparencia de las grandes plataformas tecnológicas que operan en Europa, como Facebook,

Twitter y Google. Entre otros aspectos, obligan a estas empresas a eliminar contenidos ilegales y desinformación de sus plataformas.

Sobre Brasil, se examina la propuesta de ley 2630/2020 que contempla responsabilizar tanto a usuarios como a proveedores que difundan falsedades con fines político-electorales. Igualmente, plantea la creación de un ente gubernamental para monitorear y coordinar acciones contra la proliferación de noticias falsas en el país. Adicionalmente, forzaría a las plataformas digitales a implementar medidas para limitar la viralización de contenidos falsos o engañosos.

El análisis de estas iniciativas regulatorias resulta relevante para comprender la compleja problemática global que representa actualmente la desinformación digital. En los próximos años se requerirá de respuestas coordinadas entre gobiernos, empresas tecnológicas y sociedad civil para proteger el acceso a información confiable sin vulnerar la libertad de expresión.

Los casos de la Unión Europea y Brasil permiten identificar claves de cara a la construcción de un ecosistema digital más saludable y democrático.

2

Noticia del mes:

CNTV expone ante el Consejo Constitucional sobre su rol y autonomía

26 de junio de 2023

Ante la Comisión de Principios, Derechos Civiles y Políticos, en Consejo Nacional de Televisión expuso sobre la importancia de su rango constitucional, su autonomía, independencia y neutralidad en pro de la libertad de expresión y la democracia.

En la instancia se argumentó que dicho rango constitucional permite al CNTV ejercer su labor con independencia frente a las presiones políticas, y que una eventual ampliación de competencias –lo que es materia de ley, en todo caso– resolvería la asimetría regulatoria que existe entre la televisión y otros medios audiovisuales, como lo son algunas plataformas digitales.

Frente al proceso de convergencia digital, se argumentó que hoy las competencias del CNTV son limitadas. La televisión de libre recepción y de pago –medios que fiscaliza el Consejo– están transformándose, ya que parte importante de sus contenidos los transmiten también a través de plataformas digitales.



Ver intervención
completa del CNTV





3

Medidas de la UE para regular los servicios digitales

La Unión Europea (UE) ha implementado una serie de iniciativas para combatir la desinformación online y proteger los derechos ciudadanos. La Estrategia Europea contra la Desinformación y el Plan de Acción de la UE sobre la Desinformación son dos de las principales iniciativas en este esfuerzo.

La Estrategia Europea contra la Desinformación tiene como objetivo proteger la democracia y los derechos ciudadanos frente a la propagación de la desinformación. Se basa en varios pilares, incluyendo la mejora en la detección y análisis de la desinformación, el fortalecimiento del código de buenas prácticas en esta materia y la promoción de la transparencia en las plataformas online. Además, busca robustecer la resiliencia social ante la desinformación, promoviendo la alfabetización mediática y la educación digital.

El Plan de Acción de la UE sobre la Desinformación complementa la Estrategia Europea y persigue una respuesta coordinada contra la desinformación en toda la UE. La Comisión Europea ha establecido medidas concretas para hacer frente a este desafío, incluyendo la creación de un sistema de alerta rápida para compartir información entre los Estados Miembros, el fortalecimiento de la cooperación con las plataformas online y la promoción de la investigación y el desarrollo de herramientas tecnológicas para combatir la desinformación.

Con todo, el esfuerzo de la UE por establecer un marco regulatorio para plataformas en línea es más amplio que los esfuerzos por combatir la desinformación y conforman un sistema coherente de medidas orientadas a lograr toda clase de objetivos.

3.1

Digital Services Act (DSA)



El marco regulatorio más reciente en la UE es la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act, DSA). Esta representa una actualización relevante de la Directiva de Comercio Electrónico del año 2000, en lo referente a contenido ilegal, publicidad transparente y desinformación. Fue presentada por la Comisión Europea al Parlamento Europeo y al Consejo en diciembre de 2020, junto con la Ley de Mercados Digitales (Digital Markets Act, DMA).

Tras un proceso legislativo, el Parlamento Europeo aprobó tanto la DSA como la DMA en julio de 2022. Posteriormente, en octubre de 2022, el Consejo Europeo dio su aprobación final a la DSA, la cual entró en vigor el mismo mes.

El objetivo principal de la DSA es crear un entorno online más seguro y equitativo, asegurando que los servicios de intermediación en internet, como las grandes plataformas, el comercio electrónico y las redes sociales, sean más responsables y transparentes. La DSA se enfoca en la regulación de los servicios digitales, hasta ahora normados a través de la Directiva sobre Comercio Electrónico de 2000.

Una de las principales características de esta normativa es que clasifica a los prestadores de servicios digitales según su alcance y tamaño, además del tipo de servicio ofrecido. Las obligaciones impuestas por este marco están basadas en dicha clasificación: la mayor carga se la llevan las Very Large Online Platforms (VLOPs o "Plataformas Digitales Muy Grandes") y los Very Large Online Search Engines (VLOSE, "Motores de Búsqueda en línea Muy Grandes").

De manera inversa, la DSA exime de ciertas obligaciones –no todas– a las plataformas pequeñas; también a otras que no tengan una “conexión sustancial” con la Unión Europea: que no esté establecida en Europa o que no tenga una cantidad relevante de usuarios en el continente, entre otras.

Se crea la obligación de las plataformas online de eliminar contenido ilegal, incluyendo la desinformación, el discurso de odio o la explotación infantil. La determinación precisa de qué constituye “contenido ilegal” se deja a la legislación nacional de cada estado miembro.

La DSA también establece que las grandes empresas tecnológicas deben informar cómo recopilan y utilizan los datos de los usuarios online, así como proporcionar acceso a los algoritmos, para que la Comisión Europea y los estados miembros puedan evaluar su funcionamiento y detectar posibles sesgos o prácticas problemáticas.

Además de estas iniciativas, la UE también ha promovido la colaboración con empresas tecnológicas y ha establecido códigos de buenas prácticas para abordar la desinformación online. Estos códigos alientan a las empresas a tomar medidas para limitar la propagación de información falsa y garantizar la transparencia en sus políticas y prácticas.



3.2

Digital Markets Act (DMA)

Por su parte, el DMA tiene como objetivo abordar el problema de que grandes plataformas digitales tengan una posición dominante en el mercado y, en consecuencia, actúen como “guardianes de acceso”. Esta legislación establece una serie de reglas y obligaciones para estas plataformas, con el fin de garantizar la competencia justa y la protección de los consumidores.

Se trata entonces, de un esfuerzo por limitar los comportamientos monopólicos o de abuso de posición dominante por parte de las grandes empresas tecnológicas, garantizando la competencia leal. Su objetivo principal es **asegurar que las grandes plataformas online apliquen prácticas justas y no abusen de su poder para perjudicar a competidores más pequeños o restringir la elección de los consumidores.**

Una de las características más destacadas de la DMA es que se aplica a todas las empresas del sector tecnológico y digital operantes en Europa, independientemente de su lugar de origen. Esto significa que tanto firmas europeas como extranjeras deben acatar los requisitos y obligaciones de la DMA, si desean funcionar en el mercado europeo.

También incorpora criterios relacionados con el tamaño de la empresa, tal como la DSA. Para determinar qué plataformas online son consideradas “guardianas de acceso”, la DMA establece umbrales cuantitativos para calificar a una empresa, lo que permite presumir su influencia y capacidad para operar como puerta de acceso estable al mercado digital. Estos parámetros pueden ser la cantidad de usuarios activos mensuales, el valor de mercado y la posición dominante.

Algunas de las medidas incluidas son: prohibición de prácticas anticompetitivas, obligación de proporcionar acceso a servicios y datos a los competidores más pequeños y la restricción de ciertos comportamientos que puedan socavar la competencia.

Además, la DMA contempla la posibilidad de sancionar a las empresas que incumplan las obligaciones, incluyendo multas como porcentaje de los ingresos o la separación estructural de ciertos negocios.

Es importante destacar que las grandes plataformas digitales estarán sujetas a normas más estrictas a partir de agosto de 2023, según lo establecido en el DMA. Esto implica que deberán cumplir con las obligaciones y requisitos para garantizar una competencia justa y proteger los derechos de los consumidores.



4

Proyecto de ley en Brasil para regular la desinformación

El [proyecto de ley 2630/2020](#) en Brasil es una iniciativa legislativa orientada a abordar integralmente la problemática de la desinformación, tanto online como offline. Esta propuesta busca combatir la propagación de información falsa y establecer mecanismos que promuevan la verificación de la autenticidad de la información compartida online.

Una de las características principales del proyecto en cuestión es que **pretende responsabilizar tanto a usuarios como a proveedores de servicios online por la difusión de información falsa**. Esto implica que los usuarios que compartan contenidos falsos con fines políticos o electorales enfrentarán sanciones, buscando desincentivar la manipulación informativa en contextos políticos.

Asimismo, se plantea la **creación de un organismo gubernamental a cargo de monitorear la desinformación y coordinar la respuesta estatal**. Esta entidad no solo se encargaría de identificar y combatir la desinformación, sino también de colaborar con empresas tecnológicas para desarrollar herramientas eficientes que permitan detectar y contrarrestar la propagación de información falsa online.

La ley también fija responsabilidades para las empresas tecnológicas en la lucha contra la desinformación. Se espera que adopten medidas activas para limitar la difusión de contenidos falsos o engañosos en sus plataformas.

Con este fin, se establecen obligaciones específicas como la adopción de acciones proactivas para restringir la visibilidad de contenidos falsos y la provisión de información transparente sobre el origen de las noticias.

Por último, se dispone que las plataformas deban informar sobre las cuentas que han sido suspendidas o eliminadas por difundir desinformación. Esta medida procura promover la transparencia en las acciones emprendidas por las plataformas en respuesta a la difusión de información falsa.

El proyecto de ley 2630/2020 se presenta en el contexto de la regulación existente en Brasil sobre internet y tecnologías digitales. En 2014 se aprobó el Marco Civil de Internet (Ley 12.965), que estableció principios, garantías y derechos de los usuarios en el empleo de internet en Brasil. El Marco Civil consagra derechos como la neutralidad de red, la privacidad y la libertad de expresión en el ámbito digital; sin embargo, no aborda específicamente la desinformación. La proliferación de noticias falsas y su impacto en procesos electorales y democráticos, generó la necesidad de dar respuesta focalizada a este problema; a esto apunta el proyecto de ley 2630/2020.



5

Resumen comparativo



La **Digital Markets Act** y la **Digital Service Act (UE)** apuntan a mayor responsabilidad y transparencia por parte de las plataformas digitales, especialmente las de gran tamaño.



En **Brasil** se propone la creación de una **agencia de monitoreo** y acciones contra noticias falsas, en colaboración con las plataformas a través de las que se difundan.