

Proyecto de ley de noticias falsas en Brasil¹

Lina Paola Velásquez

CELE

Agosto de 2022

El 13 de mayo de 2020 se presentó ante el senado el proyecto de ley No. [2630 de 2020](#) que buscó regular los contenidos compartidos sobre noticias falsas: “Establece reglas en materia de transparencia de las redes sociales y servicios de mensajería privada, especialmente en lo que se refiere a la responsabilidad de los proveedores de combatir la desinformación y aumentar la transparencia en internet, la transparencia en relación con los contenidos patrocinados y el ejercicio del poder público, así como establecer sanciones por el incumplimiento de la ley”, se observó que el proyecto de ley tiene varios puntos por discutir, dentro de los cuales están:

[Del texto inicial:](#)

1. Este proyecto de ley inicia aclarando que tiene como objetivo regular las plataformas de mensajería y redes sociales que superen los dos millones de usuarios en Brasil y que aquellas disposiciones aplican incluso si las actividades son realizadas por una persona jurídica con sede en el extranjero, siempre que ofrezca servicio al público brasileño o al menos un miembro del mismo grupo económico que tenga un establecimiento en Brasil y también se aplica al proveedor de la aplicación con sede en el extranjero.
2. Luego de definir conceptos y principios, en el capítulo dos, artículo quinto establece que las plataformas deben adoptar medidas de prohibición sobre ciertos tipos de cuentas que puedan ser o no auténticas para no ser víctimas de un medio que

¹ Por Lina Paola Velásquez Veloza

difunde noticias falsas. Un punto que preocupa, si se tiene en cuenta que la definición queda en el aire sobre qué se puede considerar auténtico para el gobierno.

3. En el artículo décimo del proyecto, se propuso la aplicación de cargos denominados fact-checkers (verificadores de hechos) independientes que permitiera vigilar los contenidos compartidos en las plataformas digitales y así poder determinar si se debe deshabilitar el contenido difundido. Permite deshabilitar los recursos para la transmisión del contenido de desinformación, suspender de forma inmediata la promoción pagada o la promoción gratuita artificial del contenido.
4. En su artículo once se propone que, de considerarse la duda sobre el contenido, los proveedores de las aplicaciones deben proporcionar aclaraciones respecto al primer usuario que publicó dicho contenido y de la misma forma con cada una de las personas que lo hayan compartido.
5. En el artículo doce se implementa el proceso de queja cuando el contenido se haya eliminado o suspendido, en el que los proveedores deben proporcionar un servicio accesible y disponible al menos tres meses después de la decisión para apelarla.

El argumento del partido que representa el gobierno plantea dos términos principales como fundamento para la creación de este proyecto de ley; (i) la necesidad de implementar una “causa justa” para que exista una moderación de contenido en las redes sociales y, (ii) la aplicabilidad de un “razonamiento fundamentado” en la moderación de conferencias digitales y de noticias falsas.

En consecuencia, generó confusión en los usuarios y plataformas sobre a qué tipo de contenido se refiere el gobierno y en qué forma se llevará a cabo el proceso de moderación de contenidos. De esta forma, la regla general que propone el proyecto de ley es eliminar el contenido sin necesidad de tener una orden judicial, y no solo el contenido, sino que también permite eliminar el perfil del usuario o la cuenta sin necesidad de tener una orden judicial, salvo que haya justa convocatoria, es decir, una “causa justa” para llevar a cabo dicho proceso.

Pese a la anterior explicación, la “causa justa” sigue generando diferentes interpretaciones permitiendo la posibilidad a que existan cómplices que quieran reclamar la identidad de terceros para engañar al público, posibilitando a las plataformas la eliminación de los contenidos sin orden judicial o cuentas y perfiles que sean administradas principalmente por algún programa informático o que se encargue de ofrecer bienes o servicios como patentes, marcas, derechos de autor o propiedad intelectual.

6. En cuanto a las plataformas que prestan servicios de mensajería, el proyecto limita la difusión del contenido: “Los proveedores de aplicaciones que brindan servicios de mensajería privada desarrollará políticas de uso que limiten el número de referencias de un mismo mensaje a un máximo de 5 (cinco) usuarios o grupos, así como el número máximo de miembros de cada grupo de usuarios hasta un máximo de 256 (doscientos cincuenta y seis) miembros” y en periodos electorales y durante situaciones de emergencia o calamidad pública “el número de el reenvío del mismo mensaje está limitado a un máximo de 1 (un) usuario o grupos”.

También establece, en su artículo quince, que los proveedores de aplicaciones de mensajería deben solicitar el permiso del usuario antes de la entrega de mensajes o la inclusión en un grupo.

Existe la preocupación en torno a la adjudicación de esta ley sobre las aplicaciones de mensajerías debido al uso que le ha dado el gobierno en los últimos años para desinformar y difundir discursos relacionados con las campañas políticas del gobierno de turno.

Principales [modificaciones y adiciones](#) en el proyecto de ley:

- Eliminación de las obligaciones que se establecieron sobre los registros por parte de los proveedores de aplicaciones al incluir la recolección de datos personales por parte de las aplicaciones.
- Se amplió las obligaciones de transparencia de las plataformas de internet, como se había solicitado por parte de [varias sociedades civiles](#): las plataformas deberán informar los procedimientos y decisiones que se llevarán a cabo respecto de las cuentas y contenidos generados por terceros, que incluyen la remoción, indisponibilidad, reducción de alcance, marcaje de contenidos y otras acciones que pueden restringir la libertad de expresión.
- En lo que respecta a los servicios de mensajería privada, artículo 11: Se incluyó la prohibición de reenvío de mensajes o archivos recibidos de otro usuario a múltiples destinatarios. Las listas de difusión sólo pueden ser enviadas y recibidas por personas de las listas de contactos de remitentes y destinatarios. En el artículo 12, se establece que todos los tipos de moderación exigen notificación al usuario.
- Se incluyó, en el artículo 13, el deber de los proveedores de las redes sociales sobre la realización de informes trimestrales para rendir cuentas, principalmente en

situaciones de calamidad pública o en periodos electorales, teniendo en cuenta las intenciones de la creación de este proyecto en plena crisis pandémica y las actuaciones realizadas por las redes sociales en contra de algunos candidatos políticos.

- Se crea un Consejo de transparencia y responsabilidad, un papel en la evaluación de cómo las empresas están entregando un informe trimestral, un Consejo que estaría organizado unilateralmente por el Congreso Nacional y que tendría 21 miembros, un grupo con múltiple partes interesadas porque contiene miembros de diferentes sectores, pero la composición que se ha propuesto también ha sido muy criticada por no ser equilibrada.

Adicionalmente, el Consejo tendrá otras facultades que están siendo cuestionadas. Entre ellas, los indicadores editoriales evaluarán la adecuación de los términos de servicio adoptados por las redes sociales, lo cual resulta particularmente interesante si se tiene en cuenta que en Brasil no hay criterios para evaluar la adecuación de los términos de servicios.

Y la conclusión que se genera alrededor de este proyecto y sus modificaciones, es que aún no se ha desarrollado un debido proceso al usuario que se encuentre inconforme con la eliminación de su contenido, no existe la posibilidad de apelar las decisiones que se tomen en relación con la moderación del contenido sino que lo que se realiza es eliminar el contenido después de que el usuario haya tenido la oportunidad de hacerlo por sí mismo.

- [Sobre los contenidos periodísticos](#): Observacom citó la siguiente redacción “utilizados por proveedores de aplicaciones de internet producidos en cualquier formato, que incluya texto, video, audio o imagen, darán lugar a una remuneración a las empresas periodísticas de derechos de autor, en forma de reglamento, que establecerá los criterios, forma de aforo de valores, negociación, resolución de conflictos, transparencia y valorización del periodismo profesional nacional, regional, local e independiente” siendo de las últimas modificaciones realizadas. Adicional a ello, el proyecto define en cinco párrafos el concepto de “contenidos periodísticos”.

Se dispone otro punto de discusión que gira en torno a la fiscalización y el sector público. El proyecto de ley lo define como dependencias y órganos de su rectoría de la administración pública directa. Cuando se habla de relatos de particulares se refiere a los agentes políticos y el proyecto establece que estas cuentas están ligadas a los principios de la administración pública, es decir la personalidad jurídica, moralidad, publicidad y eficacia.

Para concluir, es importante destacar la opinión de los usuarios que esperan mecanismos de apelación que les permitan ser escuchados directamente con las plataformas. Sin embargo, la cuestión tiene que ver sobre todo en cómo se aplican estos procesos en la práctica y cómo se toman las decisiones actuales sobre la moderación de contenidos.

Para mayor información sugerimos ver la [página web](#) de InternetLab Brasil, así como los artículos escritos por Mariana Valente y Artur Péricles sobre la temática.