

**Consejo  
Económico  
y Social**

# **Noticias falsas y discursos de odio como amenazas a la convivencia democrática**



## Consejeros y consejeras Consejo Económico y Social

Miguel **Acevedo**  
Carlos **Achetoni**  
Carlos **Acuña**  
Alberto **Barbieri**  
María del Carmen **Battaini**  
Paula **Bibini**  
Alicia **Bohren**  
Antonio **Caló**  
Marita **Carballo**  
Juan **Carr**

Carolina **Carrillo**  
Carolina **Castro**  
Esteban “Gringo” **Castro**  
Héctor **Daer**  
Ediht **Encinas**  
Marcelo **Fernández**  
Natalio **Grinman**  
Sergio **Kaufman**  
Ana María **Llois**  
Cristina **Loaiza**

Gerardo **Martínez**  
José **Martins**  
Hugo **Moyano**  
Sergio **Palazzo**  
Ricardo **Pignanelli**  
Andrés **Rodríguez**  
Iván **Szczech**  
Beatriz **Tourn**  
Delfina **Veiravé**  
Hugo **Yasky**

El presente documento es resultado del Foro Internacional: “Atrapados en la red. Noticias falsas y discursos de odio como amenazas a la convivencia democrática”, realizado en el Salón de los Pueblos Originarios de la Casa Rosada el 24 de Junio de 2021.



En junio del año 2021 la Argentina adhirió al Pacto por la Información y la Democracia, una iniciativa impulsada por Francia y Alemania a partir de un amplio informe redactado por Reporteros sin Fronteras junto con diez organizaciones independientes de la sociedad civil.

El Pacto promueve cuatro pilares:

**I** La transparencia de las plataformas.

**II** La meta regulación de la moderación de los contenidos.

**III** La promoción de la fiabilidad de la información.

**IV** La desaparición de la distinción entre el espacio público y privado en línea, cuando la mensajería privada se convierte de facto en un nuevo espacio público no regulado.

El primer paso para profundizar en su contenido fue la realización de un foro internacional organizado por el Consejo Económico y Social de la República Argentina (CES), coordinado por una de sus consejeras, Marita Carballo, miembro de la Academia de Ciencias Morales y Políticas.

El rico intercambio reflejó que la problemática de la desinformación abarca, como mínimo, tres aspectos interrelacionados. En primer lugar, **las plataformas tecnológicas como facilitadoras de los discursos de odio y las fake news.**

El espacio de debate público no puede quedar erosionado por la desinformación. La solución para este primer aspecto no puede sino ser multilateral, con acciones comunes y cooperativas.

Se necesitan nuevas **salvaguardias multilaterales** adaptadas a la era digital.

En segundo lugar, la **alfabetización digital** mediática como garantía de la democracia. Según un relevamiento de Gallup International, 8 de cada 10 habitantes del planeta dicen que reciben noticias falsas todos los meses, mientras que el 36% dice que recibe noticias falsas todos los días. Sin embargo, un estudio reciente, publicado en la Universidad de Pennsylvania, muestra que los programas de alfabetización para identificar fake news pueden ser insuficientes en grupos altamente radicalizados. Muchas personas siguen eligiendo información que confirma sus prejuicios y desechan aquella que los pone a prueba.

El tercer aspecto consiste en **proteger la libertad de expresión.**

La Relatoría por la Libertad de Expresión de la ONU advirtió que la remoción de contenidos por parte de las plataformas digitales corre el riesgo de coartar, precisamente, el ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

Con la adhesión al Pacto por la Información y la Democracia nos comprometimos como país a encontrar caminos imaginativos que, al mismo tiempo, respeten la libertad de expresión y la calidad de la democracia. La clave radica en edificar consensos sobre las barreras que implican las nuevas tecnologías. Límites que deben siempre ser legítimos, claros, establecidos mediante leyes, garantizando procedimientos transparentes de apelación y revisión, en línea con los estándares internacionales.

La Argentina necesita **menos odio y más oído.** Mantener una conversación fraterna para encontrar puntos de armonía. El virus de la infodemia que pone en jaque las garantías constitucionales se combate con el oído abierto y la mano extendida.

**Por Gustavo Beliz**

Presidente del Consejo Económico y Social

**Por Krisztina Stump**

Jefa adjunta de la Unidad de Política Audiovisual y de Medios de la Dirección General de Redes, Contenidos y Tecnología de Comunicaciones de la Comisión Europea.

# La estrategia de la Unión Europea **para combatir la desinformación**



Europa ha trabajado en una estrategia desde el año 2018 para combatir la información falsa y todos sus derivados. Esta labor se materializó en el Código de Buenas Prácticas contra la Desinformación, un instrumento autorregulatorio que incluye medidas en distintos ámbitos como la transparencia de la publicidad en temas políticos, medidas para contrarrestar las conductas manipuladoras, así como medidas orientadas a empoderar a la sociedad y a la comunidad.

A partir de su evaluación, en mayo del año 2021, la Unión Europea emitió ciertas directrices orientadoras para mejorar su aplicación práctica. Estas directrices estipulan con claridad cómo las plataformas de contenidos deben llevar adelante los compromisos asumidos.

A partir de ellos la Unión Europea está trabajando en forma conjunta con las empresas, buscando una buena cooperación y monitoreando las gestiones y esfuerzos realizados dentro del marco regulatorio.

La Unión Europea está trabajando en forma conjunta con las empresas, buscando una buena cooperación y monitoreando las gestiones y esfuerzos realizados dentro del marco regulatorio.

Sin embargo, es indudable que el actual Código debe sufrir enmiendas y modificaciones, al igual que la legislación en materia de servicios de información, con el propósito de alcanzar niveles mucho más altos de protección contra la desinformación y las noticias falsas. Entre esas modificaciones pueden surgir mecanismos exigibles y ya no solamente autorregulatorios, que aseguren el respeto irrestricto a la libertad de expresión.

Esta labor se ve complementada con otras medidas, sobre todo en lo que refiere a los medios, como es la creación del Observatorio de Medios Digitales Europeos, un proyecto que busca generar sinergias y apoyar el trabajo conjunto de expertos académicos y de la industria de los medios para una comprensión más profunda del fenómeno de la desinformación y el empoderamiento de la sociedad frente a este.

>> INFO ADICIONAL <<

### Puntos destacados del Código de Buenas Prácticas contra la Desinformación

Los signatarios se comprometen a:

1. Invertir en productos, tecnologías y programas para ayudar a las personas a tomar decisiones informadas cuando encuentren noticias en línea que pueden ser falsas.
2. Invertir en medios tecnológicos para priorizar la información auténtica y autorizada en búsquedas, feeds u otros canales de distribución clasificados automáticamente.
3. Invertir en funciones y herramientas que faciliten a las personas encontrar diversas perspectivas sobre temas de interés público.
4. Fomentar la adopción de herramientas que ayuden a los consumidores a comprender por qué ven determinados anuncios.
5. Apoyar los esfuerzos independientes de buena fe para rastrear desinformación y comprender su impacto.
6. No prohibir ni desalentar la investigación de buena fe sobre desinformación y publicidad política en sus plataformas.
7. Convocar un evento anual para fomentar los debates dentro del mundo académico, la comunidad de verificación de datos y los miembros de la cadena de valor.
8. Escribir una cuenta anual de su trabajo en forma de un informe disponible públicamente y que pueda ser revisado por un tercero.

Por **Pedro Less**

Vicepresidente de Política Pública de  
Facebook - América Latina.

# Las herramientas de Facebook para contrarrestar las fake news y los discursos de odio



La red nos libera gracias a su descentralización, ubicuidad y bajas barreras de entrada, dando acceso al conocimiento y a la libertad de expresión a gran parte de la humanidad como ningún otro desarrollo humano hasta la actualidad. Es un catalizador para el ejercicio de derechos y libertades fundamentales. Sin perjuicio de ello, es importante reconocer que los abusos que se registran en la red por actores maliciosos a partir de la generación de noticias falsas y el fomento de discursos de odio, requieren de la acción coordinada de múltiples actores para proteger instituciones fundamentales de nuestra sociedad.

En Latinoamérica existe una oportunidad para tener una discusión multisectorial sobre desinformación, discutir los contenidos focalizados en principios y procesos, reconociendo las necesidades específicas de la región pero, también, tomando ventaja del robusto marco jurídico regional de derechos humanos que da la Convención Interamericana y buscando las soluciones de otras regiones, pero sin copiar modelos.

El Pacto Internacional por la Información y la Democracia afirma una serie de principios que Facebook comparte y que recientemente han sido sistematizados en una política corporativa de Derechos Humanos que rige todos los aspectos de actuación de la compañía. Esta política reconoce expresamente los principios rectores sobre empresas y DD. HH. de Naciones Unidas, como así también el Pacto de San José de Costa Rica y la Convención Europea de DD. HH. Por otra parte, la compañía adhirió en el año 2018 al Código de Buenas Prácticas de la Unión Europea en materia de infor-

Como bien lo resaltó la Comisión Interamericana de DDHH luego de los incidentes en el Capitolio de los EE. UU., resulta imperante reducir la violencia en el discurso político y el espacio público. Esto requiere no solo del compromiso de las plataformas sino de un mayor compromiso de los actores políticos y candidatos.

mación. Este código, junto a otros esfuerzos de asociaciones público-privadas, nos ha permitido alcanzar avances significativos en la lucha contra la desinformación y los discursos de odio.

Durante años Facebook ha apoyado a los defensores de DD. HH. y a periodistas, protegiendo sus cuentas y páginas contra actores maliciosos que los intimidan, amenazan o atacan. Y recientemente anunció la creación de un Fondo de Libertad de Expresión que brinda asistencia offline a los defensores de DD. HH.

Para tomar dimensión de la escala sobre la cual trabaja la plataforma, es importante señalar que alrededor de 1700 millones de personas acceden a Facebook todos los días y miles de millones de piezas de contenido se comparten a diario, tanto en Facebook como en Instagram, en diferentes países y culturas y en decenas de idiomas.

Con relación a los discursos de odio y la incitación a la violencia, la compañía busca combatir los abusos que puedan causar daño en el mundo online y offline, con principal foco en grupos vulnerables. Si es preciso limitar expresiones, Facebook lo hace al servicio de otros valores también protegidos por los DD. HH., como la seguridad, la dignidad y la

Para tomar dimensión de la escala sobre la cual trabaja la plataforma, es importante señalar que alrededor de 1700 millones de personas acceden a Facebook todos los días y miles de millones de piezas de contenido se comparten a diario, tanto en Facebook como en Instagram, en diferentes países y culturas y en decenas de idiomas.

privacidad, teniendo siempre en cuenta principios de necesidad y proporcionalidad. La compañía trabaja proactivamente para reducir el abuso y el acoso en las mujeres, eliminando contenidos dañinos. Recientemente lanzó un programa para proteger de la violencia a mujeres involucradas en política.

Como bien lo resaltó la Comisión Interamericana de DD. HH. luego de los incidentes en el Capitolio de los EE. UU., resulta imperante reducir la violencia en el discurso político y el espacio público. Esto requiere no solo del compromiso de las plataformas sino de un mayor compromiso de los actores políticos y candidatos.

La desinformación impone desafíos enormes en múltiples dimensiones y Facebook busca combatirla apelando a distintas herramientas.

Primero, implementando medidas para reducir la velocidad de circulación de información errónea, ya sean contenidos falsos o engañosos sobre COVID, vacunas, cambio climático, elecciones o cualquier otro tema. También, eliminando las cuentas de páginas de contenidos falsos y toda otra información que contribuya a un riesgo de violencia o daño físico inminente. Además, en WhatsApp se redujo un 70% el envío de contenido altamente reenviado, limitándose a un solo reenvío por vez y se reforzaron mecanismos para identificar cuentas automatizadas de spam.

Segundo, brindando un contexto adicional para que los usuarios tomen decisiones informadas, etiquetando contenido que verificadores independientes han calificado como falso. Desde WhatsApp se trabajó también con las autoridades para ofrecer a la población información fidedigna a través de chat bots.

Tercero, sumando esfuerzos provenientes de otras empresas y grupos. Estamos asociados a 80 verificadores independientes en 65 países, certificados por la red internacional de verificación de datos.

En Latinoamérica existe una oportunidad para tener una discusión multisectorial sobre desinformación, discutir los contenidos focalizados en principios y procesos, reconociendo las necesidades específicas de la región pero, también, tomando ventaja del robusto marco jurídico regional de derechos humanos que da la Convención Interamericana y buscando las soluciones de otras regiones, pero sin copiar modelos.

El objetivo de Facebook es ser un espacio para la igualdad y la seguridad, la dignidad y la libertad de expresión, donde se construyan sistemas y herramientas que respeten los DD. HH. Desde comienzos del año 2021 la compañía se encuentra trabajando con las autoridades electorales para proteger la integridad de cada una de las elecciones. Así, se ha firmado un memorándum de entendimiento con la Cámara Nacional Electoral de la República Argentina para brindarle a los votantes información oficial y relevante. Junto a la Cámara -y en algunos casos con el apoyo de universidades y ONG- se han desarrollado materiales y sesiones de capacitaciones para partidos políticos y candidatos. También hemos creado productos, como las promociones y los stickers para brindar información relevante sobre los procesos electorales. Para asegurar un nivel de transparencia sin precedentes en la publicidad político-electoral, la compañía estableció un registro de quiénes pagan por esos avisos, el cual permanece por 7 años en la biblioteca de anuncios para consulta pública. Esto es utilizado por las autoridades electorales y valorado por la ciudadanía, periodistas, ONG y partidos. Más de 40 equipos globales combaten abusos de las políticas de la compañía como la supresión del voto.

>> INFO ADICIONAL <<

### Red internacional de verificación de datos

La International Fact-Checking Network (IFCN, por sus siglas en inglés) (Red Internacional de Verificación de Datos, en español) es una unidad del Instituto Poynter cuyo objetivo es reunir a periodistas que se dedican a la verificación de hechos a nivel internacional. Dicha unidad se creó en septiembre de 2015 en apoyo a este tipo de periodismo, promoviendo buenas prácticas e intercambio de información en este campo. Actualmente cuenta con 50 miembros de todo el mundo.





Por Eleonora Rabinovich

Head de Asuntos Gubernamentales y  
Políticas Públicas para el Cono Sur de  
Google.

# El compromiso de Google para **combatir** **la desinformación en** **periodos electorales.**



Desde Google estamos comprometidos con la integridad de las elecciones. Nuestra misión es organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil para todos. Esta misión se vuelve crítica en tiempos electorales, ya que los ciudadanos requieren de información confiable y oportuna para tomar decisiones y ejercer sus derechos cívicos. Es por eso que Google trabaja en tres frentes.

En primer lugar, ayudamos a los ciudadanos a informarse mejor durante las elecciones. En segundo lugar, ayudamos a los candidatos para que hagan llegar sus propuestas electorales y a las autoridades electorales para hacer más transparente el proceso electoral. En tercer lugar, combatimos la desinformación en nuestras plataformas como parte de nuestro compromiso más amplio contra la desinformación en todo momento.

Internet creó muchas oportunidades para que todos podamos acceder a más información, a distintas voces y perspectivas para ejercer un voto informado. Internet ha aumentado la capacidad de escuchar muchísimas voces y por eso es tan importante que todos juntos trabajemos para asegurar un ejercicio libre de los derechos.

Nuestros usuarios en todo el mundo recurren diariamente a nuestros servicios para conseguir la información que necesitan. Es por eso que de manera global, cuando hay elecciones, buscamos sistematizar la información más relevante para los votantes y hacerla accesible para todos. En América Latina hemos trabajado junto a las autoridades electorales de varios países -como México y Argentina- para hacer disponible en nuestros productos como el Buscador, Mapas y

el Asistente, información esencial para los ciudadanos. En Argentina cooperamos con la Cámara Nacional Electoral y también articulamos con la Dirección Nacional Electoral. Nos enorgullece formar parte del “Compromiso Ético Digital” promovido por la CNE, junto a otras empresas del sector privado, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, periodistas y partidos políticos.

La desinformación no es un fenómeno nuevo pero, obviamente, adquiere mucha relevancia en un período electoral y por eso es un tema prioritario para Google.

Por otro lado, procuramos ayudar a los candidatos para que puedan hacer llegar sus propuestas a todos y todas. Por ejemplo, contamos con funciones en YouTube para que los candidatos aprendan a gestionar el canal de manera eficiente y cuenten con una herramienta potente de diálogo con la ciudadanía.

La desinformación no es un fenómeno nuevo, pero adquiere mucha relevancia durante el período electoral. Frente a ello, hemos concentrado sus esfuerzos en la mejora continua de los procesos de revisión, capacitando a nuestro personal, poniendo nuestras herramientas a disposición de la sociedad civil y del periodismo (en sus esfuerzos para la verificación de datos y noticias) así como desarrollando herramientas para prevenir la desinformación y la manipulación con fines electorales en nuestros productos, removiendo el contenido que incumple nuestras políticas y las leyes, reduciendo la visibilidad del contenido dudoso y priorizando el contenido de fuentes autorizadas y confiables. Siempre anteponiendo las libertades individuales y los derechos humanos, buscamos garantizar una mayor y mejor información para las y los ciudadanos.

Para terminar, Internet creó muchas oportunidades para



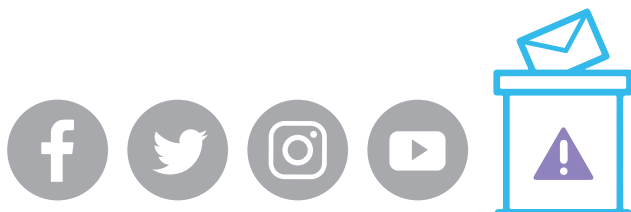
que podamos acceder a más información y a distintas voces y perspectivas para ejercer un voto informado. Por eso es tan importante que juntos trabajemos para asegurar un ejercicio libre de los derechos. La construcción democrática es una tarea de todos y todas y, desde nuestro lugar, quiero agradecer a las autoridades, a la ciudadanía, a los medios, a los periodistas, a las ONG y a todos con quienes colaboramos para proteger a la sociedad de la desinformación. Sabemos que hay mucho más por hacer y estamos comprometidos a seguir por este camino, tanto a nivel global como en la región y en la Argentina.



**Por Mario Riorda**

Presidente de la Asociación  
Latinoamericana de Investigadores de  
Campañas.

# Discurso político, manipulación y campañas en redes sociales, **¿está la democracia en riesgo?**



Hay tres datos que son ilustrativos para introducir el tema de la desinformación. El primero de ellos es que cuando se analizaron los 11 mil primeros tuits del presidente Donald Trump, la mayoría fueron ataques, mensajes falsos o autoalabanzas. Tras perder las elecciones, la red social Twitter suspendió su cuenta porque el 38% de sus afirmaciones eran falsas. El segundo dato parte de un estudio que realicé con Chequeado Argentina, analizando 7 años de discursos presentes en la prensa y analizando 1100 discursos verificables, entendiendo por tales aquellos en los que había datos que se podían avalar con evidencia. El resultado fue impactante: en Argentina, durante esos 7 años, el 49.8% de los discursos verificables fueron falsos, es decir, carecieron de todo tipo de sustento. Un 24,41%, es decir, otro cuarto, fue catalogado como “verdadero pero”, es decir, constituyen verdades a medias y cometen ocultamientos. Solamente 1 de cada 4 discursos, es decir el 25% restante, fue verdadero. El tercer dato o ejemplo que quiero resaltar nos ubica en México. A diez meses de haber asumido Lopez Obrador la primera Magistratura, un estudio ha determinado que el 56% de sus discursos chequeables fueron falsos o engañosos, es decir, mentira o verdades a medias.

Las redes sociales claramente tienen una entrada de perfil democrático, pero su dinámica no necesariamente propende a lo democrático.

¿Por qué elegir estos tres ejemplos de los tantos otros que se podrían elegir? Porque siempre, o casi siempre, tendemos a focalizar en un tipo de desinformación, en la mentira política industrial, entendida como un ejercicio de propagación estimulada que apunta a una saturación informativa con fines deliberados, sea esto como un shock comunicacional (en un momento dado y con agresividad) o sea como un goteo persistente sostenido en el tiempo. Casi siempre son ambas y es ahí donde se pone el foco en la autorregulación e incluso en la regulación.

Uno de los grandes problemas, que incluso podría ser mayor que toda esa mentira política industrial, es la mentira política institucional.

¿Por qué elegí estas tres instancias a modo de ejemplo? Porque uno de los grandes problemas, que incluso podría ser mayor que toda esa mentira política industrial, es la mentira política institucional. De la propia política y sus voces en primera persona y de los propios medios de comunicación y sus voces, también en primera persona. Evidentemente no toda esa información constituye una fake news, entendida como la mentira deliberada. Pero es importante distinguirla de hechos que también desinforman.

Existen al menos 5 implicancias de la desvirtuación democrática a partir de fake news:

La aceleración de las cascadas. La diferencia entre el contenido replicado por un bot versus un usuario activo puede aumentar hasta 16 veces. Es decir, se produce una aceleración 16 veces más rápida que hace que esa diseminación genere, en casi todos los casos, tendencias artificiales una hora y media o dos horas antes que una tendencia generada por un humano. (ver gráfico 1).

Se pone en juego la libertad de elegir. La información disponible está tergiversada. A partir de estudios propios realizados en la Argentina, detectamos que entre un 50 y un 64% de la ciudadanía ha presentado algún nivel de confusión sobre lo que lee en las redes durante un proceso electoral. Sin embargo, ante la duda, la mayoría de las personas apela al sesgo de confirmación: no importa que el contenido sea verdad, igual lo termina compartiendo.

Se trastoca la representación política. Existe una alteración de la competitividad, básicamente porque se dañan las reputaciones públicas. Por si esto fuera poco, se propende a la corrupción: alguien financia las prácticas masivas de desvirtuación.



Hay autoritarismo porque se intenta silenciar o tapan el disenso sobre la otredad, frente al distinto; esta es una concepción claramente facista, con un núcleo argumental mítico e irreal. La política incorpora la ficción como argumento. Se estima que, en general, al inicio de cada campaña electoral hay aproximadamente un 20% de bots que alimentan la artificialidad del debate. Lo bueno es que ese contenido no desborda por fuera del núcleo de adherentes previos.

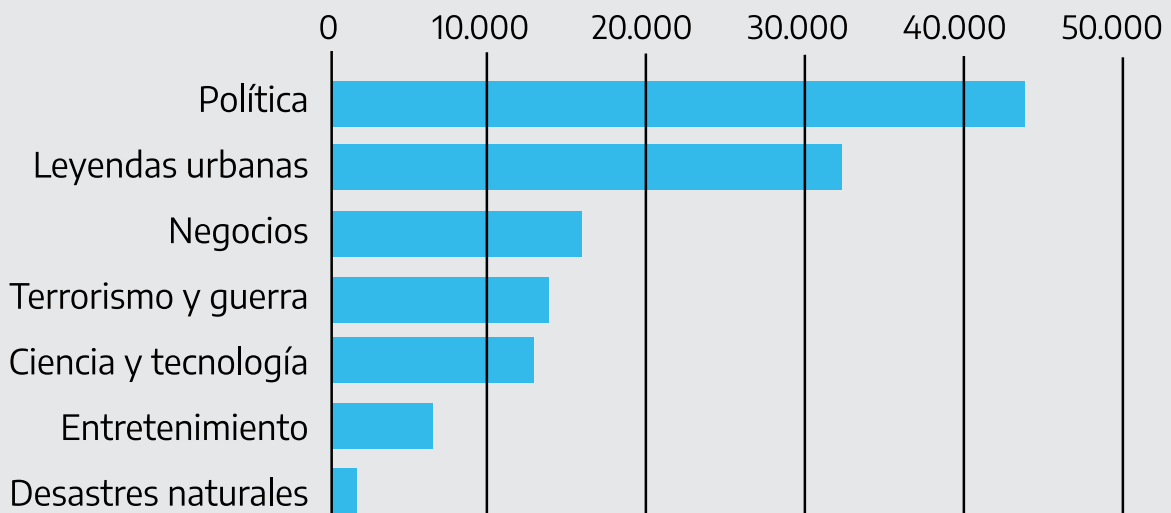
Se radicalizan las posturas dentro de un espacio o tribu, sociológicamente hablando. Es decir, las fake news generan tendencias artificiales gregarias, conductas tribales, que van encuadrando y moderando el debate público, desde la más pura artificialidad y utilizando la violencia, expresiones racistas, sexistas, estereotipadas, cada día más exacerbadas y humillantes.

Las redes sociales claramente tienen una entrada de perfil democrático, pero su dinámica no necesariamente propende a lo democrático. De hecho, hay dos fenómenos que la

literatura internacional demuestra: uno es el fenómeno de concentración, que muy pocos se convierten en nodos, en autoridades digitales; el segundo es el fenómeno de jerarquización, que son muy pocos los actores públicos que tienen la capacidad de encuadrar el debate.

Nos queda un desafío: aportar más evidencia y mucha menos opinión. Recientemente salió un paper en la Universidad de Pensilvania de una profesora india, Sumitra Badrinathan. El estudio experimental llevado a cabo en la India consistió en una capacitación presencial de alfabetización mediática para que las personas pudieran identificar noticias falsas durante las elecciones. Sin embargo, el resultado marcó que no hubo un aumento de la capacidad para identificar noticias falsas. ¿Qué nos dice este hallazgo? Que existe un largo camino para combatir la desinformación.

## Número de cascadas\* por categoría temática



Según un estudio desarrollado por el equipo de investigadores del MIT, publicado por la revista *Science*, las informaciones falsas se difunden "significativamente más lejos, más rápido, más profunda y ampliamente" que las verdaderas "en todas las categorías de información, y los efectos fueron más pronunciados para noticias políticas falsas".

\*Instancias de un patrón de difusión de rumores que exhibe una cadena de retweets ininterrumpida con un origen singular común.

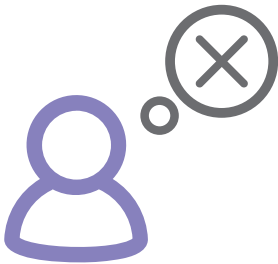
Fuente: <https://vermontcomplexsystems.org/share/papershredder/vosoughi2018a.pdf>



**Carla Piccolomini**

Diputada de la Nación por la PBA,  
interbloque Juntos por el Cambio. Integrante  
de la Comisión Bicameral de Comunicaciones

# La desinformación se volvió costumbre



La información que se comparte y circula no siempre es ingenua ni desinteresada, sino que suele responder a estrategias u objetivos de desestabilización.

La desinformación no es un problema únicamente de estos tiempos, sino que viene desde hace mucho. Sin embargo, con el avance de la tecnología, la democratización de la información y la aparición de las plataformas digitales, el problema se torna cada vez más complicado.

Hoy el acceso a la información es más fácil: estamos mejor conectados que en el pasado. Esto genera, en simultáneo, la aparición de nuevos actores que influyen en la opinión pública; se amplió el número de participantes y todos tienen un

grado de poder sobre la información. Es un proceso difícil de frenar porque hay personas conectadas todo el tiempo entre sí, en cada rincón del mundo, las 24 horas del día, siendo muy difícil controlar lo que se dice o por qué canal se hace. A toda esta complejidad se añade el hecho de que la información que se comparte y circula no siempre es ingenua ni desinteresada, sino que suele responder a estrategias u objetivos de desestabilización, ya que está comprobado el daño que produce tanto en gobiernos como en campañas electorales.

El debate público está marcado por la propagación de información falsa, manipulada o sesgada. En las campañas electorales se ve claramente esta tendencia. La polarización se exagera y lo único que pasa a importar es derrotar a las personas que compiten en la contienda.

La política suele hacer uso de estas prácticas. La desinformación se volvió costumbre. Muchas veces se producen y reproducen mensajes que no colaboran. Frente a esta situación, quienes integramos el sistema político argentino deberíamos hacer una autocrítica sobre estas prácticas ya que, de lo contrario, cada vez habrá más desconfianza en el sistema y la sociedad se va tornando mucho más polarizada.



**32,8 %**

Los argentinos se informan a través de las redes sociales.



**26,9 %**

Los argentinos se informan a través de programas de televisión.



**23,7 %**

Los argentinos se informan a través de portales de Internet.



**12,3 %**

Los argentinos se informan a través de emisoras de radio.

Fuente: Consultora Taquiión - Dossier especial "Cómo se informan los argentinos" - Fecha de realización del estudio del 21 al 29 de julio de 2021 - Extracto de infografía.





**Por Olga Cavalli**

Directora de ARGENSIG, la escuela Arg. de  
Gobernanza de Internet. Docente en UBA -  
Especialista en TICS e Internet

# Transparentar la definición de los algoritmos, **una tarea conjunta entre el sector público y privado**

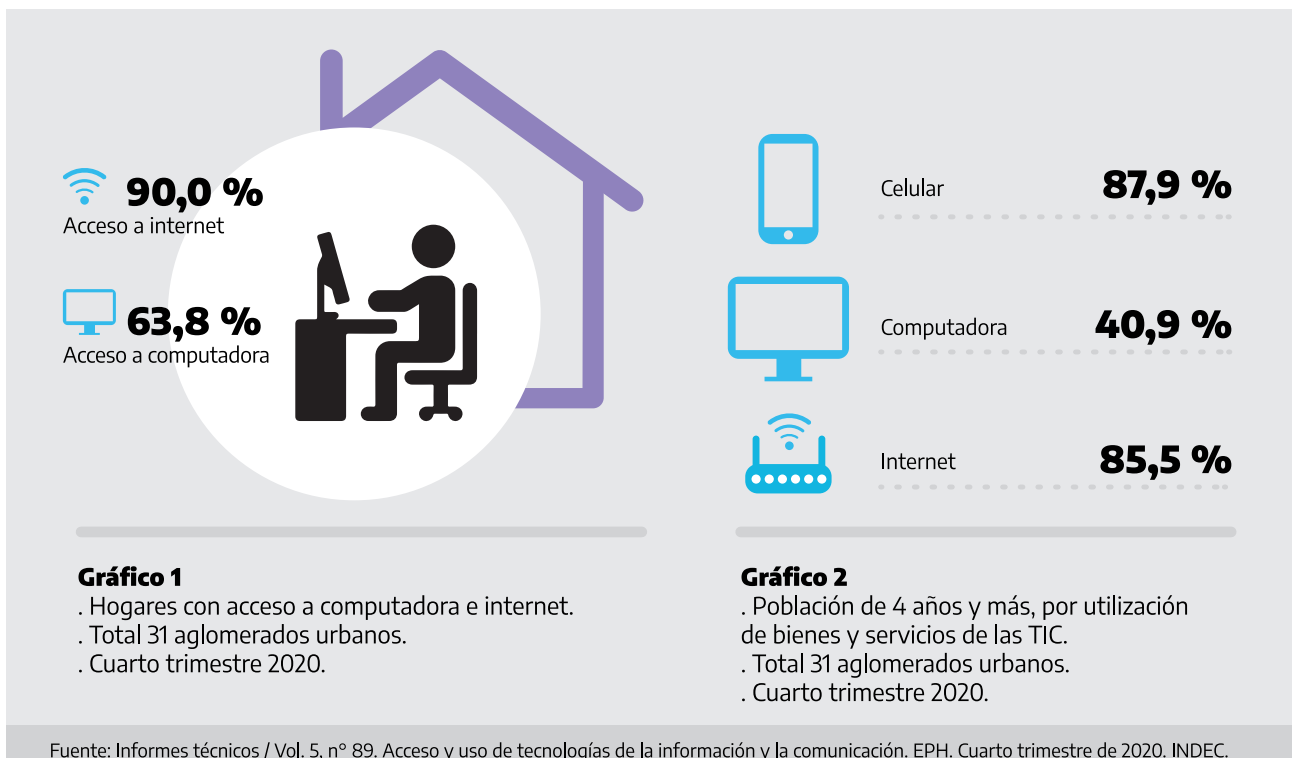


La adhesión al Pacto Internacional por la Información y la Democracia es un paso fundamental para nuestro país. Argentina ya está trabajando en varios foros de Naciones Unidas, la OEA y la región en temas vinculados a la gobernanza de Internet. En asuntos de esta naturaleza es importante fortalecer todos los espacios de diálogo. Ya sabemos lo barato que es expandir información falsa y lo difícil que es manejar este fenómeno con millones de personas conectadas en las redes. El fortalecimiento de los espacios de participación, con múltiples partes interesadas, es el único camino para poder tomar y definir las autorregulaciones, regulaciones y las buenas prácticas en Internet, entre otras.

En este camino, hay que mejorar el nivel de cooperación. Las empresas demostraron claramente que existen herramientas que ayudan a reducir la información falsa que circula en Internet. Lo vemos cuando usamos las redes sociales y se menciona o indica que determinados contenidos son informaciones falsas, o cuando no es posible reenviar mucha información desde WhatsApp. Las empresas han reaccionado, muy favorablemente, a la demanda de la ciudadanía en general y de los gobiernos. Sin embargo, por ser tan complejo, estamos frente a un proceso continuo y un desafío interesante.

Esa complejidad requiere que el tema sea abordado de forma multidisciplinaria, desde la ciencia de la computación, la informática, las ciencias sociales, el derecho, la economía, entre otras. Desde la Escuela Argentina de Gobernanza de Internet y desde la Escuela del Sur de Gobernanza de Internet fomentamos los espacios de capacitación multidisciplinaria en temas que tienen que ver con Internet en general, con sus reglas y sus temas relacionados.

Finalmente, hay que destacar el rol de la tecnología. Existen herramientas que ayudan a detener la propagación de información falsa y los discursos de odio. De otra forma, es imposible contener estas cosas de manera manual. Si hay millones de personas que entran por día a una red social, es evidente que se van a utilizar mecanismos automatizados para detectar, advertir y eliminar ese tipo de contenido falso o violento. De allí que es muy importante prestar atención a la transparencia en la definición de los algoritmos que manejan las plataformas, porque en definitiva son los elementos de Inteligencia Artificial los que pueden realizar estas tareas. La transparencia en los algoritmos es un trabajo que se debe llevar a cabo en forma conjunta con las empresas privadas.





**Por Alfredo Héctor Gonzalez Luenzo**

Senador Nacional del Frente de Todos Chubut.  
Presidente de la Comisión de Sistemas, Medios  
de Comunicación y Libertad de Expresión.

# La necesidad de una **regulación compartida** entre los Estados y las plataformas



No vamos a descubrir nada diciendo que este es un tema complejo. Tenemos un diagnóstico, pero no soluciones. La forma de poder encontrar esas soluciones es a través de una construcción colectiva entre todos los que integramos el ecosistema digital: desde los ciudadanos, los que tenemos responsabilidades públicas y las plataformas de contenido, que obviamente están en el eje de este debate.

Desde la Comisión de Sistemas, Medios y Libertad de Expresión del Senado de la Nación venimos trabajando estos temas hace cuatro años. Con académicos, expertos a nivel internacional y las propias plataformas se está discutiendo qué es lo que podemos aportar como valor agregado en esta problemática. Sin embargo, hay que decir que es un asunto particularmente difícil de abordar, porque cuando hablamos de desinformación y de la manera de controlarla y administrarla, nos encontramos con un límite: la libertad de expresión. Y ese límite es sagrado.

La Relatoría por la Libertad de Expresión de la ONU ha advertido que la remoción de contenidos corre el riesgo de coartar, precisamente, el ejercicio de este derecho. Cabe aclarar que, como todos los derechos, este no es absoluto sino que tiene límites: el odio racial, el odio religioso, el odio nacional -muy afín a las políticas neoliberales que trabajan sobre el odio y el miedo-, entre otros.

Se comprende que estamos frente a un entramado muy complejo donde las respuestas de políticas públicas requieren de un gran debate previo. Aquella Internet abierta, inclusiva y democrática fracasó. Fracasó la autorregulación de eso y nos tenemos que hacer cargo. Las plataformas hacen un esfuerzo, pero está claro que la desinformación y el odio están tarifados. Basta con observar lo que ha pasado durante la pandemia, tanto en Argentina como en el mundo. El propio director de la Organización Mundial de la Salud ha dicho que no solamente hay que luchar contra el virus de la COVID-19, sino también contra los trolls.

Algo hay que hacer. Tenemos que ir a una corregulación. Los Estados se tienen que involucrar y deben hacerlo no en forma aislada e independiente, sino como bloque regional, tal como lo está haciendo Europa. Hay que avanzar en una regulación compartida entre los Estados y las plataformas y no solamente esperar que haya una autorregulación.

Argentina carece de una legislación específica para reducir el impacto de las noticias falsas en los procesos electorales, lo que deja desprotegido al ciudadano común que ve dañada su imagen, su ética y su moral por la información falsa que

Estamos frente a un mundo totalmente distinto; hay que cuidar la libertad de expresión, pero asumiendo las consecuencias ulteriores si se difama y se injuria gratuitamente.

circula en Internet. Y allí es donde las plataformas tienen que hacer una autocrítica.

A las redes sociales, a las plataformas y a quienes somos sus usuarios nos está faltando tener un marco ético y moral aplicable cuando nos encontramos con el otro en Internet. Esta complejidad a la que se enfrenta el ciudadano digital exige potenciar los esfuerzos de cara a una fuerte alfabetización digital. Es un camino pedagógico el que hay que tomar. No hay otra posibilidad. La información falsa es muy mala para la sociedad y hay que combatirla, pero formándonos, educándonos para discernir lo bueno de lo malo, como lo hacemos en la vida cotidiana.

El ciudadano digital está desprotegido porque no sabe cómo comportarse. Nosotros compartimos datos que la CIA y la KGB hubiesen necesitado 100 años para tenerlos. Cuando un usuario acepta las políticas de privacidad de una plataforma, realmente desconoce qué es lo que está autorizando. Es posible que esté aceptando compartir datos que hacen a su mundo, su intimidad, su vida, sus gustos, sus deseos, sus gastos, sus cuentas, entre muchas otras cuestiones.

Los diputados y senadores tenemos que revisar y trabajar para mejorar el panorama descrito. Estamos frente a un mundo totalmente distinto; hay que cuidar la libertad de expresión, pero asumiendo las consecuencias ulteriores si se difama y se injuria gratuitamente. Tenemos que legitimar mediante el debate de ideas qué país y qué sociedad queremos.



**Por Ulrich Kelber**

Alto Comisionado del Gobierno Alemán  
para la protección de datos y libertad de  
información.

# Un aporte sobre la **tensión** **entre la libertad de** **expresión y la protección** **de datos personales**



La tensión entre la protección de datos, por un lado, y la libertad de opinión, por el otro, no es algo nuevo. Pero los medios de comunicación, los foros de discusión y los chats están teniendo más y más acceso a la sociedad, volviéndose más virulentos. Estos foros que intercambian opiniones tienen gran impacto sobre la democracia dado que cualquier declaración en Internet tiene una gran capacidad de replicación.

Todos tenemos libertad de expresión y libertad de información, los ciudadanos son libres de informarse sin intervención estatal. Pero la pregunta que surge es cómo ejercer la libertad de opinión de forma compatible con la protección irrestricta de los datos personales. Así, por ejemplo, la legislación europea dice que no se puede nombrar a una persona sin su consentimiento, incluso en el caso de procedimientos de investigación. A menudo los fines periodísticos entran en conflicto con la protección de datos, por lo que se necesita pensar en los derechos como algo flexible. Justamente por ello en Europa la ley indica que la expresión de opiniones debe estar equilibrada con la protección de datos; es decir, la libertad de expresión no es absoluta y cumple una función

social en concordancia con los demás derechos fundamentales. Es necesario encontrar mecanismos y normas que hagan posible que ambos derechos convivan en concordancia.

El procesamiento de datos puede ser de gran importancia para fines periodísticos, pero debe haber protección de algunos datos sensibles, sin minar la libertad de expresión. Los insultos y publicaciones difamantes no se pueden publicar livianamente. El privilegio de protección de datos en Europa protege también la libertad de expresión, ya que sin protección de datos no se puede generar libertad de expresión y la protección de datos se tiene que basar en la libertad de expresión.

Otro ejemplo es el derecho a ser olvidado, asegurarse que nadie quede atado de por vida a opiniones que pueden cambiar. Esto es interesante. Se prioriza entonces una base para asegurarnos que haya libertad de expresión y, a su vez, se incorpora un instrumento legal para bloquear la información y los discursos de odio. Y esto debe ser de forma legal.



**Por Martín Becerra**

Investigador principal del CONICET y  
profesor titular de la UBA y de la UNQ.  
Doctor en Cs. de la Información.

**Necesitamos respuestas  
simultáneamente,  
regulatorias, corregulatorias  
y autorregulatorias,  
multisectoriales y  
multipartidarias**



La actual etapa histórica, caracterizada por la diseminación global de las TIC, por la “Internet plataformizada” y con accesos masivos -que serán todavía más amplios en la medida en que se reduzcan las brechas digitales de acceso-, precisa de reglas de moderación de contenidos. Para decirlo de manera más clara: no existió ninguna etapa de la historia humana, ni ninguna experiencia democrática, sociedad o grupo, que en su propia constitución, no estableciera reglas sobre lo que está permitido y sobre lo que no está permitido decir y hacer. Por ejemplo, la pedofilia, la apología del delito, la apología del terrorismo, los contenidos que ponen en riesgo la salud y la vida de terceras personas, son contenidos que en nuestras sociedades están claramente limitados mediante reglas y criterios debatidos y adoptados democráticamente.

No existió ninguna etapa de la historia humana, ni ninguna experiencia democrática, sociedad o grupo, que en su propia constitución, no estableciera reglas sobre lo que está permitido y sobre lo que no está permitido decir y hacer.

El establecimiento de esas reglas, en la medida en que sean legítimas y claras, que estén consagradas por ley, que sean proporcionadas a su finalidad y que garanticen recursos de apelación y revisión, fortalecen el derecho a la libertad de expresión en su doble dimensión, individual y social. Lo anterior parafrasea los estándares del Sistema Interamericano de DDHH y en particular los de la Convención Americana, que tiene rango constitucional en la Argentina, y recrea los principios internacionales en la materia.

Hoy Internet -y en particular las grandes plataformas digitales que concentran la inmensa mayoría de los usos y aplicaciones masivos- no es un espacio carente de reglas de juego

sobre lo que se puede y no se puede decir. Las cuentas y contenidos suspendidos y removidos del expresidente Donald Trump y otros varios mandatarios, incluso latinoamericanos, o la censura online sufrida por movimientos de derechos humanos y de derechos civiles en Colombia, Myanmar, Palestina o Bielorrusia, o la eliminación de la foto de “la niña del Napalm” por Facebook a pesar de su valor histórico, ilustran este argumento: los contenidos online tienen restricciones, hay definiciones variables sobre qué significa y cuáles serían los alcances del “comportamiento inauténtico” que las plataformas utilizan como motivo de remoción; en suma: la libertad de expresión no es absoluta en Internet.

Por consiguiente, hoy ya existen regulaciones de contenidos en Internet. Las deciden las compañías dueñas de las plataformas, es decir que es una regulación de facto. Es decir, esa regulación es de facto. La evidencia reunida en los últimos años muestra que se trata de una regulación mutante, según reglas de juego que no son democráticas (porque son corporativas), que son opacas, que son contradictorias entre sí (incluso al interior de una misma plataforma), y que no son recurribles en la mayoría de los casos y por la mayoría de los usuarios y usuarias.

Las plataformas son un espacio donde públicamente donde públicamente se conversa sobre cuestiones de interés común en las sociedades contemporáneas, donde las personas se informan, acceden a contenidos vitales para su salud, su educación, su trabajo y sus lazos con los afectos. Pero las plataformas digitales no son el único espacio de producción de contenidos donde circulan operaciones de desinformación: los medios tradicionales y la política profesional no son ajenos a ello (en las pantallas televisivas argentinas se promovió el consumo de productos lesivos para la salud pública en plena pandemia Covid-19, por ejemplo) y, es más, medios y políticos son animadores centrales de los contenidos más comentados en las plataformas digitales.

El volumen y la rapidez de la viralización de contenidos en la sociedad red son inéditos y su moderación es una tarea ciclópea. No pueden hacerlo solo personas -dada la programación algorítmica de las plataformas- pero tiene que haber muchas más personas comprometidas en la tarea. Ello es así porque los discursos sociales se inscriben en contextos (condiciones de enunciación, advertía Eliseo Verón) cuyo análisis es insoslayable para que la moderación sea adecuada, proporcionada y que no afecte ni el derecho a la libertad de expresión ni otros derechos humanos como la no discriminación, la protección de datos personales y el derecho a la privacidad.





La naturaleza compleja e inédita de esta tarea hace que ésta deba ser asumida por la representación democrática de la sociedad. Las respuestas tienen que ser, simultáneamente, regulatorias, corregulatorias y autorregulatorias, multisectoriales y multipartidarias.

Se suelen escuchar preocupaciones genuinas sobre la desinformación, las noticias falsas (que no son sinónimos) y los discursos de odio. El problema es la polisemia y la ambigüedad de esos conceptos, que en una misma sociedad tienen interpretaciones e intérpretes muy diversos e, incluso, antagónicos. Debemos ser conscientes de este problema que, como muestra la legislación alemana sobre moderación del discurso de negación del genocidio nazi –que no es extrapolable de modo sencillo al continente americano, al menos no en el marco del respeto a la Convención Americana DDHH– demanda una laboriosa definición. La pregunta es cómo se establecen las definiciones y las reglas de moderación del discurso público en plataformas privadas globales. Es decir, quién y bajo qué condiciones establecen esas reglas, qué criterios toman en cuenta para establecerlas y quién controla a quien ejecuta esa función.

Surgen varias preguntas relevantes. ¿Hay mensajes que justifiquen la remoción de contenidos sin previo contacto o derecho a descargo por parte de quien produce ese contenido (aparte de los consabidos límites legales)? ¿Cuál es el trámite adecuado, según los límites respetuosos de libertad de expresión, para proceder a una remoción, a un bloqueo de cuentas, a la reducción de su alcance y visibilidad? ¿Pueden disponer compañías privadas políticas de contenido que afecten el debate público en temas de interés relevante a espaldas de principios internacionales y de las leyes de los países donde comercializan sus servicios? El diseccionar contenidos catalogándolos como removibles o susceptibles de clasificación, con etiquetas añadidas por las plataformas mediante criterios que, además, son muy cambiantes, ¿no ubica a estas plataformas como editoras de contenido y con responsabilidades ulteriores como ocurre con los medios de comunicación tradicionales? ¿Es lógico que compañías privadas se arroguen el poder de policía sobre los contenidos que organizan la conversación pública? ¿Ello no supondría la

institucionalización de censores privados con un poder superior a cualquier otro poder democrático?

La naturaleza compleja e inédita de esta tarea hace que ésta deba ser asumida por la representación democrática de la sociedad. Las respuestas tienen que ser, simultáneamente, regulatorias, corregulatorias y autorregulatorias, multisectoriales y multipartidarias. El desafío es cooperativo. No hay una sola medida que resuelva el conjunto variado de problemas que afrontamos y, en particular, el Poder Legislativo y el Poder Ejecutivo pueden convocar a debates amplios con la participación extensa de la sociedad civil. Cuanto más abiertos, democráticos y participativos sean estos debates, más legítimas, más plurales y más respetuosas con los DDHH serán nuestras respuestas.

Para cerrar traigo a colación a la Presidenta de la Comisión Europea, Ursula Gertrud von der Leyen, que dice: “Las interferencias en el derecho a la expresión no pueden ser basadas solamente en reglas internas de una empresa sino que es necesario un conjunto de reglas y leyes para decisiones a tal efecto”.



Por **Wojciech Wiewiórowski**  
Supervisor Europeo de Protección de Datos.

**Protección de datos y redes sociales:** Cuando pensamos en la regulación de la publicidad dirigida, la transparencia es esencial pero no suficiente.



Argentina es un socio estratégicamente privilegiado para el Supervisor Europeo de Protección de Datos, ya que es uno de los dos países sudamericanos reconocidos por la Unión Europea como país adecuado en materia de transferencia de datos personales, ha formado parte del Convenio 108 del Consejo de Europa y firmado el convenio respectivo. Además, porque el Comisario Argentino de Protección de Datos -elegido para el Comité Ejecutivo de la Asamblea Global de Privacidad, que reúne a todas las autoridades de protección de datos y privacidad del mundo- ha desempeñado un papel central en la construcción de puentes entre Sudamérica y la Unión Europea.

Los modelos de negocios existentes detrás de muchos servicios de plataformas digitales han contribuido a aumentar la polarización política, ideológica, la desinformación y la manipulación.

Estamos abordando un tema crucial que tiene implicaciones para la protección de datos, la privacidad y para la vigencia de nuestros sistemas democráticos. Desde el escándalo de Cambridge Analytica -probablemente la primera vez que se hizo evidente en todo el mundo que el uso malicioso de los datos puede tener un impacto directo en el electorado- el mundo se ha movido rápidamente y ha aumentado la atención sobre estos temas.

Como Supervisor Europeo de Protección de Datos he afirmado que los modelos de negocios existentes detrás de muchos servicios de plataformas digitales ha contribuido a aumentar la polarización política, ideológica, la desinformación y la manipulación. El Consejo Europeo de Protección de Datos también ha destacado riesgos similares en sus directrices sobre la selección de usuarios en redes sociales, ya que

pueden tener un impacto significativo en la capacidad de los destinatarios para interactuar con la información en línea, además de desempeñar un papel importante en la ampliación de ciertos mensajes, la difusión viral de la información y la estimulación de comportamientos en línea.

Cuando pensamos en la regulación de la publicidad dirigida, la transparencia es esencial pero no suficiente. Por esta razón hemos pedido a los legisladores de la Unión Europea que consideren una salida progresiva hacia la prohibición de la publicidad dirigida. De aplicarse esta prohibición, se beneficiaría al ecosistema digital y permitiría abordar cuestiones como la manipulación de ideas, ya que la microfocalización política se basa en las mismas técnicas que la publicidad dirigida.

Debemos mirar al futuro con optimismo. Pero ese futuro debe ser brillante y justo para las personas de todo el mundo.

>> INFO ADICIONAL <<

### ¿Qué es el Convenio 108 del Consejo de Europa?

El Convenio N° 108 del Consejo de Europa, de 28 de enero de 1981, para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal, fue el primer instrumento internacional jurídicamente vinculante adoptado en el ámbito de la protección de datos. Tiene como fin garantizar a cualquier persona física el respeto de sus derechos y libertades fundamentales, concretamente su derecho a la vida privada, con respecto al tratamiento automatizado de los datos de carácter personal correspondientes a dicha persona.



## Argentina adhiere al Pacto por la Información y la Democracia

Seamos claros. La infodemia, los discursos del odio, los rumores, la polarización, las guerras de información y la desinformación debilitan las democracias. Podrían, incluso, acabar con ellas. En la historia de las democracias, las salvaguarda de la libertad de opinión y de expresión, y del derecho a la información, se establecieron a nivel nacional mediante garantías constitucionales, ética periodística y regulación de los medios de comunicación. Esas salvaguardas, sin embargo, han desaparecido. Ya no son eficaces en un espacio global de información y comunicación. Es el deber de nuestra generación construir un nuevo sistema de salvaguardas, adaptado a la era digital.

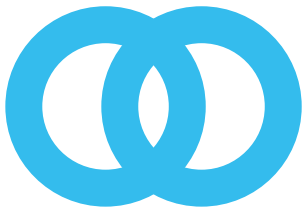
El Pacto por la Información y la Democracia, con sus ya 43 Estados signatarios, es a la vez una coalición y un marco para establecer garantías democráticas. Su órgano de Ejecución, el Foro sobre Información y Democracia, es el equivalente para el caos informativo lo que el IPCC es para el cambio climático.

Me complace dar la bienvenida a la Argentina como un nuevo Estado que se adhiere a la Asociación sobre Información y Democracia, una oportunidad para desarrollar respuestas sistémicas junto con otros.

Estimado Señor Presidente, estimados todos, felicito a la Argentina por sumarse a este esfuerzo multilateral. Es una muy buena noticia para nuestra capacidad de proteger el debate público democrático.

**Christophe Deloire**

Presidente del Foro de Información y Democracia



**Consejo  
Económico  
y Social**

# la Argentina querida

**Argentina** Presidencia

